



# Cysylltu'r Dotiau – Deall y gwerth sy'n cael ei greu gan Rwydweithiau Creadigol

Marlen Komorowski, Sara Pepper a Justin Lewis

Awst 2021



## CRYNODEB GWEITHREDOL

Mae rhwydweithiau creadigol yn ffenomenon cymharol ddiweddar sy'n datblygu. Hyd yma, nid yw rhwydweithiau creadigol wedi cael llawer o sylw o safbwynt polisi nac academaidd. Pwrpas y gwaith ymchwil yma yw deall y rhwydweithiau hyn yn well, a'u rôl wrth gefnogi'r diwydiannau creadigol.

Mae twf y diwydiannau creadigol wedi effeithio ar y rhan fwyaf o drefi, dinasoedd a rhanbarthau yn y DU, gan gynnig manteision economaidd, cymdeithasol a diwylliannol ar sail lle. Mae rhwydweithiau creadigol yn creu gwerth sy'n gwella datblygiad y diwydiannau creadigol mewn lleoedd ym mhob cwr o'r DU. Er bod y gydnabyddiaeth a'r gefnogaeth gan lunwyr polisiau yn cynyddu, mae rhwydweithiau creadigol yn dal ar yr ymylon o ran arian cyhoeddus yn y diwydiannau creadigol. Mae'r adroddiad hwn yn darparu tystiolaeth bod rhwydweithiau creadigol o bwysigrwydd sylweddol i randdeiliaid academaidd, polisi a'r diwydiant, ac yn dadlau dros roi rôl fwy canolog iddynt mewn polisi cyhoeddus.

Mae ein hymchwil yn awgrymu bod gwerth rhwydweithiau creadigol yn eang, a'u bod yn groesffordd ganolog allweddol i amrywiaeth o randdeiliaid, a bod effaith hynny i'w themlo ymhell y tu hwnt i'r diwydiannau creadigol lleol. Er eu cyfraniad, mae rhwydweithiau creadigol yn wynebu nifer o heriau allweddol. Mae'r heriau hyn yn cynnwys diffyg adnoddau (amser ac arian), gyda'r mwyafrif yn dweud mai ansicrwydd o ran cyllid a llwyth gwaith yw eu prif rwystrau. Mae'r heriau eraill yn cynnwys diffyg dealltwriaeth allanol o rôl, gwerth a statws rhwydweithiau creadigol yn yr ecosystem ehangach.

Roeddem wedi defnyddio'r dull helics pedrwl i ystyried grwpiau o gyfranogwyr ac i ganfod y berthynas a'r llif gwerth rhwng grwpiau. Roedd hyn yn arbennig o ddefnyddiol wrth ddod o hyd i'r cyfranogwyr niferus sy'n ymwneud â rhwydweithiau creadigol gan ein galluogi ni, am y tro cyntaf, i asesu llifau gwerth a chyfraniad rhwydweithiau creadigol ymysg yr holl randdeiliaid. Datgelodd hyn led a dyfnder y llifau gwerth, ac roedd yn arwydd o gyfraniad cyffredinol rhwydweithiau creadigol at ecosystemau (gan gynnwys yr economi ehangach) y lleoedd maen nhw'n eu gwasanaethu. Nid yw pob rhanddeiliad yn eu gwerthfawrogi na'u deall yn llawn; ac mae'r amgylchedd economaidd presennol yn ychwanegu at hynny. Rydym yn gobeithio y bydd ein hargymhellion yn helpu i newid hynny.



## CYFLWYNIAD I'R ADRODDIAD

Mae'r adroddiad hwn yn cychwyn ar ddau gynsail. Yn gyntaf, mae Llywodraethau datganoledig a Llywodraeth leol yn y DU wedi cydnabod fwy a mwy gyfraniad a thwf parhaus y diwydiannau creadigol at economïau lleol dros yr 20 mlynedd diwethaf. Mae data'n dangos mai diwydiannau creadigol yw un o'r sectorau sy'n cyfrannu fwyaf at dwf economi'r DU (DCMS, 2016; The Work Foundation, 2007).

Yn ail, mae cydnabod pwysigrwydd a thwf posibl y diwydiannau creadigol wedi arwain at fwy o gefnogaeth ac ymrwymïadau polisi, gydag amryw o gyrff ac asiantaethau'n cael eu datblygu yn y diwydiant creadigol a diwylliannol. Er bod rhyw fersiwn o'r sefydliadau hyn i'w gweld yn y rhan fwyaf o sectorau **mae'r diwydiannau creadigol, sy'n seiliedig ar glystyrau o fentrau bach a gweithlu llawrydd mawr, wedi gweld math mwy penodol o sefydliad gyda nodweddion penodol yn dod i'r amlwg, y byddwn yn cyfeirio ato o hyn ymlaen fel "rhwydweithiau creadigol"**. Mae'r sefydliadau hyn yn aml yn rhwydweithiau o'r gwaelod i fyny sy'n seiliedig ar le, ac sy'n cynnig amrywiaeth o wasanaethau cymorth a galluogi i'r diwydiannau creadigol lleol (mae'r diffiniad llawn i'w weld isod). Nid yw rhwydweithiau creadigol yn newydd i ddinasoedd a rhanbarthau yn y DU, ond mae ystod o fentrau newydd wedi cael eu sefydlu yn ystod y blynyddoedd diwethaf, ac mae'n edrych yn debyg bod y diddordeb mewn rhwydweithiau creadigol o'r fath, a'r angen amdanynt, yn dal i gynyddu.

Er y twf o ran nifer a maint y rhwydweithiau creadigol dros y 10-20 mlynedd diwethaf, mae bwlch sylweddol o ran y ddealltwriaeth a'r dadansoddiad polisi ac academaidd. Mae hyn yn codi cwestiynau ynghylch sut mae'r rhwydweithiau creadigol hynny'n gweithredu, a sut maen nhw'n creu gwerth i'r diwydiannau creadigol. **Mae'r ymchwil hon yn mapio'r tebygrwydd a'r gwahaniaethau rhwng rhwydweithiau creadigol y DU, ac mae'n defnyddio dadansoddiad o rwydweithiau â gwerth i weld sut mae rhwydweithiau creadigol yn creu gwerth ychwanegol.**

Mae'r adroddiad wedi cael ei strwythuro fel hyn. Yn gyntaf rydym yn cyflwyno cefndir yr ymchwil hon, yn ymchwilio i drafodaethau llenyddiaeth, ac yn ystyried i ba raddau y gall rhwydweithiau creadigol fod yn adnoddau llwyddiannus i ddatblygu'r diwydiannau creadigol mewn theori. Yn ail, rydym yn diffinio rhwydweithiau creadigol fel gwrthrychau astudio ar sail llenyddiaeth, ac yn creu fframwaith dadansoddi gan ddefnyddio arolwg a gweithdai. Yn drydydd, rydym yn trafod canfyddiadau ein hymchwil, gan archwilio'r tebygrwydd a'r gwahaniaethau rhwng rhwydweithiau creadigol, ac yn rhoi gwybodaeth fanwl am eu rôl wrth greu gwerth. Yn olaf, rydym yn crynhoi ein canfyddiadau ac yn datblygu argymhellion ar gyfer y dyfodol. Mae'r adroddiad hwn wedi'i lunio ar gyfer:

- Ymarferwyr – sy'n awyddus i gymharu a chyferbynnu amgylcheddau gweithredu, tebygrwydd, heriau a chyfleoedd rhwydweithiau creadigol.
- Llunwyr polisiâu – i fod yn sail i'w penderfyniadau ynghylch cefnogi, cyllido ac ymgysylltu â rhwydweithiau yn y dyfodol. Hefyd, byddai gwybodaeth a dealltwriaeth newydd yn y maes hwn yn ei gwneud yn bosibl i roi cynlluniau polisi ar waith ar gyfer rhwydweithiau creadigol.
- Ymchwilwyr – i gyfrannu at y llenyddiaeth ynghylch datblygu rhwydweithiau mewn sectorau penodol a'u gwerth.



## CEFNDIR YR YMCHWIL

### Diwydiannau creadigol yw'r sbardun pwysicaf erbyn hyn i gynyddu economi'r DU

Bu llawer o sôn am dwf cyflym y diwydiannau creadigol yn y DU dros yr 20 mlynedd diwethaf. Yn ôl y cyfrif diweddaraf, roedd economi creadigol y DU yn cynnwys 2.6 miliwn o swyddi, tua un o bob 12 (neu ychydig dros 8%) o gyfanswm y DU (Creative Industries Council (CIC), 2021). Mae'r diwydiannau creadigol yn y DU wedi tyfu ar gyfradd gyflymach na'r economi yn gyffredinol, gan gynyddu 34% rhwng 2010 a 2015 (DCMS, 2016). Mae ffigurau diweddar a gyhoeddwyd gan yr Adran dros Ddiwylliant, y Cyfryngau a Chwaraeon (DCMS) yn dangos bod diwydiannau creadigol y DU wedi cyfrannu mwy na £111 biliwn at economi'r DU yn 2018 (DCMS & Adams, 2020). Mae hyn yn gyfystyr â chyfraniad o bron i £13 miliwn at economi'r DU bob awr. Mae NESTA yn disgrifio'r **diwydiannau creadigol fel un o'r cyfranwyr pwysicaf at economi'r DU**, sy'n tyfu fwy na phum gwaith yn gyflymach na'r economi yn gyffredinol (Higgs et al., 2008). Yn ystod y blynyddoedd diwethaf, maen nhw wedi cyfrannu mwy at economi'r DU na'r diwydiannau modur, awyrod, gwyddorau bywyd, ac olew a nwy gyda'i gilydd (Creative Industries Federation, 2018).

### Mae llunwyr polisïau yn y DU yn cydnabod pwysigrwydd y diwydiannau creadigol fwy a mwy, ac yn canolbwyntio ar dulliau sy'n fwy seiliedig ar leoedd

Er bod y diwydiannau creadigol, yn draddodiadol, wedi cael eu gwthio i'r naill ochr ym mholisi diwydiannol y DU (yn cael eu hystyried yn aml yn rhan o'r maes "diwylliannol" yn hytrach na'r maes "economaidd"), mae eu gwerth economaidd yn cael ei gydnabod fwy a mwy ar bob lefel yn Llywodraeth y DU. Yn 2018, roedd Strategaeth Ddiwydiannol Llywodraeth y DU<sup>1</sup> yn cydnabod bod y diwydiannau creadigol yn gryfder economaidd cenedlaethol diamheuol. Roedd y Strategaeth hefyd yn ymrwymo i fargen sector, gyda'r nod o roi'r DU ar flaen y gad ym maes technolegau newydd drwy roi cefnogaeth i'r diwydiannau creadigol. Hefyd, i ymateb i'r bwlch ffyniant sy'n cynyddu rhwng Llundain a De-ddwyrain Lloegr a gweddill y DU, bu ffocws ar ail-gydbwysu economïau lleol ("yr agenda codi'r gwastad", fel mae'n cael ei galw), gan greu cymhelliant i ddatblygu diwydiannau lleol ac sy'n seiliedig ar le. Mae hyn wedi creu mwy o ymwybyddiaeth o strategaethau a mentrau lleol sy'n seiliedig ar le, sy'n tynnu sylw at sectorau â blaenoriaeth mewn rhanbarthau sydd â photensial o ran twf economaidd a chyflogaeth.

**Mae'r diwydiannau creadigol yn aml yn sector â blaenoriaeth yn y mentrau lleol hyn.** Mae rhai enghreifftiau yn cynnwys cynllun Prifddinas-Ranbarth Caerdydd i Gydgrynhoi ac Ehangu Prifddinas-Ranbarth Greadigol<sup>2</sup>, a rhaglen West of England Combined Authority (WECA)<sup>3</sup> i ddatblygu Gweithlu Creadigol y Dyfodol. Ar lefel leol, mae'r dulliau polisi newydd hyn wedi

<sup>1</sup> <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-sector-deal/creative-industries-sector-deal-html>

<sup>2</sup> <https://www.cardiffcapitalregion.wales/investment-opps/consolidating-expanding-a-creative-capital-region/>

<sup>3</sup> <https://www.westofengland-ca.gov.uk/new-creative-workforce-future/>



arwain at fwy o ymwybyddiaeth o bwysigrwydd y rhwydweithiau creadigol sydd eisoes yn bodoli ac, mewn rhai achosion, at ymdrechion polisi i greu rhai newydd.

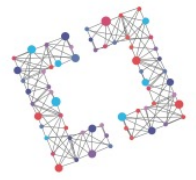
### Pam mae rhwydweithiau creadigol yn cael eu creu i gefnogi'r diwydiannau creadigol?

O chr yn ochr â'r rhaglenni a'r addewidion polisi hyn, gwelwyd twf mewn **ymchwil academiaidd a pholisi ar yr economi greadigol, sy'n cydnabod pwysigrwydd rhwydweithiau (cymdeithasol)** a'u cyfraniad at gynnal a datblygu'r diwydiannau creadigol (Felton et al., 2010; Pratt, 2013). Fel mae Clare yn dweud (2013): mae cwmnïau creadigol wedi'u gwreiddio mewn lle penodol, lle mae pwysigrwydd [...] rhwydweithiau cymdeithasol yn arwain at glystyru daearyddol tynn, gydag agosrwydd a rhwydweithio ar sail lle yn chwarae rhan hanfodol. Mae manifestio NESTA ar gyfer yr Economi Greadigol (2013)<sup>4</sup>, er enghraifft, yn tynnu sylw at bwysigrwydd a gwerth creu rhwydweithiau cymheiriaid newydd lle nad oes rhai yn bodoli a chefnogi'r rheini sydd yn bodoli, fel un ffordd o ddatblygu'r economi greadigol. Mae pwysigrwydd rhwydweithiau creadigol yn ymateb i gyfansoddiad gwasgaredig iawn y diwydiannau creadigol:

- Busnesau bach a chanolig a microfusnesau yn bennaf yw cyfansoddiad diwydiannau creadigol. Yn y DU, mae 95% o fusnesau creadigol yn cyflogi llai na deg o bobl, ac mae 89% yn cyflogi llai na phump o bobl (Creative Industries Federation, 2018). Oherwydd prinder strwythurau corfforaethol mawr, bydd gweithwyr creadigol yn dibynnu ar rwydweithiau i arloesi, i gydweithio ac i ddatblygu rhwydweithiau cymheiriaid.
- Mae dibyniaeth sylweddol y sector ar weithwyr llawrydd a gweithwyr hunangyflogedig yn ychwanegu at hynny. Mae Adroddiad y Gweithwyr Llawrydd Creadigol (2017) yn datgelu bod 47% yn y diwydiannau creadigol yn hunangyflogedig, o'i gymharu â 15% ar draws y gweithlu cyfan yn y DU.
- Mae'r gweithlu creadigol hefyd yn dibynnu ar waith contractiol sy'n seiliedig ar brosiectau, ac yn wynebu natur anwadal economïau marchnad mewn sector sy'n symud yn gyflym gyda lefelau uchel o darfu digidol (Felton et al., 2010; McRobbie, 2002). Mae bod yn hunangyflogedig ac ansicrwydd o ran swydd yn brofiadau cyffredin, ac mae'r profiad o risg yn gynhenid i'r rheini sy'n gweithio yn y sector (Brown et al., 2010). Am y rhesymau hyn, mae rhwydweithiau wedi cael eu galw'n "hanfodol" er mwyn cefnogi'r rheini sy'n gweithio yn y diwydiannau creadigol (Lee, 2013), ac yn angenrheidiol ar gyfer datblygiad personol, proffesiynol ac economaidd.

Yn ôl Kong (2005), mae ansicrwydd economaidd a natur wasgaredig y gweithlu creadigol yn gallu cael eu gwrthbwyso gan berthnasoedd llawn ymddiriedaeth sy'n fath o undod cymdeithasol, sy'n cael eu rheoli gan rwydweithiau o gysylltiadau cymdeithasol. Mae rhwydweithiau'n cynyddu gwybodaeth, yn hybu ynni creadigol ac yn helpu i ddatblygu'r diwydiant, ond maen nhw hefyd yn ffordd o ddod o hyd i brosiectau a gwaith newydd, ymdopi â phryder ynghylch ansicrwydd o ran swydd, a gwneud ymdrechion cydweithredol newydd yn bosibl (Felton et al., 2010). **Mae'r astudiaeth hon yn adeiladu ar yr wybodaeth ymchwil yma, ac mae'n ceisio datblygu dealltwriaeth fanylach o rwydweithiau creadigol – beth ydyn nhw, sut maen nhw'n gweithio, a sut maen nhw'n creu gwerth.**

<sup>4</sup> <https://www.nesta.org.uk/report/a-manifesto-for-the-creative-economy/>



## YMCHWILIO I RWYDWEITHIAU CREADIGOL

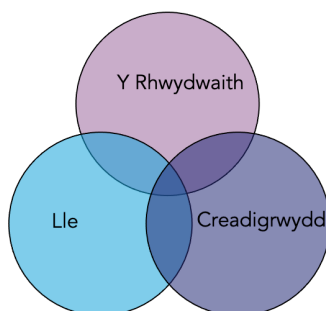
### Diffinio a chreu cysyniad o rwydweithiau creadigol

Er bod diffiniadau o'r diwydiannau creadigol yn amrywio ar draws awdurdodaethau rhanbarthol a ffiniau cenedlaethol (sy'n defnyddio gwahanol gysyniadau fel diwydiannau creadigol a diwylliannol, sectorau creadigol ac ati), gwnaethom ddefnyddio'r diffiniad a amlinellwyd yn Nogfen Mapio Diwydiannau Creadigol 2001 y Llywodraeth, sef y diwydiannau hynny sydd â gwreiddiau mewn creadigrwydd, sgil a thalent unigol ac a allai greu swyddi a chyfoeth drwy greu a defnyddio eiddo deallusol (DCMS, 2001).

Mae gwaith academaidd a pholisi yn ystyried cyfansoddiad "rwydweithiau" diwydiannau creadigol mewn amrywiaeth o wahanol ffyrdd. Mae'r cysyniadau sy'n gysylltiedig â rwydweithiau creadigol yn cynnwys dinasoedd creadigol (Florida, 2004), ecosystemau creadigol (Mortati & Cruickshank, 2011), hybiau cyfnewid gwybodaeth creadigol (Moreton, 2016), clystyrau neu gydgasgliadau creadigol (Lazzeretti et al., 2009; Porter, 1998), hybiau diwylliannol (Hesmondhalgh & Pratt, 2005), cymunedau ymarfer (Goodwin, 2009), rwydweithiau cymdeithasol (Clare, 2013), a lleoedd creadigol (Gibson & Klocker, 2004).

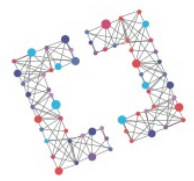
Yn eu hanfod, mae'r holl wahanol ddulliau hyn yn cofleidio'r syniad bod cysylltiadau rhwng cyfranogwyr y diwydiannau creadigol (mewn rhai lleoedd) yn creu manteision i weithwyr a sefydliadau creadigol (Komorowski & Picone, 2020). Mae cymryd rhan yn y gwahanol fathau hyn o rwydweithiau lleol yn creu, er enghraifft, mwy o allu i arloesi, cyfleoedd i gyfnewid gwybodaeth, cydweithrediadau newydd, cysylltiadau gwaith newydd ac ati (gweler yr uchod hefyd). Yn gyffredinol, gellir disgrifio'r term rwydwaith fel casgliad o "gyfranogwyr" (pobl, adrannau neu fusnesau) a'u cysylltiadau strategol (cysylltiadau teuluol, cymunedol, cyllid neu fusnesau) â'i gilydd (Johnsen & Johnsen, 1999).

Mae'r rwydweithiau creadigol yn yr astudiaeth hon yn cynnwys **rwydweithiau cyfundrefnol (weithiau fel endidau cyfreithiol eu hunain, weithiau fel rhan o sefydliad arall), sydd â phobl ymroddedig sy'n gweithio i helpu'r rwydwaith creadigol i greu cydweithrediad a/neu dwf yn y diwydiannau creadigol lleol/rhanbarthol**. Rydym ni'n canolbwyntio ar fentrau eang sy'n seiliedig ar le, ac sy'n gallu dod â phobl ynghyd mewn amser real mewn lleoedd go iawn, yn hytrach na rwydweithiau mewn sectorau penodol (fel Sefydliad Brenhinol Penseiri Prydain) neu asiantaethau sydd â chylch gwaith cenedlaethol (fel Cymru Greadigol, Creative England, Creative Scotland neu Gyngorau Celfyddydau'r DU).



Mae'r holl rwydweithiau creadigol yn ein hastudiaeth:

- ✓ Yn rwydweithiau dinas / tref / rhanbarthol;
- ✓ Yn gweithio gyda llawer o sectorau diwydiannau creadigol;
- ✓ Wedi'u gwreiddio mewn lle penodol ac yn gweithio ar ran y lle hwnnw;
- ✓ Yn weithredol ers blwyddyn o leiaf;
- ✓ Yn gweithio i unigolion ac i sefydliadau creadigol.



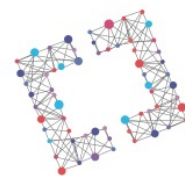
## Creu rhwydwaith â gwerth ar gyfer rhwydweithiau creadigol

Rydym wedi mabwysiadu dull gweithredu rhwydwaith â gwerth er mwyn ystyried sut mae rhwydweithiau creadigol yn creu gwerth ac felly'n cyfrannu at gryfder y diwydiannau creadigol mewn dinas, tref neu ranbarth. Mae hyn yn ein galluogi i weld y mathau o gysylltiadau rhwydwaith a chyfranogwyr rhwydwaith sy'n cael eu creu gan rhwydweithiau creadigol, ac i greu teipoleg ar gyfer creu gwerth.

Mae'r dull dadansoddi rhwydwaith yn dibynnu ar gynrychiolaeth weledol o'r llifau a'r cyfranogwyr mewn rhwydweithiau. Er bod gwaith Porter (1985) a Wirtz (2011) wedi dylanwadu ar y fframwaith, oherwydd nodweddion penodol rhwydweithiau creadigol a'r diwydiannau creadigol (gweler yr uchod) mae gofyn ailddiffinio'r gadwyn werth draddodiadol a pharamedrau'r dull model busnes. Mae rhai o nodweddion gwahaniaethol y diwydiannau creadigol yn deillio o drefniadaeth y broses o greu diwylliant. Maen nhw'n cael gwared ar y rhaniadau dadansodol traddodiadol rhwng gweithgareddau cyhoeddus (sefydliadau sy'n rhai diwylliannol yn draddodiadol sy'n cael cymhorthdal cyhoeddus) a phreifat (cwmnïau creadigol masnachol), ffurfiol ac anffurfiol, rhai nid-er-elw a rhai i wneud elw (Caves, 2000; Deuze, 2011; Pratt & Jeffcutt, 2009; Vogel, 2008). Mae ein proses delweddu rhwydwaith yn rhoi sylw manwl i ddeinameg unigryw y broses o greu gwerth mewn diwydiannau creadigol sy'n creu rhwydwaith penodol sy'n cynnig gwerth, gyda'r rhwydweithiau creadigol fel cysylltydd.

Rydym yn ceisio delweddu'r llifau a'r cyfranogwyr posibl er mwyn gweld i ba raddau maen nhw wedi'u cysylltu â'i gilydd, cryfder eu rhwydweithiau, a'u gwreiddiau posibl yn eu diwydiannau creadigol daearyddol. **Gall hyn ddatgelu cryfderau a bylchau sy'n gallu llywio twf mewn rhwydweithiau creadigol ac arferion gorau ar gyfer y rhwydweithiau creadigol eu hunain**, ac ar gyfer llunwyr polisïau ac ymarferwyr. Y nod yw "cysylltu'r dotiau" yn y broses o greu gwerth rhwydweithiau creadigol.





## Dulliau cymysg o gasglu data

Mae'r ymchwil hon yn mabwysiadu **dulliau cymysg, gan ddod ag ymchwil ddesg, data arolwg a data gweithdy ynghyd**. Roedd ein diffiniad o rwydweithiau creadigol (wedi'i nodi uchod) yn sail i'r ymchwil ddesg i ddod o hyd i rwydweithiau creadigol yn y DU. Yn dilyn hynny gwnaethom wahodd y rhwydweithiau hyn - drwy reolwyr/cydgysylltwyr y rhwydwaith neu'r rheini sy'n gweithio i'r rhwydwaith - i gymryd rhan mewn arolwg. Nod yr arolwg oedd creu map manylach o rwydweithiau creadigol y DU; cael gwybod sut, pam a ble maen nhw'n bodoli; ac asesu eu gwahaniaethau a'u tebygrwydd ar sail chwe maen prawf (inspired by Komorowski, 2016, 2019).



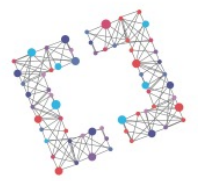
Y chwe maen prawf ar gyfer mapio rhwydweithiau creadigol:

1. Lleoliad a maint man gweithredu'r rhwydwaith creadigol;
2. Maes a maint y rhwydwaith creadigol;
3. Datblygiad (dibyniaeth-llwybr) y rhwydwaith creadigol;
4. Strwythur sefydliadol y rhwydwaith creadigol;
5. Gwasanaethau ac uchelgeisiau'r rhwydwaith creadigol;
6. Heriau'r rhwydwaith creadigol.



Gwnaethom gasglu data gany 22 o rwydweithiau creadigol yn y DU a ganfuwyd drwy'r ymchwil ddesg. Cymerodd 15 ohonynt ran mewn arolwg (rhwng Gorffennaf a Medi 2020 drwy Qualtrics), a 15 (edrychwch ar Dabl 1) mewn gweithdy dilynol a gynlluniwyd i greu fframwaith newydd ar y cyd ar gyfer deall y gwerth sy'n cael ei greu gan rwydweithiau creadigol. Cafodd y rheini a oedd wedi cymryd rhan yn y gweithdy eu gwahodd i rannu eu gwybodaeth am sut mae gwerth yn cael ei greu, a oedd yn gyfle i gasglu data manwl (drwy'r adnodd Miro) am y ffordd mae'r rhwydweithiau'n gweithredu.



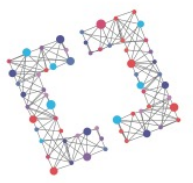


## Y CANFYDDIADAU - RHAN 1: MAPIO RHWYDWEITHIAU CREADIGOL

Mae Tabl 1 yn rhestru 22 o rwydweithiau creadigol yn y DU, sy'n gwasanaethu 21 o ddinasoedd/rhanbarthau (mae gan Fryste ddau rwydwaith sy'n cyd-fynd â'n diffiniad ni). Er nad yw'r rhestr hon o reidrwydd yn gwbl gyflawn, rydym yn hyderus ei bod yn cynnwys mwyafrif y rwydweithiau creadigol sefydledig sy'n bodloni ein meini prawf ac sydd wedi'u lleoli yn y DU.

Enw'r rwydwaith creadigol	Lleoliad	Maes y rwydwaith	Maint y rwydwaith (nifer y sefydliadau / gweithwyr llawrydd)	Blwyddyn sefydlu	Presenoldeb yn y gweithdy	Ymateb i'r arolwg
Cymuned Artis	Rhondda Cynon Taf	Diwydiannau creadigol	100-200	2018	✓	✓
Bristol Creatives	Bryste	Artistiaid gweledol a chymhwysol	900-1,000	2006	✓	✓
Bristol Creative Industries	Bryste	Diwydiannau creadigol	500-600	2005	✓	✓
Creative Bath	Caerfaddon	Diwydiannau creadigol	600-700	2008	-	✓
Caerdydd Creadigol	Caerdydd	Diwydiannau creadigol	3,000-4,000	2015	✓	✓
Sir Gâr Greadigol	Sir Gaerfyrddin	Ffilm / fideo, radio / teledu a cherddoriaeth	50-100	2018	✓	✓
Creative Clyde	Glasgow, yr Alban	Amh.	Amh.	Amh.	-	-
Creative Dundee	Dundee	Diwydiannau creadigol	200-300	2013	✓	✓
Creative Edinburgh	Caeredin, yr Alban	Diwydiannau creadigol	4,000-5,000	2001	✓	✓
Creative Gloucestershire	Swydd Gaerloyw	Amh.	Amh.	Amh.	-	-
Creative Kernow	Redruth	Diwydiannau creadigol	2,000-3,000	1995	✓	✓
Creative Lancashire	Swydd Gaerhirfryn	Diwydiannau creadigol	2,000-3,000	2004	-	✓
Creative Leicestershire	Swydd Gaerlŷr	Diwydiannau creadigol	Amh.	Amh.	✓	-
Creative Manchester	Manceinion	Diwydiannau creadigol	100-200	2018	✓	✓
Gogledd Creadigol	Caernarfon (Gorllewin Cymru)	Creadigrwydd digidol	100-200	2012	✓	✓
Creative Quarter Nottingham	Nottingham	Diwydiannau creadigol	700-1,000	2012	✓	✓
Creative Stirling	Stirling	Diwydiannau creadigol	Amh.	Amh.	-	-
Creative Swindon	Swindon	Amh.	Amh.	Amh.	-	-
Culture Central	Gorllewin Canolbarth Lloegr / Coventry	Y celfyddydau a diwylliant	Amh.	Amh.	✓	-
Culture Northern Ireland	Derry/Londonderry	Amh.	Amh.	Amh.	-	-
Sheffield Creative Guild	Sheffield	Diwydiannau creadigol	700-800	2016	✓	✓
Wired Sussex	Brighton	Cyfrngau a technolegau creadigol	1,500-2,000	2007	✓	✓
Cyfanswm wedi'u canfod: 22 o rwydweithiau creadigol	Nifer y dinasoedd: 21		Cyfanswm yr aelodau: >18,000		15	15

Tabl 1: Trosolwg o'r rwydweithiau creadigol a ganfuwyd.

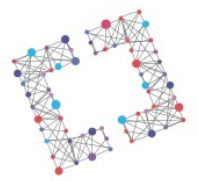


## Lleoliad y rhwydweithiau creadigol

Mae ein hymchwil yn dangos bod rhwydweithiau creadigol yn bodoli ar hyd a lled y DU, a'u bod wedi'u gwasgaru'n weddol dda ar draws y gwledydd a'r rhanbarthau (edrychwch ar Ffigur 1). Fel y gallem ddisgwyl, mae'r mwyafrif (65%) wedi'u lleoli mewn ardaloedd trefol mawr - er, fel y dywed Mommas (2004), mae rhwydweithiau creadigol yn bodoli mewn dinasoedd llai ac ardaloedd maestrefol hefyd.

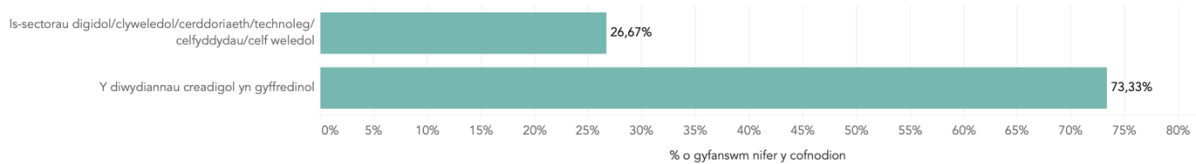


Ffigur 1: Gwasgariad daeryddol y rhwydweithiau creadigol a gafodd eu holi.



## Maes (prif sector) y rhwydweithiau creadigol

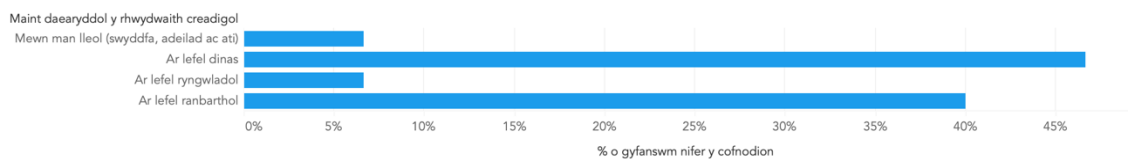
Mae mwyafrif y rhwydweithiau creadigol (71%) yn gwasanaethu'r diwydiannau creadigol cyffredinol. Mae'r gweddill, fel Wired Sussex neu Bristol Creative Industries, yn canolbwyntio ar grwpiau o is-sectorau, fel y sectorau digidol, clyweledol, cerddoriaeth, technoleg, celfyddydau (edrychwch ar Ffigur 2).



Ffigur 2: Maes sector y rhwydweithiau creadigol a gafodd eu holi.

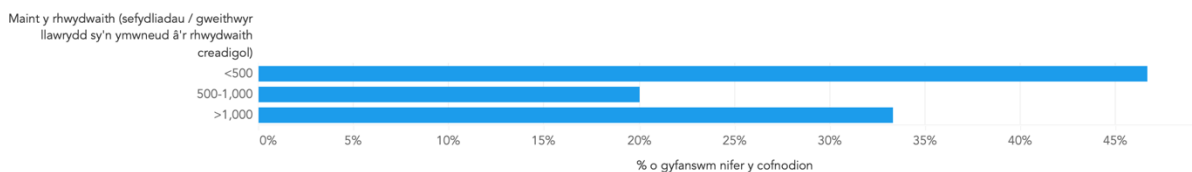
## Lleoliad y rhwydweithiau creadigol

Mae tua hanner (47%) y rhwydweithiau creadigol yn gweithredu ar lefel dinas. Mae hyn yn cael ei adlewyrchu yn enwau'r rhwydweithiau creadigol, sydd wedi mabwysiadu dull enwi tebyg sy'n awgrymu pwrpas cyffredin (Creative Bath, Caerdydd Creadigol, Creative Stirling ac ati). Mae cyfran debyg o rwydweithiau creadigol yn gweithio ar lefel ranbarthol (40%). Mae rhwydweithiau creadigol sy'n targedu ar lefel ryngwladol neu leol yn llai cyffredin (edrychwch ar Ffigur 3).



Ffigur 3: Maint daearyddol y rhwydweithiau creadigol.

Roedd maint aelodaeth y rhwydweithiau'n amrywio'n bur sylweddol. Mae gan draean (33%) fwy na 1,000 o aelodau, ac mae tua hanner (47%) yn cynnwys llai na 500 o sefydliadau / gweithwyr llawrydd (edrychwch ar Ffigur 4). Roedd nifer yr aelodau yn dibynnu ar faint y gweithgarwch, a hefyd ar y ffordd o ddynodi "aelodau".



Ffigur 4: Maint rhwydwaith y rhwydweithiau creadigol.

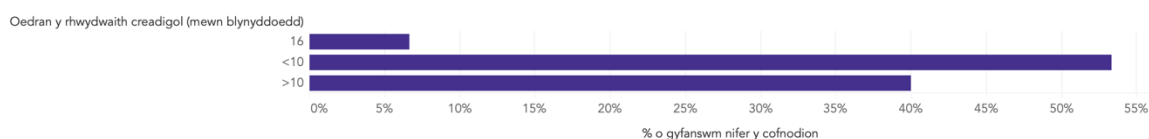
Gyda'i gilydd, mae rhwydweithiau creadigol yn y DU yn ymgysylltu â mwy na 18,000 o weithwyr llawrydd a busnesau creadigol (edrychwch ar Dabl 1). Rydym yn amcangyfrif bod hyn yn golygu bod rhwydweithiau creadigol yn y DU yn rhoi mynediad i oddeutu 6% o'r holl fusnesau creadigol yn y DU (gyda chyfanswm o 284,400 o fusnesau yn ôl DCMS). Gofynnwyd i ymatebwyr amcangyfrif faint o'r sector targed yn eu hardal ddaearyddol maen nhw'n ei gyrraedd drwy eu haelodau. Mae chwarter yn honni bod eu cyrhaeddiad yn eang - gan amcangyfrif eu bod yn cynnwys hyd at 90% o'r cwmnïau/sefydliadau creadigol yn eu



dinas/rhanbarth. Dywedodd tua 40% o'r rhwydweithiau eu bod yn cynnwys rhwng 10% a 40%.

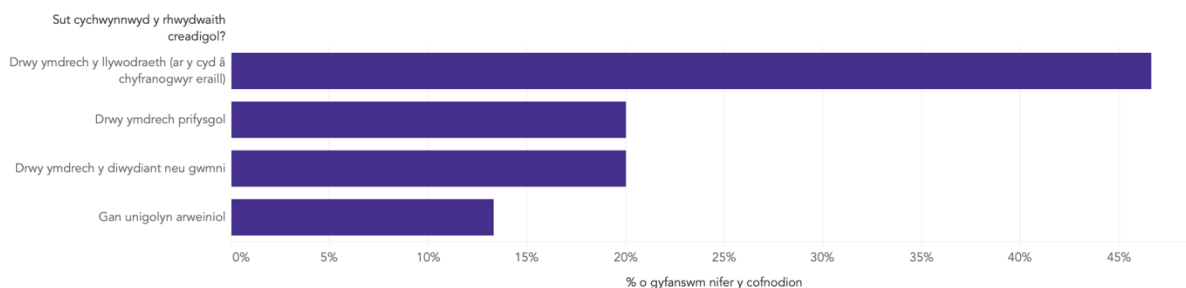
### Datblygiad rhwydweithiau creadigol

Mae nifer y rhwydweithiau creadigol yn y DU wedi cynyddu'n raddol dros yr 20 mlynedd diwethaf, ond gwelwyd mwy o dwf dros y 10 mlynedd diwethaf, gyda'r mwyafrif o rwydweithiau yn iau nag wyth mlwydd oed (53%). Gallwn nodi ddau brif gyfnod twf: 2004-2008 a 2015-2018 (edrychwch ar Ffigur 5).



Ffigur 5: Oedran y rhwydweithiau creadigol.

Mae Ffigur 6 yn edrych ar y prif ysgogiad i'r rhwydweithiau. Dechreuwyd cyfran sylweddol - 40% o'r rhwydweithiau creadigol - gyda chymorth gan y llywodraeth / awdurdod lleol, sy'n awgrymu patrwm clir o gefnogaeth gan lywodraeth leol. Mae'r ffaith mai dim ond 20% gafodd eu creu gan gwmnïau yn y diwydiannau creadigol yn dangos bod y rhan fwyaf o gwmnïau creadigol yn fach o ran maint, ac mae'n awgrymu er bod y cwmnïau'n fuddiolwyr (ac yn awyddus i gefnogi ac ymuno â rhwydweithiau) ei bod yn annhebygol y bydd gan y sector ei hun y gallu i ddatblygu rhwydwaith. Mae prifysgolion neu unigolion llawn cymhelliant hefyd yn allweddol i gychwyn rhwydweithiau creadigol.

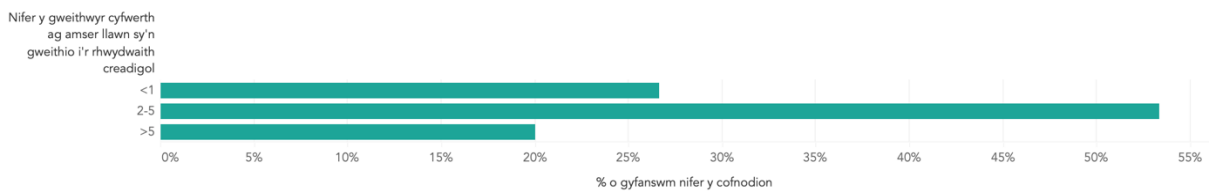
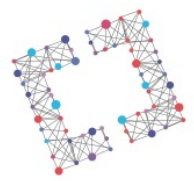


Ffigur 6: Sefydliadau sy'n cychwyn rhwydweithiau creadigol.

### Strwythur rhwydweithiau creadigol

O ran strwythur sefydliadol, mae mwyafrif (80%) y rhwydweithiau creadigol wedi'u cofrestru fel rhai nid-er-elw. Mae rhai ynghlwm wrth endidau cyfreithiol eraill (fel prifysgolion), neu'n gweithio fel cwmnïau buddiannau cymunedol, elusennau neu fentrau cymdeithasol.

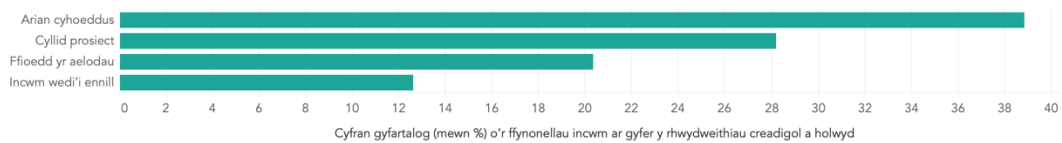
Mae gan rwydweithiau creadigol lawer o nodweddion tebyg i fusnesau newydd neu microfusnesau, gyda thua hanner yn cyflogi rhwng 2 a 5 o weithwyr amser llawn. Mae llawer ohonynt yn gweithredu heb allu cyflogi person amser llawn o gwbl, a dim ond ambell un sydd â digon o refeniw i gyflogi mwy na phump o bobl (edrychwch ar Ffigur 7). Wrth gymharu hyn â nifer yr aelodau maen nhw'n eu cefnogi (dros 18,000 - Ffigur 4 uchod), gallwn weld bod pob gweithiwr, i bob pwrpas, yn cefnogi cannoedd o fusnesau a gweithwyr llawrydd.



Ffigur 7: Nifer y gweithwyr cyfwerth ag amser llawn yn y rhwydweithiau creadigol.

### Strwythur cyllido rhwydweithiau creadigol

Arian cyhoeddus yw prif ffynhonnell refeniw rhwydweithiau creadigol, gyda thua 4 o bob 10 yn dweud mai dyna yw eu prif ffynhonnell incwm. Mae'r prif ffynonellau incwm eraill yn cynnwys cyllid sy'n gysylltiedig â phrosiect, ffioedd aelodaeth ac incwm arall maen nhw'n ei ennill (edrychwch ar Ffigur 8).

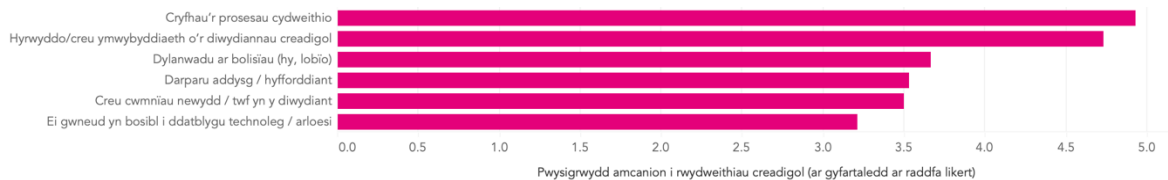


Ffigur 8: Ffynonellau incwm y rhwydweithiau creadigol.

Gwelsom wahaniaeth amlwg mewn ffynonellau incwm ar sail maint ac oedran rhwydweithiau creadigol. Po fwyaf sefydledig yw'r rhwydwaith creadigol, y mwyaf yw'r gyfran incwm mae'n ei ennill. Er bod hanner y rhwydweithiau a sefydlwyd yn fwy diweddar yn rhestru arian cyhoeddus fel eu prif ffynhonnell incwm, dim ond 3 o bob 10 o'r rhwydweithiau mwy sefydledig sy'n gwneud hynny. Yn fyr, mae'r mwyafrif (7 o bob 10) o'r rhwydweithiau mwy datblygedig a sefydledig wedi datblygu mwy o allu i ddibynnu ar ffioedd aelodau ac incwm arall maen nhw'n ei ennill.

### Nodau ac amcanion y rhwydweithiau creadigol

Pan ofynnwyd i'r rhwydweithiau amlinellu eu prif amcanion (Ffigur 9), roedd y mwyafrif wedi enwi dwy flaenoriaeth glir: cryfhau prosesau cydweithio, a chreu ymwybyddiaeth o'u diwydiannau creadigol lleol a'u hyrwyddo. Roedd amcanion pwysig eraill yn cynnwys dylanwadu ar bolisïau, darparu hyfforddiant, creu cwmnïau newydd a'i gwneud yn bosibl i arloesi (rydym yn trafod hyn yn fanylach isod).



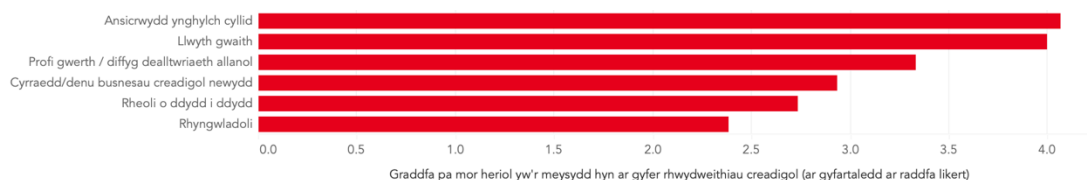
Ffigur 9: Amcanion y rhwydweithiau creadigol.

### Heriau'r rhwydweithiau creadigol

Y prif heriau sy'n wynebu rhwydweithiau creadigol (edrychwch ar Ffigur 10 a'r blwch testun) yw diffyg adnoddau – amser ac arian yn bennaf, gyda'r mwyafrif yn dweud mai ansicrwydd o ran cyllid a llwyth gwaith yw eu prif rwystrau. Fel rydym wedi nodi, mae'r gymhareb staff i aelodau'r rhwydwaith yn uchel yn aml iawn, ac mae hyn yn amlwg yn cyfyngu ar allu rhwydweithiau i gyflawni eu hamcanion. Mae'r drydedd her fwyaf – diffyg dealltwriaeth allanol



– yn fwy cyfnewidiol, ac mae'n awgrymu bod diffyg dealltwriaeth o hyd yn yr ecosystem ehangach o rôl, gwerth a statws rhai rhwydweithiau creadigol. Mae denu busnesau creadigol newydd fel aelodau yn swyddogaeth graidd, ond yn llai o bryder (sy'n awgrymu bod aelodau posibl yn deall eu gwerth).



Ffigur 10: Heriau'r rhwydweithiau creadigol.

## BETH YW'R HERIAU MWYAF I'CH RHWYDWAITH CREADIGOL CHI?

“Rydym yn cael ein hariannu gan ffi aelodaeth fach, ac mae'n debygol y bydd CV-19 yn cael effaith ddifrifol ar hynny wrth i artistiaid a gwneuthurwyr orfod gwario llai oherwydd prinder arian.”

“Oherwydd maint ein tîm, mae'r llwyth gwaith yn her ac yn ein rhwystro rhag cyflawni cymaint ag y byddem yn ei ddymuno.”

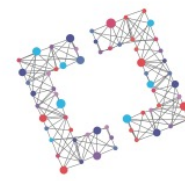
“Yr her fwyaf yw sicrhau cyllid yn y dyfodol y tu hwnt i'r ffrydiau presennol.”

“Rydym yn eithaf dibynnol ar gronfeydd prosiectau o'r UE - sydd â therfyn amser wrth gwrs, a does dim cronfeydd clir yn lle hynny eto.”

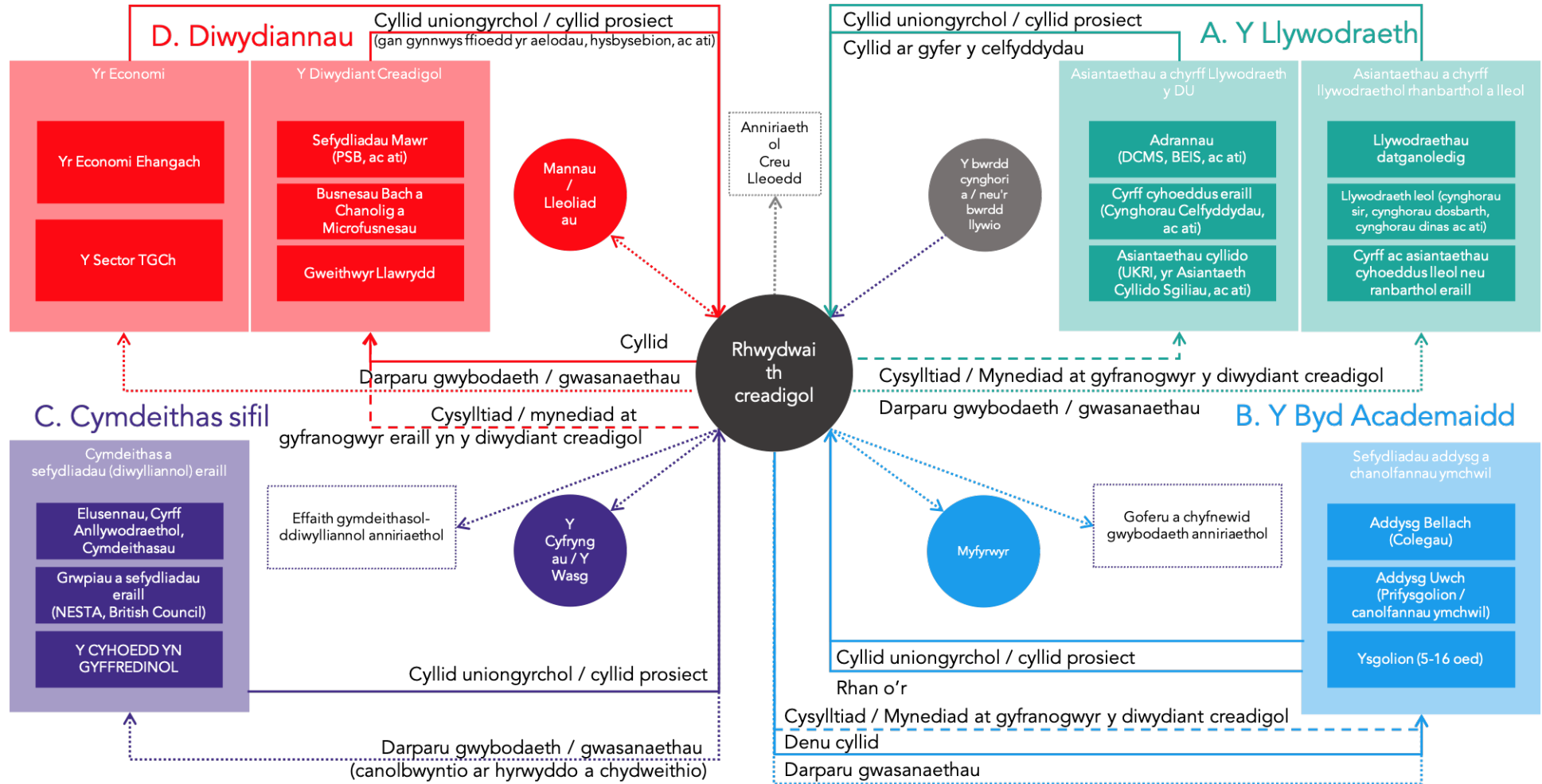
“Cael amser i wneud mwy.”

“Fel rhwydwaith - mae cyllid bob amser yn broblem.”

“Mae ein sefydliad o dan bwysau gan y ddinas, ac mae'n teimlo ein bod ni'n cael ein tynnu i sawl cyfeiriad - sgysiau twristiaeth/cynlluni o adferiad ar gyfer y ddinas - mae bod yn weladwy/dangos ein gwerth i'n cymuned, a chefnogi ein dinas ar yr un pryd, yn gallu bod yn anodd.”

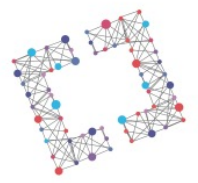


## CANFYDDIADAU - RHAN 2: Y GWERTH SY'N CAEL EI GREU GAN RWYDWEITHIAU CREADIGOL



Ffigur 11: Rhwydwaith gwerth rhwydweithiau creadigol.





Yn y rhan hon o'r adroddiad, rydym yn adeiladu ar ganfyddiadau ein harolwg yn rhan 1, ac yn defnyddio'r data mwy ansoddol o'r gweithdai i amlinellu rhwydwaith gwerth y rhwydweithiau creadigol. Mae Ffigur 11 yn dangos yn weledol sut mae rhwydweithiau creadigol yn creu gwerth a chysylltiadau rhwydwaith. Yn yr adrannau nesaf rydym yn diffinio ac yn disgrifio'r gwahanol gyfranogwyr a'r llifau rhyngddynt. Cyflwynir nifer o astudiaethau achos o rwydweithiau creadigol ledled y DU er mwyn rhoi enghreifftiau o'r gwerth sy'n cael ei greu gan rwydweithiau creadigol.

### Cyfranogwyr rhwydwaith gwerth y rhwydweithiau creadigol

Er mwyn nodi'r cyfranogwyr yn rhwydwaith gwerth y rhwydweithiau creadigol, rydym wedi mabwysiadu dull helics pedrwbl, sy'n cynnwys gwahanol fathau o gyfranogwyr ac yna'n defnyddio hyn i ystyried grwpiau o gyfranogwyr ac i nodi'r perthnasoedd a'r llifau gwerth rhwng y grwpiau dan sylw. Mae'r model helics pedrwbl (neu driphlyg i bumblyg) wedi cael ei ddatblygu a'i ddefnyddio mewn ymchwil academiaidd ynghylch arloesi a systemau arloesi (Carayannis & Campbell, 2012). Mae'r dull hwn, sy'n tynnu sylw at y broses o gyfnewid gwybodaeth, arbenigedd lleol a chydweithio rhwng cyfranogwyr, yn fframwaith gwerthfawr i ddadansoddi rhwydweithiau creadigol, sy'n ein galluogi ni i ddeall y perthnasoedd a'r gwerth sy'n cael ei greu rhwng y gwahanol gyfranogwyr. Fel y mae Hasche, Höglund a Linton (2020) yn datgan, mae'n bwysig ymchwilio'n ddyfnach i ficro-agweddau perthnasoedd yn y model helics pedrwbl i wella ein dealltwriaeth o berthnasoedd deinamig. Felly mae'r dull hwn yn cydnabod pedwar prif gyfranogwr mewn rhwydweithiau creadigol:

- A. Y Llywodraeth
- B. Y Byd Academiaidd
- C. Diwydiant
- D. Cymdeithas Sifil

### A. Y gwerth sy'n cael ei greu rhwng y llywodraeth a rhwydweithiau creadigol

Mae llywodraethau datganoledig a llywodraeth leol yn y DU wedi cydnabod fwy a mwy bwysigrwydd y diwydiannau creadigol i economïau lleol ac, fel y canfu'r arolwg, maen nhw'n rhan o'r broses o sefydlu rhwydweithiau creadigol ar hyd a lled y DU (edrychwch ar Ffigur 6 uchod). Felly mae llywodraethau (lleol, rhanbarthol, cenedlaethol a'r DU) yn gyfranogwr hanfodol yn rhwydwaith gwerth rhwydweithiau creadigol. Mae hyn yn cynnwys asiantaethau a chyrrff y llywodraeth sy'n gweithredu ar lefel y DU, gan gynnwys gwahanol Adrannau (DCMS, BEIS, ac ati), cyrrff cyhoeddus eraill (ee, Cynghorau Celfyddydau) ac asiantaethau cyllido (ee, UKRI, Yr Asiantaeth Ariannu Sgiliau). Mae hefyd yn cynnwys asiantaethau a chyrrff llywodraethau datganoledig, rhanbarthol a llywodraeth leol (ee, cynghorau sir, cynghorau dosbarth) a chyrrff ac asiantaethau cyhoeddus lleol a rhanbarthol eraill yn y DU (edrychwch ar Ffigur 11).

Mae dwy elfen i'r gwerth sy'n cael ei greu rhwng y llywodraeth a rhwydweithiau creadigol. Yn gyntaf, mae asiantaethau a chyrrff llywodraethol yn ymwneud â gweithgareddau rhwydweithiau creadigol, ac yn eu cyllido. Gall hyn gynnwys cyllid uniongyrchol neu drwy gyllid prosiectau. Mae hyn yn tanlinellu rôl ddeuol rhwydweithiau creadigol, i greu gwerth economaidd a diwylliannol (mae hyn yn cael ei drafod yn fanylach isod). Er enghraifft ffurfiwyd Portsmouth Creates yn 2019, yn dilyn yr argymhellion yn Adroddiad Stephen Browning (Arts



Council England a Victorious Festival) ar yr heriau, y diffyg cydlyniant ac uchelgais allbynnau diwylliannol yn Portsmouth. Mae Portsmouth Creates yn arwain partneriaeth strategol gyda Sefydliadau Addysg Uwch, awdurdodau lleol, cymdeithasau tai a diwydiant i gynyddu dyheadau gyrfa, i hyrwyddo amrywiaeth ac i feithrin talentau ar draws cymunedau Portsmouth a rhaniadau economaidd-gymdeithasol.

Mae rhwydweithiau creadigol hefyd yn creu gwerth i'r llywodraeth drwy ddarparu gwybodaeth a gwasanaethau i gyrff ac asiantaethau'r llywodraeth, yn ogystal â mynediad at gyfranogwyr eraill yn y rhwydwaith. Er enghraifft mae Creative Kernow yn darparu Cornwall 365, sy'n adeiladu rhwydwaith o gyfranwyr diwylliannol a busnesau twristiaeth i hyrwyddo Cernyw fel lleoliad blaenllaw ar gyfer diwylliant, y celfyddydau a threftadaeth.<sup>5</sup> Mae Gogledd Creadigol yn darparu fforwm i lobïo llunwyr polisïau drwy rannu gwybodaeth a data am y diwydiannau creadigol yn y rhanbarth drwy'r awdit a'r wefan, yn ogystal â threfnu cyfarfodydd gyda llunwyr polisïau.<sup>6</sup> Mae Caerdydd Creadigol wedi cydweithio â Chyngor Celfyddydau Cymru ar brosiect i gomisiynu pobl creadigol ym Mhrifddinas-Ranbarth Caerdydd i helpu i greu lleoedd ar gyfer "Ein lle creadigol - map stori" sy'n cynnwys pobl creadigol o Gymru.<sup>7</sup>

Fel y mae'r enghreifftiau hyn yn dangos, mae llunwyr polisïau yn aml yn ystyried rhwydweithiau creadigol yn gynrychiolwyr ar ran y diwydiannau creadigol lleol, sy'n cyfnewid gwybodaeth ac yn creu cylchoedd adborth rhwng y llywodraeth a chyfranwyr yn y diwydiant creadigol. Dyma ddisgrifiad cryno un o'r rheini a gymerodd ran yn y gweithdy o'r rôl hon y mae rhwydweithiau creadigol yn ei chyflawni: *"Rydyn ni'n aml yn cael ein gwahodd i weithgorau diwylliant, gweithgorau cenedlaethol, cyngor y ddinas, gweithgorau awdurdodau lleol. Mae [... ein gwaith] yn ymwneud â chreu cylchoedd adborth byrrach rhwng cymunedau, gweithwyr llawrydd a llunwyr polisïau, partneriaid, partneriaid cyllido, y ddinas ei hun, a dw i'n credu ein bod ni'n gwneud llawer o hynny. "*

Astudiaeth achos 1: Creu gwerth drwy gyllid y llywodraeth - Creative Edinburgh yn cydweithio â Creative Informatics<sup>8</sup>

Ochr yn ochr â Phrifysgol Caeredin, Prifysgol Napier Caeredin a CodeBase, mae Creative Edinburgh yn un o bartneriaid Creative Informatics. Drwy bum rhaglen gyllido allweddol a digwyddiadau rheolaidd, mae Creative Informatics yn rhoi cyfle i sefydliadau ac unigolion creadigol archwilio sut gall technolegau sy'n seiliedig ar ddata wella eu gwaith. Mae Creative Informatics yn bartneriaeth sy'n rhoi cyfle i unigolion a sefydliadau archwilio sut gall technolegau sy'n seiliedig ar ddata wella eu gwaith. Mae'r bartneriaeth yn cael ei chyllido gan Raglen Clystyrau'r Diwydiannau Creadigol, sy'n cael ei rheoli gan Gyngor Ymchwil y Celfyddydau a'r Dyniaethau fel rhan o'r Strategaeth Ddiwydiannol, gyda chefnogaeth

<sup>5</sup> <https://cornwall365.org.uk/>

<sup>6</sup> <http://creativenorth.wales/downloads/creative%20audit%20october%202018%20v2.pdf>

<sup>7</sup> <https://creativecardiff.org.uk/our-creative-place-story-map>

<sup>8</sup> <https://members.creative-edinburgh.com/event-3606365>



ychwanegol gan Gyngor Cyllido'r Alban. Mae'r rhaglen yn rhan o fenter Data Driven Innovation y Fargen Dinas-Ranbarth.

## B. Creu gwerth rhwng y byd academiaidd a rhwydweithiau creadigol

Mae darparwyr addysg gan gynnwys prifysgolion, colegau, canolfannau ymchwil, sefydliadau addysg broffesiynol, mentrau dysgu gydol oes ac ysgolion yn aml yn rhan o rwydwaith gwerth y rhwydwaith creadigol (edrychwch ar Ffigur 11). Fel cyrff ac asiantaethau llywodraethol, gall sefydliadau academiaidd hefyd fod yn gatalydd ar gyfer rhwydweithiau creadigol drwy gyllid uniongyrchol a chyllid prosiect. Mae rhai rhwydweithiau creadigol yn rhan o brifysgol ac yn derbyn yr holl incwm, neu ran ohono, gan y brifysgol. Mae Caerdydd Creadigol, sy'n rhan o Brifysgol Caerdydd, yn un enghraifft o'r trefniant hwn (edrychwch ar astudiaeth achos 2).

Gall rhwydweithiau creadigol ddarparu mynediad at sefydliadau academiaidd a chysylltu'r diwydiannau creadigol â'r sefydliadau hynny. Gallant hefyd greu cysylltiad rhwng diwydiannau creadigol ac ymchwilwyr sy'n ceisio ymgysylltu â busnesau creadigol ac ymchwilio iddynt. Mae hyn yn gwella'r cydweithio ar gyfer ymchwil, arloesi a sgiliau, gyda rhwydweithiau creadigol yn cynnig cysylltiadau i fyfyrwyr drwy brofiad gwaith i fyfyrwyr a chyfle i ddatblygu sgiliau ar gyfer cwmnïau creadigol. Mae Caerdydd Creadigol yn cynnig amrywiaeth o ffyrdd i fyfyrwyr yn y ddinas gael profiad gwaith fel Cynhyrchwyr Creadigol i weithio ar raglen ymgysylltu a digwyddiadau Caerdydd Creadigol, ac maen nhw'n cael eu talu drwy gynllun Siop Swyddi Prifysgol Caerdydd. Gall rhwydweithiau creadigol hefyd ddenu cyllid ar gyfer y brifysgol. Mae amryw o brosiectau ymchwil ac ymgysylltu a gyflawnwyd gan Caerdydd Creadigol ar gyfer y British Council yn enghraifft o hyn.<sup>9</sup>

### Astudiaeth achos 2: Creu gwerth drwy gydweithio â'r byd academiaidd - Caerdydd Creadigol yn adeiladu'r Uned Economi Greadigol ym Mhrifysgol Caerdydd

Mae Caerdydd Creadigol, fel rhan o Brifysgol Caerdydd, yn arwain y ffordd ac wedi adeiladu Uned Economi Greadigol (CEU) yn y brifysgol. Cylch gwaith cychwynnol yr Uned oedd datblygu prosesau ymgysylltu a oedd yn seiliedig ar ymchwil. Dechreuodd drwy greu rhwydweithiau o ymchwilwyr yn y Brifysgol ac ymchwilio i rwydweithiau creadigol dinasoedd/rhanbarthol a oedd eisoes yn bodoli (mewn lleoedd fel Bryste, Brighton, Caeredin), gan adeiladu ar arferion gorau yn y DU a mapio'r economi greadigol yng Nghaerdydd.<sup>10</sup>

## C. Creu gwerth rhwng cymdeithas sifil a rhwydweithiau creadigol

Dyma enghreifftiau o rai o'r cyfranogwyr pwysig mewn cymdeithas sifil sy'n rhan o'r rhwydwaith: elusennau, sefydliadau nid-er-elw, cyrff anllywodraethol, cymdeithasau a

<sup>9</sup> [https://creativecardiff.org.uk/sites/default/files/Mapping%20report%20for%20web%20WELSH\\_0.pdf](https://creativecardiff.org.uk/sites/default/files/Mapping%20report%20for%20web%20WELSH_0.pdf)

<sup>10</sup> <https://www.cardiff.ac.uk/cy/creative-economy>



sefydliadau eraill fel NESTA neu'r British Council (edrychwch ar Ffigur 11). Yn yr enghreifftiau hyn, mae gwerth yn y rhwydwaith yn cael ei greu drwy bartneriaethau a gwasanaethau a gynigir i sefydliadau o'r fath. Gall fod yn bartneriaeth gyda sefydliad diwylliannol i gydweithio ar gyfer digwyddiad. Er enghraifft, bu Caerdydd Creadigol yn cydweithio â'r Porth Cymunedol, rhaglen ymgysylltu Prifysgol Caerdydd sy'n trefnu partneriaethau rhwng y brifysgol a'r gymuned, am flwyddyn i gynnal amryw o ddigwyddiadau a phrosiectau. Mae wedi lansio dros 48 o brosiectau rhwng y gymuned a'r brifysgol, gan greu cysylltiadau rhwng staff a myfyrwyr y Brifysgol a thrigolion Grangetown i helpu i wireddu syniadau sydd o dan arweiniad y gymuned.<sup>11</sup> Mae'r rhan fwyaf o rwydweithiau creadigol hefyd yn ymgysylltu llawer â'r cyfryngau a'r wasg er mwyn ymgysylltu â'r cyhoedd yn ehangach. Mae rhwydweithiau creadigol yn aml yn hyrwyddo prosiectau creadigol neu'r diwydiannau creadigol lleol drwy bresenoldeb y rhwydweithiau creadigol ar y we, a gwaith cyfathrebu a chysylltiadau cyhoeddus.

Mae sefydliadau cymdeithas sifil, fel y nodwyd uchod, hefyd yn ymwneud â gweithgareddau cyllido rhwydweithiau creadigol. Mae hyn yn cynnwys, er enghraifft, cyllid drwy'r British Council (fel sy'n cael ei ddisgrifio uchod), NESTA neu sefydliadau eraill (nad ydyn nhw'n rhan o'r llywodraeth).

#### D. Creu gwerth rhwng diwydiant a rhwydweithiau creadigol

Yn olaf, mae rhwydweithiau creadigol yn ymgysylltu ag ystod o fusnesau a gweithwyr llawrydd o'r diwydiannau creadigol. Er bod sefydliadau creadigol mawr yn gweithio gyda rhwydweithiau creadigol (ee, mae BBC Cymru Wales yn un o sylfaenwyr Caerdydd Creadigol), mae mwyafrif y busnesau creadigol maen nhw'n gweithio gyda nhw yn fusnesau bach neu'n microfusnesau (ac yn fusnesau bach a chanolig) neu'n weithwyr llawrydd. Fel sy'n cael ei drafod uchod, mae rhwydweithiau creadigol yn y DU yn ymgysylltu â mwy na 18,000 o weithwyr llawrydd a busnesau creadigol (edrychwch ar Ffigur 4).

Mae hefyd yn bwysig tynnu sylw at yr effaith y mae rhwydweithiau creadigol yn ei chael ar yr economi ehangach ac ar sectorau eraill o ran creu gwerth (edrychwch ar Ffigur 11). Er bod gweithgareddau rhwydweithiau creadigol yn canolbwyntio ar y diwydiannau creadigol lleol, mae tystiolaeth bod sefydliadau mewn sectorau eraill yn creu gwerth yn y rhwydwaith. Mae hyn yn cynnwys, er enghraifft, partneriaethau neu gydweithrediadau â chwmnïau neu sefydliadau o'r fath. Er enghraifft, aeth Caerdydd Creadigol ati i sefydlu Grŵp Cydweithio - partneriaeth â nifer o fannau cydweithio ar gyfer cynnal cyfarfodydd a digwyddiadau, sy'n annog rheolwyr hybiau i gydweithio. Nid dim ond gweithwyr llawrydd a busnesau yn y diwydiannau creadigol sy'n cael eu targedu gan fannau cydweithio, sy'n dangos felly yr effaith y gall rhwydweithiau creadigol ei chael ar fannau, lleoedd a gweithgareddau y tu hwnt i'r diwydiannau creadigol.

Roedd ymchwil flaenorol eisoes wedi tynnu sylw at y cysylltiadau cryf y gall y diwydiant creadigol eu creu rhwng gwahanol ddiwydiannau a'r diwydiannau creadigol, yr effeithiau goferu arnynt a'r effaith gyffredinol ar yr economi. Mae canfyddiadau Zhao, O'Mahony, a

<sup>11</sup> <https://creativecardiff.org.uk/cy/node/5233/prosiectau/porth-cymunedol>



Qamarreveal (2020) yn dangos bod perthynas gadarnhaol a rhyngweithiol yn bodoli rhwng gweithwyr creadigol a TGCh, a hefyd bod y cyfuniad o weithwyr creadigol a TGCh yn arwain at lefelau uwch o dwf gwerth ychwanegol gros (GVA). Gallen hefyd ddod o hyd i lawer o weithgareddau creu gwerth rhwng rhwydweithiau creadigol a'u sector TGCh lleol. Er enghraifft mae Creative Quarter Nottingham yn gweithio ar Big House, rhaglen sy'n dod â llawer o bartneriaid ynghyd, gan gynnwys Derby QUAD, Theatr Derby, NBV Enterprise Solutions Ltd, New Art Exchange - NAE, D2N2 Growth Hub, Prifysgol Nottingham Trent, Hive, Cyngor Dinas Nottingham ac Ysgol y Celfyddydau ym Mhrifysgol Derby. Mae Big House yn cefnogi busnesau newydd creadigol a digidol, busnesau newydd posibl, a busnesau bach a chanolig yn y sectorau creadigol a digidol drwy, er enghraifft, grant Big House CDI a rhaglen The Elevator.<sup>12</sup> Mae Caerdydd Creadigol wedi sefydlu De Cymru Trochol, sef cyfarfod chwarterol i'r rheini sy'n gweithio ym maes technoleg ymgolli yn yr ardal ddod at ei gilydd yn rheolaidd.<sup>13</sup>

Yn olaf, mae'n bwysig pwysleisio'r rôl y mae rhwydweithiau creadigol yn ei chwarae drwy greu cysylltiad rhwng gweithwyr llawrydd a busnesau yn y diwydiannau creadigol. Fel sydd wedi cael ei drafod uchod (edrychwch ar Ffigur 6), gan fod y rhan fwyaf o gwmnïau creadigol yn fach o ran maint, mae busnesau'n awyddus i gefnogi ac ymuno â rhwydweithiau, ond mae'n annhebygol y bydd gan y sector ei hun y gallu i ddatblygu rhwydwaith.

### Astudiaeth achos 3: Dod â chyfranwyr y diwydiant creadigol at ei gilydd - rhaglen Amps Creative Dundee

Mae rhwydwaith Amps Creative Dundee yn gymuned o bobl sy'n creu ac yn meithrin creadigrwydd yn Dundee. Mae'r gymuned yn dod at ei gilydd yn rheolaidd, ar-lein ac all-lein, i rannu newyddion a syniadau, i drafod materion cyfredol ac i adeiladu dyfodol y ddinas ar y cyd. Mae rhwydwaith Amps yn gyfle i fod yn fwy gweladwy a chysylltiedig o fewn y gymuned creadigol leol drwy ddigwyddiadau sydd wedi'u cynllunio er mwyn creu cysylltiadau, arddangos prosiectau lleol, a datblygu cydweithrediadau ledled Dundee a thu hwnt. Mae aelodau'r rhwydwaith yn gymwys ar gyfer y gronfa Community Ideas, sy'n cael ei dyfarnu unwaith y flwyddyn. Mae rhwydwaith Amps yn cael ei gyllido drwy ffoedd yr aelodau. O bob tanysgrifiad Amps, mae 50% yn mynd tuag at y gronfa. Mae'r 50% arall o'r holl danysgrifiadau yn mynd tuag at gomisiynu pobl creadigol leol i wneud gwaith sy'n tynnu sylw at faterion cyfredol pwysig. Mae hefyd yn galluogi Creative Dundee i ddarparu digwyddiadau Pecha Kucha, i roi lluniau gyda chynnwys gwreiddiol ar y wefan ac i gynnig digwyddiadau a chyfleoedd rheolaidd i ddod at ei gilydd.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> <https://bighouse.org.uk/>

<sup>13</sup> <https://creativecardiff.org.uk/cy/node/5233/prosiectau/de-cymru-trochol>

<sup>14</sup> <https://createdundee.com/amps-network/>



## Llifau gwerth yn rhwydwaith gwerth y rhwydweithiau creadigol

Fel y dangosir uchod, mae llifau penodol yn cael eu creu gan gyfranogwyr penodol sy'n creu ac yn lledaenu gwerth yn y rhwydwaith gwerth. Yn yr adran hon, rydym yn trafod yn fanylach y llifau gwerth rydym wedi sôn amdanynt uchod. Oherwydd nodweddion unigryw rhwydweithiau creadigol, mae angen i'r broses o greu gwerth ystyried i ba raddau y mae gwerth economaidd yn ddim ond un rhan o system werth gymhleth (wrth gymharu â rhwydweithiau gwerth arferol cwmnïau). Gwelsom fod rhwydweithiau creadigol yn cofleidio amrywiaeth o werthoedd diwylliannol a chymdeithasol ychwanegol, yn ogystal â gwerthoedd anniriaethol eraill (y mae'n anoddach eu meintoli, eu mesur a'u holrhain). Mae hyn yn anochel yn rhannol mewn sector sy'n gweithredu ar gontinwmm rhwng gwerth economaidd a gwerth diwylliannol, sy'n cynnwys sector diwylliannol sy'n cael cymorth ariannol a'r diwydiannau creadigol masnachol (gyda llawer o dir canol rhyngddynt). Rydym wedi categorio'r llifau gwerth yn rhwydwaith y rhwydweithiau creadigol yn bedwar categori (mae'r rhain i'w gweld yn Ffigur 11 hefyd):

- a. Llifau gwerth ariannol
- b. Llifau gwerth cydweithredu a chydweithio
- c. Llifau gwerth gwasanaeth a gwybodaeth
- d. Llifau eraill â gwerth anniriaethol

### a. Llifau gwerth ariannol mewn rhwydweithiau creadigol (cyllid uniongyrchol, cyllid prosiect)

Datgelodd yr arolwg mai arian cyhoeddus yw prif ffynhonnell refeniw (o ran llifau gwerth ariannol) rhwydweithiau creadigol, gyda thua 4 o bob 10 yn dweud mai dyna yw eu prif ffynhonnell incwm (edrychwch ar Ffigur 8 uchod). Mae'r prif ffynonellau incwm eraill yn cynnwys cyllid prosiect, ffioedd aelodaeth ac incwm arall maen nhw'n ei ennill. Gall y math hwn o arian ddod gan bob cyfranogwr yn y rhwydwaith, gan gynnwys y llywodraeth, y byd academiaidd, sefydliadau cymdeithas sifil a diwydiant. Mae llawer o rwydweithiau creadigol yn dibynnu, er enghraifft, ar ffioedd aelodaeth gan aelodau'r sector (edrychwch ar astudiaeth achos 4). Gellir codi incwm arall drwy hysbysebu ar wefan y rhwydwaith neu gylchgrawn a gyhoeddir yn rheolaidd.

Ar y cyfan, gwelsom fod llawer o rwydweithiau creadigol yn cael trafferth creu incwm (os nad oes cysylltiad pendant â sefydliad mawr neu gyhoeddus), ac mae ffynonellau incwm yn cydfynd â maint ac oedran rhwydweithiau creadigol. Po fwyaf sefydledig yw'r rhwydwaith creadigol, y mwyaf yw'r gyfran incwm mae'n ei ennill. Fel y mae Ffigur 10 yn dangos uchod, sicrhau cyllid yw'r her fwyaf brys sy'n wynebu rhwydweithiau creadigol. Ar yr un pryd, mae rhwydweithiau creadigol yn creu gwerth ariannol uniongyrchol a chyllid ar gyfer cyfranogwyr eraill yn y rhwydwaith. Gall hyn gynnwys denu cyllid prosiect i brifysgolion drwy'r rhwydwaith creadigol, yn ogystal â'r rhwydwaith creadigol yn cyllido'n uniongyrchol - neu'n gyswllt i ddosbarthu cyllid - busnesau creadigol (edrychwch ar astudiaeth achos 3).

### Astudiaeth achos 4: Creu cyllid ac incwm ar gyfer rhwydweithiau creadigol - aelodaeth Bristol Creative Industries





Mae Bristol Creative Industries yn cynnig aelodaeth fesul haen sy'n seiliedig ar wahanol gyfraddau, gan ddibynnu ar yr haen. Am £45 y flwyddyn, mae'n cynnig y gyfradd Unigolion a Busnesau Newydd ar gyfer gweithwyr llawrydd, busnesau bach a busnesau newydd sydd â throshant o lai na £150k. Ar gyfer busnesau ac asiantaethau sefydledig ac sy'n tyfu sydd â 2 neu fwy o weithwyr, mae'n cynnig cyfradd fusnes o £120 y flwyddyn. Mae'r aelodaeth Myfyrwyr a Graddedigion yn rhad ac am ddim. Mae manteision aelodaeth yn cynnwys rhoi cyfle i aelodau arddangos eu busnes drwy'r cyfeirlyfr aelodau, cymryd rhan yn nigwyddiadau'r diwydiant, hysbysebu swyddi am ddim, a hunan-gyhoeddi newyddion a rhoi gostyngiadau mewn siopau lleol.<sup>15</sup>

b. Llifau gwerth cydweithredu a chydweithio mewn rhwydweithiau creadigol (cysylltiadau â chyfranogwyr a mynediad atynt)

Un o'r ffyrdd pwysicaf o greu gwerth yn y rhwydwaith a gychwynnwyd gan rwydweithiau creadigol yw cydweithredu a chydweithio. Rydym yn tanlinellu hyn fel llif nodedig sy'n cysylltu'r holl gyfranogwyr yn y rhwydwaith drwy'r rhwydwaith creadigol. Mae rhwydweithiau creadigol yn dod â gwahanol gyfranogwyr y rhwydwaith at ei gilydd mewn amrywiol ffyrdd: drwy, er enghraifft, ddigwyddiadau rhwydweithio neu restr neu gyfeiriadur rhwydwaith, y mae aelodau'r rhwydwaith yn ei ddefnyddio i ddod o hyd i gysylltiadau yn eu diwydiannau creadigol lleol. Dangosodd yr arolwg fod yr holl ymatebwyr yn cynnig digwyddiadau rhwydweithio, ac mae 9 o bob 10 yn dweud bod y rhain yn cynnig mynediad i'w rhwydwaith. Mae Caerdydd Creadigol, er enghraifft, yn cynnal digwyddiadau Cydweithio! yn fisol er mwyn ceisio dod â phobl greadigol at ei gilydd i hybu cydweithio<sup>16</sup> (edrychwch ar astudiaeth achos 5 hefyd). Mae Creative Edinburgh yn cynnal Cynllun Mentora, sy'n ceisio cynorthwyo unigolion a pherchnogion busnes drwy eu rhoi mewn cysylltiad â Mentoriaid profiadol.<sup>17</sup>

Mae consensws ym maes ymchwil bod cydweithio rhwng busnesau creadigol yn arwain at ddefnyddio gwybodaeth yn fwy effeithlon (Stejskal et al., 2018). Mae rhwydweithiau creadigol yn cael eu cydnabod fel catalydd sy'n ei gwneud yn bosibl i gydweithredu a chydweithio. Fodd bynnag, mae olrhain a mesur effaith uniongyrchol gweithgareddau rhwydweithiau creadigol ar gydweithredu a chydweithio yn aml yn anodd ei fesur a'i profi.

Astudiaeth achos 5: Creu cysylltiad rhwng busnesau creadigol a chynghorwyr - y cynllun Cultivate gan Creative Kernow

Mae'r cynllun Cultivate gan Creative Kernow yn gynllun sy'n rhoi cymorth i fusnesau creadigol. Mae'n cynnwys amrywiaeth o fesurau cymorth ar gyfer busnesau creadigol drwy bartneriaid a gyda phartneriaid, gan gynnwys cyngor busnes un i un, grantiau buddsoddi creadigol, cymhellion interniaeth, mentora arbenigol, grantiau datblygu sgiliau a rhaglen allgludo greadigol. Mae gan y cynllun dîm o gynghorwyr sydd â dealltwriaeth fanwl o wahanol

<sup>15</sup> <https://bristolcreativeindustries.com/join/#Individual-startup-membership>

<sup>16</sup> <https://creativecardiff.org.uk/cy/node/5232/digwyddiadau>

<sup>17</sup> <https://creative-edinburgh.com/what-we-do/mentoring>





rannau o'r diwydiannau creadigol, ynghyd â'r wybodaeth a'r profiad i gefnogi a chydweithio â busnesau creadigol.<sup>18</sup>

c. Llifau gwerth gwasanaeth a gwybodaeth mewn rhwydweithiau creadigol (darparu gwasanaethau a gwybodaeth)

Mae rhwydweithiau creadigol yn cynnig gwasanaethau o bob math, ac o'r herwydd, maen nhw'n cyfrannu at lifau gwerth ychwanegol sy'n ymwneud â gwasanaeth a gwybodaeth. Canfu ein harolwg y gall hyn gynnwys rhwydweithiau creadigol yn cynnig gweithdai a hyfforddiant, ymchwil a datblygu, rhaglenni mentora (gweler uchod), offer, gofod stiwdio, rhannu desgiau neu fannau cydweithio, a rhaglenni deori ymhlith eraill.

Gall yr wybodaeth sy'n cael ei chynhyrchu gan rwydweithiau creadigol fod yn hollbwysig i wynebau newydd yn y diwydiant er mwyn deall a gweithredu yn y diwydiannau creadigol lleol. Mae enghreifftiau o weithgareddau'n cynnwys cyhoeddi ymchwil gan y rhwydweithiau creadigol, darparu gwybodaeth am fannau cydweithio er enghraifft, neu rannu gwybodaeth arall mewn digwyddiadau a drwy weithgareddau eraill rhwydweithiau creadigol (edrychwch ar astudiaeth achos 6). Mae rhwydweithiau creadigol hefyd yn creu llifau eraill o wybodaeth (Bathelt & Gräf, 2008), fel yr esboniodd un person a fu'n cymryd rhan yn y gweithdy: *"Rydyn ni'n gwneud llawer o gyfrannu torfol, ac rydyn ni'n ymgysylltu llawer â dinasyddion a chymunedau creadigol, ac yn rhannu'r wybodaeth rydyn ni'n ei chael â [llunwyr polisïau]. Y bobl sydd angen clywed yr wybodaeth."* Er bod y gwasanaethau a gynigir gan rwydweithiau creadigol yn cynnwys rhaglenni amrywiol ac, er enghraifft, cyhoeddi adroddiadau a data, mae hefyd yn eithaf anodd cofnodi'r llifau hyn a mesur gwir effaith rhwydweithiau creadigol.

Astudiaeth achos 6: Ymrwymiad a phecynnau cymorth a ddarperir gan rwydweithiau creadigol - manifesto talent Wired Sussex

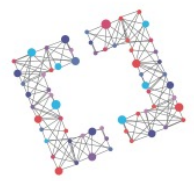
Mae manifesto talent Wired Sussex yn ymrwymiad ar y cyd sy'n cefnogi nod y rhwydwaith o wneud y rhanbarth y lle gorau yn y DU i unrhyw un greu gyrfa llawn boddhad yn y maes digidol. Mae'r manifesto hwn yn cynnig ymrwymiad ar y cyd y gall busnesau ymrwymo iddo er mwyn cefnogi'r uchelgais i wneud Brighton Fwyaf y lle gorau yn y DU i weithio yn y sector digidol. Bydd yr aelodau'n gwneud Addewid, ac yn cael pecyn cymorth Amrywiaeth a Chynhwysiant.<sup>19</sup>

d. Llifau gwerth eraill anniriaethol yn y rhwydwaith creadigol (ee, creu lleoedd, effaith gymdeithasol-ddiwylliannol, goferu a chyfnewid gwybodaeth yn anuniongyrchol)

Er bod y llifau gwerth sydd wedi cael eu disgrifio hyd yma yn canolbwyntio mwy ar ffyrdd ffurfiol o greu gwerth y gellir ei gofnodi drwy weithgareddau, mae rhwydweithiau creadigol

<sup>18</sup> <https://cultivatorcornwall.org.uk/>

<sup>19</sup> <https://www.wiredsussex.com/initiative/1310656/skills-talent-and-diversity>



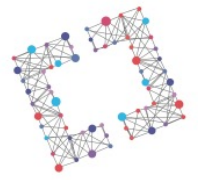
yn meithrin gwerthoedd eraill anniriaethol. Yma rydym yn diffinio gwerthoedd anniriaethol fel gwerthoedd nad ydynt mor hawdd i'w cofnodi drwy fesur llifau ariannol, nwyddau a gwasanaeth neu weithgareddau uniongyrchol eraill y rhwydwaith creadigol. Dyma sy'n gwahaniaethu rhwng rhwydwaith gwerth rhwydweithiau creadigol a rhwydwaith gwerth arferol cwmnïau a diwydiannau eraill. Yn ôl eu natur, mae'r diwydiannau creadigol yn cyfrannu at wahanol fathau o ymyrraeth ac ystyr cymdeithasol. Mae cynulleidfaoedd y diwydiannau creadigol yn gweithredu'n llwyr fel dinasyddion (llunio ystyron cymdeithasol o straeon, syniadau, delweddu a hunaniaethau a defnyddio gofodau creadigol, sy'n safle allweddol i lawer o'n rhyngweithio cymdeithasol) ac fel defnyddwyr (dilysu dewisiadau penodol drwy'r farchnad a sbarduno cyd-greu fwy a mwy). Gyda'r rhwydweithiau creadigol yn gwbl ganolog i ddiwydiannau creadigol lleol, mae creu'r lle a hunaniaeth gymdeithasol-ddiwylliannol yn dod yn werth pwysig sy'n cael ei greu gan rwydweithiau creadigol.

Gall y teimlad o fod yn rhan o rwydwaith, ac o berthyn i'r un rhwydwaith, greu ymddiriedaeth ac arwain at gydweithredu agosach a goferu gwybodaeth. Rydym wedi canfod bod rhwydweithiau creadigol yn creu teimlad o hunaniaeth leol sy'n cael ei gofnodi drwy lifau gwerth diwylliannol (edrychwch ar astudiaeth achos 7), neu'n creu manau cymdeithasol sydd â gwerth cymdeithasol. Mae hyn hefyd yn cynnwys creu effeithiau goferu yn y diwydiannau creadigol y tu hwnt i'w sector (fel sy'n cael ei ddisgrifio uchod). Mae'r effeithiau goferu yma, fel maen nhw'n cael eu galw, yn cael eu disgrifio mewn llenyddiaeth fel y prosesau lle mae gweithgaredd yn y diwydiannau creadigol yn cael effaith ehangach ddilynol ar leoedd, ar gymdeithas neu ar yr economi wrth i gysyniadau, syniadau, sgiliau, gwybodaeth a gwahanol fathau o gyfalaf ymledu (Fesel, 2015). Mae eraill wedi awgrymu bod rhwydweithiau diwydiannau creadigol yn dibynnu ar gyfalaf cymdeithasol rhwydwaith ac ar werth symbolaidd diwydiannau creadigol a diwylliant yn ehangach, a bod y rhwydweithiau'n ychwanegu atynt wrth gyfrannu at werth symbolaidd hunaniaeth y lleoliad (Harvey et al., 2012; Zukin, 1996). Mae rhwydweithiau creadigol hefyd yn creu lleoedd i rwydweithio'n rhyngpersonol, a lle gall gwybodaeth, perthnasoedd a dealltwriaeth ymhlyg gael eu datblygu drwy gyfarfyddiad personol (Gertler, 2003). Er bod y gwerthoedd anniriaethol hyn wedi cael eu harchwilio mewn ymchwil, mae llawer i'w ddysgu o hyd am rôl rhwydweithiau creadigol yn y maes hwn sy'n creu gwerth.

#### Astudiaeth achos 7: Creu gwerth diwylliannol ac ystyr lle - llwybr celfyddydau 'We Believe' Portsmouth Creates

Cafodd llwybr celfyddydau 'We Believe' Portsmouth Creatives ei ddatblygu mewn partneriaeth â Chyngor Dinas Portsmouth. Cafodd pob artist ei ficrogomisiynu i greu poster, o dan y thema 'We Believe – expressions of hope & optimism for our city beyond covid-19.' Artistiaid oedd yn gyfrifol am y llwybr, a gofynnwyd i artistiaid greu darn a oedd yn cynrychioli beth oedd y thema yn ei olygu iddyn nhw. Mae'r llwybr yn daith gerdded hanner awr o amgylch Portsmouth y gall y gymuned leol ei fwynhau.<sup>20</sup>

<sup>20</sup> <https://www.portsmouthcreates.co.uk/we-believe/>



## TRAFODAETH A CHASGLIADAU

Mae rhwydweithiau creadigol yn groesffordd ganolog rhwng amrywiaeth eang o gyfranogwyr mewn rhwydwaith sefydledig. Mae pob categori o gyfranogwyr yn cael gwerth gan y rhwydwaith creadigol, ac ar yr un pryd, yn creu gwerth i'r rhwydwaith creadigol.

Y rhwydwaith creadigol sy'n dod â'r rhwydwaith yn fyw, wrth iddo weithredu yn y bylchau rhwng gwahanol gyfranogwyr fel cynullydd, sianel gyfathrebu a chatalydd. Mae'r rhwydwaith yn gwbl ganolog i'r system hon, ac mae'r holl gyfranogwyr ym mhob maes yn gwerthfawrogi'r rhwydwaith mewn gwahanol ffyrdd. Felly, y prif gyfranogwr creu gwerth yn y rhwydwaith yw'r rhwydwaith creadigol ei hun. Mae'n creu ac yn casglu gwerth, gan ddod â threfn i sector creadigol gwasgaredig sydd, hyd yn oed mewn un lle, yn cynnwys miloedd o gwmnïau a gweithwyr llawrydd, ac nad oes ganddo'r gallu, fel y gwelsom, i drefnu ei hun.

Ar yr un pryd, dangosodd ein hastudiaeth fod gwahanol rwystrau a chyfyngiadau yn wynebu rhwydweithiau creadigol. Yn yr adroddiad hwn, rydym wedi ceisio dangos yn fwy diriaethol y gwerth sy'n cael ei greu gan rwydweithiau, ond nid yw bob amser yn hawdd pennu gwerth ariannol y gwerth hwn na'i fesur – felly mae'r angen i greu incwm cynaliadwy yn her barhaus. Hefyd, mae rôl bontio rheolwyr rhwydwaith o ran rheoli ac ymgysylltu â gwahanol randdeiliaid yn creu llawer o gymhlethdod, wrth iddynt ymateb i amgylchedd sy'n mynd yn fwy ac yn fwy heriol gyda llai o adnoddau a chefnogaeth. Fel y dywedodd un person a fu'n cymryd rhan yn ein gweithdy: *“Yn ogystal â gweithio gydag aelodau, mae gen i lawer o wahanol rolau. Dw i'n gwisgo sawl het wahanol, ac yn cael fy nhynnu i sawl cyfeiriad. Dw i'n credu mai ein rolau sydd hefyd yn creu'r her o ran cefnogaeth. Mae fy rôl yn y cyngor sir wedi bod o dan fwy a mwy o bwysau, ac mae hynny wedi lleihau fy ngallu i weithio gyda'n rhwydwaith creadigol.”*

Mae natur sector creadigol, sy'n bodoli ar gontinwmm rhwng derbyn cymorthdaliadau cyhoeddus a masnacheiddio, yn ychwanegu at y cymhlethdod hwn. Yng ngeiriau un a fu'n cymryd rhan yn y gweithdy: *“Mae yna ryw fath o wahaniaeth deuaidd rhwng diwydiannau creadigol a diwylliant, heb ddeall fod y ddwy elfen yn rhan o esblygiad. Ac, fel y gwyddoch chi, mae'r ddwy elfen wedi cyd-esblygu gyda'i gilydd. Mae hi'n anodd iawn ceisio argyhoeddi ein partneriaeth fenter leol ei fod yn fwy na dim ond [...] gallu ehangu'n eithaf cyflym. [...] mae rhan helaeth o'r diwydiannau creadigol yn ficrofusnesau ac yn weithwyr llawrydd. Ac felly, wyddoch chi, rydyn ni'n canolbwyntio ar sgiliau, datblygu, cyfleoedd rhwydweithio ac edrych ar ffyrdd y gall twf ddigwydd drwy gydweithio, ac ysbrydoliaeth, yn hytrach na dim ond drwy ganolbwyntio ar nifer y swyddi sy'n cael eu creu.”* Yn y cyd-destun hwn, byddem yn crynhoi ein canfyddiadau o dan dri phrif bennawd:

### 1. Mae rhwydweithiau creadigol yn creu gwerth drwy gydgyssylltu cyfranogwyr helics pedrwl

Mae delweddu'r rhwydwaith gwerth yn dangos sut mae rhwydweithiau creadigol yn angor sy'n dwyn ynghyd amrywiaeth o gyfranogwyr sydd, gyda'i gilydd, yn creu gwahanol fathau o werth i amrywiaeth eang o randdeiliaid. Yn ogystal â chefnogi gweithwyr llawrydd a chwmnïau creadigol, mae'r diwydiannau creadigol yn rhwydweithio ar draws y llywodraeth, addysg uwch a chymdeithas ddinesig.

### 2. Mae rhwydweithiau creadigol yn creu gwerth mewn amryw o wahanol ffyrdd, gan gynnwys gwerthoedd economaidd yn ogystal â gwerthoedd cymdeithasol a diwylliannol



Mae gan rwydweithiau creadigol ffyrdd uniongyrchol ac anuniongyrchol, yn ogystal â ffyrdd diriaethol ac anniriaethol, o greu gwerth sy'n cael effaith ar ddatblygiad economaidd, cymdeithasol a diwylliannol lleoedd, sy'n ymledu i'r economi a'r lleoliad ehangach. Mae natur y diwydiannau creadigol – wedi'u seilio ar gwmnïau bach a gweithwyr llawrydd – yn gwneud y rhwydweithiau hyn yn arbennig o werthfawr, ond mae absenoldeb cyfranwyr mawr yn ei gwneud hi'n annhebygol y bydd hyn yn cael ei ddarparu gan y sector ei hun. Felly mae'r rhwydwaith creadigol yn rhan hanfodol o'r broses o greu diwydiannau creadigol lleol llwyddiannus. Mae ffurfio hunaniaeth, creu lleoedd ac effeithiau goferu yn rhan annatod o rwydweithiau creadigol, sy'n creu gwerth i'r diwydiannau creadigol a thu hwnt.

### **3. Mae rhwydweithiau creadigol yn wynebu rhwystrau sy'n atal twf, ac mae diffyg dealltwriaeth ohonynt**

Er mwyn cael effaith wirioneddol, mae angen i rwydweithiau creadigol gyrraedd mäs critigol o gyfranogwyr yn eu rhwydweithiau. Ond bydd angen iddynt hefyd allu dangos y gwerth a ddaw yn eu sgil, er mwyn i'r holl randdeiliaid eu deall a'u gwerthfawrogi'n llawn; mae'r amgylchedd economaidd presennol yn dwysáu'r broblem hon, wrth i bwyslais ar werth ariannol uniongyrchol wneud hyn yn anoddach.

#### **Argymhellion**

Mae'r canfyddiadau hyn yn golygu bod angen i ni barhau i ddatblygu naratif a sylfaen dystiolaeth i egluro a mesur gwerth rhwydweithiau creadigol ar hyd a lled y DU. Gellid gwneud hyn drwy'r canlynol:

#### **1. Uno dealltwriaeth ac ymdrechion polisi, mynd ati'n barhaus i gynnig adnoddau, cefnogaeth ac arweiniad**

Fel rhanddeiliaid allweddol mewn rhwydweithiau creadigol, dylid ystyried ymhellach egluro rôl arweinwyr lleol a chyrrff eraill wrth hwyluso rhwydweithiau. Dylid gwneud hyn ar lefel y DU ac ar lefel rhanbarthau a gwledydd er mwyn gallu symleiddio gweithgareddau, gan gadw mewn cof y gwahaniaethau cynnil rhwng nodweddion hanesyddol a lleol penodol.

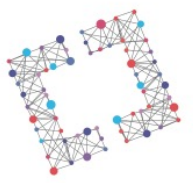
#### **2. Rhwydweithio'r rhwydweithiau**

Fel hwyluswyr hollbwysig y rhwydweithiau, bydd cyfarfodydd rheolaidd ar gyfer rheolwyr a chydlynwyr y rhwydwaith yn help i allu dysgu a datblygu. Mae dod ag ymarferwyr rhwydweithiau creadigol at ei gilydd yn rheolaidd i gyfnewid arferion gorau a'r gwersi a ddysgwyd yn hollbwysig er mwyn rhannu a chyfnewid gwybodaeth a sgiliau, a chydweithio i wella a datblygu ecosystem gyffredinol y rhwydweithiau yn y DU.

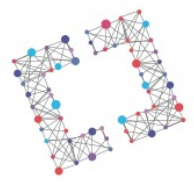
#### **3. Ymgysylltu ag aelodau rhwydweithiau creadigol**

Mae aelodau rhwydweithiau yn rhan allweddol o rwydweithiau. Mae'n bwysig gwneud gwaith pellach i samplu'r rheini sy'n rhan o rwydweithiau a'r rheini nad ydynt yn rhan o rwydweithiau, mewn lleoliadau ledled y DU, er mwyn deall yn well y manteision o fod yn rhan o rwydwaith ac unrhyw rwystrau rhag ymgysylltu er mwyn darparu gwybodaeth ychwanegol ar gyfer ein dealltwriaeth o greu gwerth i gyfranogwyr, aelodau a defnyddwyr.

#### **4. Cefnogi gwaith ymchwil a deall**

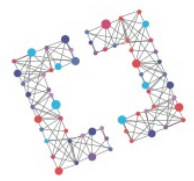


Mae angen i'r wybodaeth sy'n cael ei chasglu fod yn sail i strategaethau cyfathrebu er mwyn dangos gwerth rhwydweithiau i aelodau posibl ac i gyllidwyr, a mynd i'r afael â rhwystrau penodol rhag ymgysylltu sy'n wynebu gweithwyr llawrydd a chwmnïau. Dydyn ni'n dal ddim yn deall yn llwyr y gwerth sy'n cael ei greu gan rwydweithiau creadigol. Rydym yn argymhell ymchwil bellach i ehangu'r sylfaen wybodaeth am rwydweithiau gwerth yn y dyfodol.



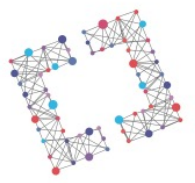
## CYFEIRNODAU

- Bathelt, H., & Gräf, A. (2008). Internal and external dynamics of the Munich film and TV industry cluster, and limitations to future growth. *Environment and Planning A*, 40(8), 1944–1965.
- Brown, J., Nadler, R., & Męczyński, M. (2010). Working on the edge? Creative jobs in Birmingham, Leipzig and Poznan. *Making Competitive Cities*. Wiley-Blackwell, Chichester, 208231.
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. (2012). Mode 3 knowledge production in quadruple helix innovation systems. In *Mode 3 knowledge production in quadruple Helix innovation systems* (pp. 1–63). Springer.
- Caves, R. E. (2000). *Creative industries: Contracts between art and commerce*. Harvard University Press.
- Clare, K. (2013). The essential role of place within the creative industries: Boundaries, networks and play. *Cities*, 34, 52–57.
- Creative Industries Council (CIC). (2021). *Employment figures: Creative industries growth surge continues*. <https://www.thecreativeindustries.co.uk/facts-figures/uk-creative-overview-facts-and-figures-employment-figures>
- Creative Industries Federation. (2017). *Creative Freelancers*. <https://www.creativeindustriesfederation.com/sites/default/files/2017-07/Creative%20Freelancers%201.0.pdf>
- Creative Industries Federation. (2018). *The UK's Creative Industries: Statistics*. <https://www.creativeindustriesfederation.com/statistics>
- DCMS. (2001). *Creative industries mapping document 2001*. Department for Culture, Media & Sport.
- DCMS. (2016). *DCMS Sectors Economic Estimates*. DCMS. [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/544103/DCMS\\_Sectors\\_Economic\\_Estimates\\_-\\_August\\_2016.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/544103/DCMS_Sectors_Economic_Estimates_-_August_2016.pdf)
- DCMS, & Adams, N. (2020). *UK's Creative Industries contributes almost £13 million to the UK economy every hour*. <https://www.gov.uk/government/news/uks-creative-industries-contributes-almost-13-million-to-the-uk-economy-every-hour>
- Deuze, M. (2011). *Managing Media Work*. SAGE Publications.
- Felton, E., Collis, C., & Graham, P. (2010). Making connections: Creative industries networks in outer-suburban locations. *Australian Geographer*, 41(1), 57–70.
- Fesel, B. (2015). *Spillover Effect of Cultural & Creative Industries*. European Economic and Social Committee. [https://www.eesc.europa.eu/resources/docs/bernd\\_fesel.pdf](https://www.eesc.europa.eu/resources/docs/bernd_fesel.pdf)
- Florida, R. (2004). *Cities and the Creative Class*. Routledge.
- Gertler, M. S. (2003). Tacit knowledge and the economic geography of context, or the undefinable tacitness of being (there). *Journal of Economic Geography*, 3(1), 75–99.
- Gibson, C., & Klocker, N. (2004). Academic publishing as 'creative' industry, and recent discourses of 'creative economies': Some critical reflections. *Area*, 36(4), 423–434.
- Goodwin, K. (2009). *Designing for the digital age: How to create human-centered products and services*. Wiley.
- Harvey, D. C., Hawkins, H., & Thomas, N. J. (2012). Thinking creative clusters beyond the city: People, places and networks. *Geoforum*, 43(3), 529–539.
- Hasche, N., Höglund, L., & Linton, G. (2020). Quadruple helix as a network of relationships: Creating value within a Swedish regional innovation system. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32(6), 523–544.
- Hesmondhalgh, D., & Pratt, A. C. (2005). Special issue: The cultural industries and cultural policy. *The International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 1–3.
- Higgs, P. L., Cunningham, S. D., & Bakhshi, H. (2008). *Beyond the creative industries: Mapping the creative economy in the United Kingdom* [Technical Report]. NESTA. [https://eprints.qut.edu.au/12166/1/beyond\\_creative\\_industries\\_report\\_NESTA.pdf](https://eprints.qut.edu.au/12166/1/beyond_creative_industries_report_NESTA.pdf)
- Johnsen, R. E., & Johnsen, T. E. (1999). International market development through networks. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Komorowski, M. (2016). The seven parameters of media clusters: An integrated approach for local cluster analysis. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 12(2), 171–191.
- Komorowski, M. (2019). *Innovation Ecosystems in Europe: First outline of an innovation ecosystem index*. European Commission. [https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/final\\_study\\_on\\_innovation\\_ecosystems\\_in\\_europe\\_imec\\_smit\\_komorowski.pdf](https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/final_study_on_innovation_ecosystems_in_europe_imec_smit_komorowski.pdf)
- Komorowski, M., & Picone, I. (2020). *Creative Cluster Development: Governance, Place-making and Entrepreneurship*. Routledge.
- Kong, L. (2005). The sociality of cultural industries: Hong Kong's cultural policy and film industry. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 61–76.
- Lazzeretti, L., Boix, R., & Capone, F. (2009). Why do creative industries cluster? An analysis of the determinants of clustering of creative industries. *IERMB Working Papers in Economics*, No 09.02. [http://ddd.uab.cat/pub/worpaper/2010/hdl\\_2072\\_87967/wpierm0902.pdf](http://ddd.uab.cat/pub/worpaper/2010/hdl_2072_87967/wpierm0902.pdf)
- Lee, D. (2013). Creative networks and social capital. In *Cultural work and higher education* (pp. 195–213). Springer.



- McRobbie, A. (2002). Fashion culture: Creative work, female individualization. *Feminist Review*, 71(1), 52–62.
- Mommaas, H. (2004). Cultural clusters and the post-industrial city: Towards the remapping of urban cultural policy. *Urban Studies*, 41(3), 507–532. <https://doi.org/10.1080/0042098042000178663>
- Moreton, S. (2016). Rethinking 'knowledge exchange': New approaches to collaborative work in the arts and humanities. *International Journal of Cultural Policy*, 22(1), 100–115.
- Mortati, M., & Cruickshank, L. (2011). *Design and SMEs: The trigger of creative ecosystems*. 1–8.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining competitive advantage*. Free press.
- Porter, M. E. (1998). *Cluster and the new economics of competition*.
- Pratt, A. C. (2013). The cultural and creative industries: Organisational and spatial challenges to their governance. *DIE ERDE–Journal of the Geographical Society of Berlin*, 143(4), 317–334.
- Pratt, A. C., & Jeffcutt, P. (2009). *Creativity, innovation and the cultural economy*. Routledge.
- Stejskal, J., Hájek, P., & Prokop, V. (2018). Collaboration and innovation models in information and communication creative industries—the case of Germany. *Journal of Information and Communication Technology*, Volume 17, Issue: 2.
- The Work Foundation. (2007). *Staying ahead: The economic performance of the UK's creative industries*. DCMS. [https://issuu.com/eoffice/docs/the\\_work\\_foundation\\_-\\_economic\\_performance\\_of\\_uk\\_s](https://issuu.com/eoffice/docs/the_work_foundation_-_economic_performance_of_uk_s)
- Vogel, H. L. (2008). *Entertainment industry economics: A guide for financial analysis* (7. ed [Reprint]). Cambridge Univ. Press.
- Wirtz, B. W. (2011). Business model management. *Design–Instrumente–Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen*, 2.
- Zhao, K., O'Mahony, M., & Qamar, A. (2020). Bridging the gap in creative economy and ICT research: A regional analysis in Europe. *Applied Economics*, 52(29), 3153–3166.
- Zukin, S. (1996). *The cultures of cities*. Wiley-Blackwell.





## GWYBODAETH AM YR ASTUDIAETH

Cynhaliwyd yr astudiaeth hon ar y cyd ag Uned Economi Greadigol Prifysgol Caerdydd, a gyda Caerdydd Creadigol, rhwydwaith sy'n cysylltu pobl sy'n gweithio mewn unrhyw sefydliad, busnes neu swydd greadigol yn rhanbarth Caerdydd.

Gallwch gael rhagor o wybodaeth yn <https://creativecardiff.org.uk/cy>

Awduron:

Dr. Marlen Komorowski

Dadansoddwr Effaith - Clwstwr, yr Uned Economi Greadigol  
ym Mhrifysgol Caerdydd  
ac Uwch Ymchwilydd / Athro Gwadd  
yn imec-SMIT-VUB (Vrije Universiteit Brussel)

Sara Pepper

Cyfarwyddwr yr Economi Greadigol,  
Prifysgol Caerdydd

Yr Athro Justin Lewis

Athro Cyfathrebu a'r Diwydiannau Creadigol,  
Prifysgol Caerdydd

Os oes gennych unrhyw gwestiynau am yr astudiaeth hon, cysylltwch â  
[creativecardiff@caerdydd.ac.uk](mailto:creativecardiff@caerdydd.ac.uk).