

# Marketingová a komunikační strategie regionální inovační značky Královéhradeckého kraje pro vývoj, výzkum a inovace 2020+

/Finální verze 2020-09-25/

Zpracovatel: JR Inovace, s.r.o.; tým projektu Smart akcelérátor  
Královéhradeckého kraje II



# Obsah

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | Úvod .....  | 5  |
| 2     | Analýza inovačního prostředí kraje .....                                      | 6  |
| 2.1   | Královéhradecký kraj ve faktech .....   | 6  |
| 2.1.1 | Obyvatelstvo .....  | 6  |
| 2.1.2 | Správní dělení .....  | 6  |
| 2.1.3 | Ekonomické ukazatele .....  | 6  |
| 2.1.4 | Vzdělání a školství .....   | 7  |
| 2.2   | Výzkum a vývoj v kraji, inovační podnikání .....                              | 8  |
| 2.2.1 | Podpora výzkumu, vývoje a inovací .....                                       | 8  |
| 2.2.2 | Podpůrné VaVal aktivity Královéhradeckého kraje .....                         | 9  |
| 2.2.3 | Výzkumné organizace a pracoviště .....  | 13 |
| 2.2.4 | Klastry .....   | 17 |
| 2.2.5 | Zprostředkující a střešové organizace pro vědu, výzkum a inovace .....        | 17 |
| 2.3   | Stakeholdeři – realizátoři inovací .....                                      | 20 |
| 2.3.1 | Vztah společností k inovacím .....  | 21 |
| 2.3.2 | Potenciální inovátoři .....   | 21 |
| 2.4   | Specializace kraje – domény RIS3 .....  | 22 |
| 2.4.1 | Výroba dopravních prostředků a jejich komponent .....                         | 23 |
| 2.4.2 | Strojírenství a investiční celky .....  | 23 |
| 2.4.3 | Nové textilní materiály pro nové multidisciplinární aplikace .....            | 23 |
| 2.4.4 | Elektronika, optoelektronika, optika, elektrotechnika a IT .....              | 24 |
| 2.4.5 | Léčiva, zdravotnické prostředky, zdravotní péče a ochrana zdraví .....        | 25 |
| 2.4.6 | Pokročilé zemědělství a lesnictví .....                                       | 26 |
| 2.5   | Regionální inovační značka ( <b>+inovace</b> ) .....                          | 27 |
| 2.5.1 | Značka a claim .....  | 27 |
| 2.5.2 | Realizované komunikační aktivity .....  | 28 |
| 2.5.3 | Výhody a nevýhody značky .....  | 30 |
| 3     | Analýza cílových skupin a jejich segmentace .....                             | 31 |
| 3.1   | Výzkumní pracovníci .....   | 33 |
| 3.1.1 | Cílová skupina 1: Pracovníci výzkumných organizací a VŠ .....                 | 34 |
| 3.1.2 | Cílová skupina 2: Pracovníci zabývající se výzkumem v soukromém sektoru ..... | 35 |
| 3.1.3 | Cílová skupina 3: Zahraniční výzkumníci pracující v KHK .....                 | 35 |
| 3.2   | Pracovníci veřejné správy s dopadem na VaVal .....                            | 37 |
| 3.2.1 | Cílová skupina 4: Političtí reprezentanti, pracovníci veřejné správy .....    | 37 |

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 3.2.2 | Cílová skupina 5: Pracovníci v oblasti řízení a implementace VaVal .....                                     | 37 |
| 3.3   | Studenti a jejich rodiče .....   | 38 |
| 3.3.1 | Cílová skupina 6: Studenti VŠ .....  | 38 |
| 3.3.2 | Cílová skupina 7: Studenti vyšších odborných škol, střední .....   | 38 |
| 3.3.3 | Cílová skupina 8: Žáci základních škol a jejich rodiče .....   | 39 |
| 3.4   | Management decision makerů .....   | 39 |
| 3.4.1 | Cílová skupina 9: Podnikatelé inovátoři .....  | 39 |
| 3.4.2 | Cílová skupina 10: Leadeři v oboru – nositelé technologických megatrendů .....                               | 40 |
| 3.4.3 | Cílová skupina 11: Spin-off, spin-out, start-up společnosti .....  | 40 |
| 3.5   | Odborná veřejnost a zahraniční subjekty, které se věnují VaVal .....   | 40 |
| 3.5.1 | Cílová skupina 12: Pracovníci v oblasti vědy a výzkumu mimo Královéhradecký kraj a Českou republiku .....    | 40 |
| 4     | SWOT analýza inovačního prostředí .....  | 41 |
| 4.1   | Seznam faktorů SWOT analýzy .....  | 41 |
| 4.1.1 | Silné stránky .....  | 41 |
| 4.1.2 | Slabé stránky .....  | 41 |
| 4.1.3 | Příležitosti .....   | 41 |
| 4.1.4 | Hrozby .....   | 42 |
| 4.2   | Konfrontační matice .....  | 43 |
| 5     | Návrh komunikační strategie a její implementace .....  | 45 |
| 5.1   | Marketingové cíle .....  | 45 |
| 5.2   | Pilíře komunikační strategie .....   | 48 |
| 5.2.1 | Emoční vazba k VaVal .....   | 48 |
| 5.2.2 | Emoční vazba k rodnému kraji .....   | 49 |
| 5.3   | Klíčové ukazatele výkonu strategie - key performance indicators (KPIs) .....                                 | 51 |
| 5.4   | Vlastní komunikace 2020–2022 .....   | 52 |
| 5.4.1 | Startovací fáze–komunikace 2020 .....  | 52 |
| 5.4.2 | Realizační fáze 2021, 2022 .....   | 52 |
| 5.4.3 | Harmonogram marketingových nástrojů .....  | 54 |
| 5.4.4 | Struktura rozpočtu s přihlédnutím k čerpání finančních prostředků za dílčí monitorovací období .....         | 55 |
| 5.5   | Zásah cílových skupin prostřednictvím navržených marketingových nástrojů ve vazbě na požadovaná témata ..... | 56 |
| 6     | Návrh měření změny vnímání značky .....  | 60 |
| 6.1   | Obecné dotazy pro všechny cílové skupiny .....   | 60 |
| 6.2   | Otázky relevantní pro jednotlivé cílové skupiny .....  | 60 |
| 7     | Zdroje informací .....   | 62 |

|   |                     |    |
|---|---------------------|----|
| 8 | Seznam zkratek..... | 63 |
|---|---------------------|----|

## 1 Úvod

Myšlenka sdíleného marketingu pro oblast VaVal se zrodila v roce 2016, kdy byl zahájen projekt Smart akcelérátor Královéhradeckého kraje I. Hlavním impulsem byla absence jakékoli systematické marketingové podpory pro subjekty a výsledky z oblasti výzkumu, vývoje a inovací (VaVal). Prvním krokem bylo vytvoření marketingové strategie, která by našla způsob, jak reálně ovlivnit obraz výzkumu, vývoje a inovací a jejich vnímání nejen v prostředí Královéhradeckého kraje, ale i za jeho hranicemi. Jako jediný aplikovatelný byl shledán princip sdíleného, kolaborativního marketingu. Ten je obecně založen na spolupráci významných stakeholderů, kteří společnými silami budují/propagují sdílenou marketingovou značku.

První marketingová strategie byla vytvořena v rámci, již zmíněného projektu, Smart akcelérátor Královéhradeckého kraje I (2016-2019), a to ve vazbě na RIS3 strategii Královéhradeckého kraje a jeden z jejích specifických cílů, konkrétně D.1.3. Posílení sdíleného marketingu, propagace a vzájemné spolupráce krajského VaVal systému. V průběhu tříletého projektu bylo vytvořeno několik metodik pro aplikaci marketingu a práci se stakeholdery, proběhla série tematických workshopů, které vedly k definování společné značky, byla zahájena činnost Platformy regionální inovační značky, jejíž členové se pravidelně setkávali a společně tvořili marketingovou strategii, která byla schválena krajskou Radou pro vědu, výzkum a inovace (RVVI). Strategie se soustředila na podporu a propagaci všech progresivních RIS3 oborů, které jsou v kraji zastoupeny a zároveň na témata související s krajskými VaVal. V roce 2019 vznikla sdílená značka **+inovace**, doplněná hlavními sděleními, která ji mají reprezentovat. Následně proběhly marketingové kampaně (tisk, sociální sítě, PR na akcích).

V současné době je značka **+inovace** chráněna ochrannou známkou a její síla bude posilována aktualizovanou strategií. Hlavním smyslem a vizí, která by měla být implementací aktualizované marketingové strategie naplněna, je: „**Zatraktivnění Královéhradeckého kraje z pohledu výzkumu, vývoje a inovací.**“ Na stanovenou vizi reaguje segmentace cílových skupin, strategické, potažmo specifické cíle a komunikační témata, která budou v kampaních rezonovat.

Z hlediska zatraktivnění regionu, je nezbytné zmínit, že aktivity regionální inovační značky **+inovace**, nejsou jediné svého druhu, ale jsou zasazeny do širšího rámce: na krajské úrovni jsou realizovány např. rozvojové aktivity Chytrého regionu, Regionálního rozvoje a cestovního ruchu, oblasti kultury či školství. Nositelé veškerých zmíněných aktivit by měly na styčných bodech kooperovat a vytvářet tak synergický efekt vedoucí k posílení atraktivity našeho regionu jako celku, místa ideálního pro život.

## 2 Analýza inovačního prostředí kraje

Následná analýza slouží jako vstupní informace pro aktualizaci marketingové a komunikační strategie regionální inovační značky Královéhradeckého kraje. Shrnuje relevantní informace o kraji. Popisuje situaci ve výzkumu, vývoji a inovačním podnikání v kraji, oborové domény kraje, vývoj regionální inovační značky (**+inovace**) a cílové skupiny, kterých se komunikace týká.

### 2.1 Královéhradecký kraj ve faktech

#### 2.1.1 Obyvatelstvo

K 1. lednu 2019 měl Královéhradecký kraj 551 tisíc obyvatel, stejně jako v celé republice mírně převládaly ženy, i když jejich dominance je pouze ve věkové skupině 65 let a starší. Podrobný přehled o stavu populace najdeme v následující tabulce. Dlouhodobě se počet obyvatel kraje téměř nemění. Průměrný věk v kraji je 43,1 roku a hustota osídlení k výše uvedenému datu byla 115,8 obyvatel na km<sup>2</sup>, což je nižší než průměrná hodnota v České republice (134 ob./km<sup>2</sup>).

Podíl městského obyvatelstva v kraji (66,5 %) je nižší než republikový průměr.

| Věk           | Muži           | Ženy           | Celkem         | Muži         | Ženy         |
|---------------|----------------|----------------|----------------|--------------|--------------|
| 0–14          | 43 894         | 41 683         | 85 577         | 51,3%        | 48,7%        |
| 15–64         | 178 210        | 170 568        | 348 778        | 51,1%        | 48,9%        |
| 65 a více     | 49 487         | 67 179         | 116 666        | 42,4%        | 57,6%        |
| <b>Celkem</b> | <b>271 591</b> | <b>279 430</b> | <b>551 021</b> | <b>49,3%</b> | <b>50,7%</b> |

Tab. 1 – populace Královéhradeckého kraje k 1. 1. 2019 (zdroj ČSÚ)

#### 2.1.2 Správní dělení

Královéhradecký kraj má plochu 4 759,1 km<sup>2</sup>.

Území kraje je vymezeno územími okresů Hradec Králové, Jičín, Náchod, Rychnov nad Kněžnou a Trutnov. Kraj se pro účely státní správy dělí na správní obvody obcí s rozšířenou působností. Kromě okresních měst mají rozšířenou působnost státní správy také Broumov, Dobruška, Dvůr Králové nad Labem, Hořice, Jaroměř, Kostelec nad Orlicí, Nová Paka, Nové Město nad Metují, Nový Bydžov a Vrchlabí.

Území těchto správních obvodů se dále člení na 35 správních obvodů obcí s pověřeným obecním úřadem, jejichž funkci vedle 15 výše uvedených obcí s rozšířenou působností mají také Červený Kostelec, Česká Skalice, Hostinné, Hronov, Chlumeck nad Cidlinou, Kopidlno, Lázně Bělohrad, Nechanice, Opočno, Police nad Metují, Rokytnice v Orlických horách, Smiřice, Sobotka, Svoboda nad Úpou, Teplice nad Metují, Třebechovice pod Orebem, Týniště nad Orlicí, Úpice, Vamberk, Žacléř.

Největšími městy v kraji jsou Hradec Králové (93 tisíc obyvatel), Trutnov (31 tisíc obyvatel), Náchod (20 tisíc obyvatel), Jičín (16 tisíc obyvatel), Dvůr Králové nad Labem (16 tisíc obyvatel), Vrchlabí (12 tisíc obyvatel), Jaroměř (12 tisíc obyvatel) a Rychnov nad Kněžnou (11 tisíc obyvatel).

#### 2.1.3 Ekonomické ukazatele

HDP v kraji v roce 2018 dosáhl hodnoty 248 273 mil. Kč (v běžných cenách), což je o 2 % vyšší hodnota než v roce 2017. Při přepočtu HDP na jednoho obyvatele dosáhl kraj v 92,7 % republikového průměru, což ho řadí na 4. pozici mezi kraji.

Průměrná hrubá měsíční mzda v roce 2019 v Královéhradeckém kraji dosáhla výše 31 925 Kč, což představuje meziroční růst o 7,9 %.

Nezaměstnanost v kraji ve 4. čtvrtletí roku 2019 byla 1,5 %, o rok dříve to bylo 2,4 %.

#### 2.1.4 Vzdělání a školství

Vzdělanostní struktura v Královéhradeckém kraji se podobá vzdělanostní struktuře ČR.

Podíl vysokoškolsky vzdělaného obyvatelstva (16,3 %) roste, ale stále je nižší než průměr ČR (18,5 %).

V Královéhradeckém kraji naopak žije mírně vyšší podíl osob se středním vzděláním bez maturity, než jak je tomu na republikové úrovni (36,2 %, resp. 33,9 %).

Počet studentů s trvalým bydlištěm v Královéhradeckém kraji postupně klesá a zároveň se snižuje podíl doktorandů na celkovém počtu studentů. Nejvíce studentů s trvalým pobytem v kraji studovalo obory spadající do kategorie Obchod, administrativa a právo (18 % studentů) a obory Technika, výroba a stavebnictví (16 % studentů). Zatímco počet studentů přírodních věd byl v období let 2010 až 2017 relativně stabilní, počet studentů technických oborů každoročně klesá.

##### Vysoké školy

V Královéhradeckém kraji působí 3 vysoké školy, které mají celkem 7 fakult. V kraji je možné studovat medicínu, farmacii, pedagogiku, přírodní vědy, filozofii, informatiku a management. Jiné, především technické, obory v kraji chybí.

**Univerzita Hradec Králové** ([www.uhk.cz](http://www.uhk.cz)) nabízí, ve školním roce 2019/20, studium více než 100 oborů na čtyřech fakultách – Fakultě informatiky a managementu (1 635 posluchačů), Filozofické fakultě (cca 1 000 studentů), Pedagogické fakultě (2 800 studentů) a Přírodovědecké fakultě (700 studentů). Studium probíhá v bakalářském, magisterském a doktorském stupni, v prezenční i kombinované (dálkové) formě.

**Univerzita Karlova** ([www.cuni.cz](http://www.cuni.cz)), které sídlí v Hradci Králové dvě fakulty. Lékařská fakulta, která má (v roce 2020) 1 802 studentů, a Farmaceutická fakulta, kterou navštěvuje 1 572 studentů.

**Univerzita obrany** ([www.unob.cz](http://www.unob.cz)), která má v Hradci Králové Fakultu vojenského zdravotnictví, kterou navštěvuje 585 studentů (2020).

##### Školy střední a vyšší odborné

V oblasti středního a vyššího odborného školství působilo ve školním roce 2018/2019 v Královéhradeckém kraji 87 středních a 12 vyšších odborných škol.

Zřizovatelem škol je u 64 středních a 9 vyšších odborných Královéhradecký kraj, u dvou středních stát, u 4 středních církev a u jedné obec. Zřizovatelé dalších 16 SŠ a 3 VOŠ jsou z privátního sektoru, přičemž tři soukromé střední školy svou činnost nevykonávaly.

Ve školním roce 2018/2019 střední školy v Královéhradeckém kraji navštěvovalo celkem 22 695 žáků, což je o téměř 8 000 žáků méně než ve školním roce 2008/2009, což je zapříčiněno především stárnutím populace kraje.

Na vyšších odborných školách v Královéhradeckém kraji studovalo ve školním roce 2017/18 pouze 679 žáků, což bylo pouze 31,1 % z kapacity VOŠ v kraji.

V oblasti vzdělávání se krajská RIS3 strategie soustředí především na oblast spolupráce škol a firem, dále na oblasti kariérního poradenství, rozvoj přírodovědných a technických oborů, rozvoj kompetencí žáků k podnikavosti a podporu talentovaných žáků.

## 2.2 Výzkum a vývoj v kraji, inovační podnikání

Výzkumný systém Královéhradeckého kraje má v absolutních hodnotách v čase rostoucí trend, ale ve srovnání s ostatními kraji se pozice kraje zhoršuje. To se týká především výdajů na výzkum a vývoj (4. nejhorší pozice v mezikrajském srovnání).

Veřejná výzkumná sféra je zaměřena především na:

- life sciences (lékařské obory, vývoj léčiv) s důležitým podoborem ve formě vojenského výzkumu,
- zemědělský výzkum,
- ICT.

V menší míře je skrze pobočky veřejných výzkumných organizací zastoupen výzkum v oblasti gnotobiotiky, lesnictví, radiační ochrany a živočišné výroby.

Výzkumné organizace spolupracují v regionu s několika podniky, které působí ve shodných oborech, ve kterých si našly specifické niky a vykazují vysokou výzkumnou/inovační aktivitu. Těchto firem je v kraji malé množství, což vede ke spolupráci s firmami i mimo Královéhradecký kraj.

Ve firemní sféře je podstatná část výzkumných a vývojových aktivit realizována v oborech:

- elektro/elektrotech/ICT,
- automotive, pryž/plast,
- strojírenství,
- textil.

Stále se mnoho firem pod zahraniční kontrolou soustředí na aktivity s nižší přidanou hodnotou. Velké společnosti s domácí kontrolou, které sídlí v kraji, investují do výzkumu a vývoje, a to v oborech textilní průmysl, strojírenství mimo automotive, ICT, obalové technologie nebo elektronika.

Obecně podniky v kraji málo spolupracují s krajskými výzkumnými organizacemi buď z důvodu různého oborového zaměření, nebo nemají strategii založenou na vývoji a výzkumu, ale spíše na zvyšování produktivity a spolupracovat s výzkumnými organizacemi tak de facto nepotřebují.

Aktivněji je tak realizována spolupráce firem se středními školami než s vysokými školami v kraji. Tento fakt je dán nepřítomností vysokoškolských oborů technického směru.

Zprostředkující subjekty jsou zastoupeny několika inovačními centry a dvěma centry pro transfer technologií; v kraji má sídlo několik aktivních klastrů (obaly, kámen), jejichž členové také vyvíjejí výzkumné aktivity. Některé firmy jsou zapojeny do klastrů se sídlem mimo kraj.

### 2.2.1 Podpora výzkumu, vývoje a inovací

Oblast výzkumu a inovací je tematizována v několika klíčových národních koncepčních dokumentech:

- Národní výzkumná a inovační strategie pro inteligentní specializaci České republiky (bude aktualizována v roce 2020),
- Národní politika výzkumu, vývoje a inovací na léta 2016-2020 (aktualizována 2018),
- Národní priority orientovaného výzkumu, experimentálního vývoje a inovací.

V Královéhradeckém kraji se výdaje na výzkum a vývoj mezi lety 2008 až 2018 v prakticky zdvojnásobily na 2 515 mil. Kč (11. pozice v mezikrajském srovnání). Podíl výdajů na VaV na HDP kraje vzrostl mezi lety 2007 a 2017 o 0,16 % na 0,88 %. Průměrná hodnota za ČR činila ve 2017 1,79 % a vyšší hodnoty dosáhly pouze kraje Jihomoravský (2,91 %), Praha (2,50 %), Středočeský (2,39 %) a Liberecký (1,80 %). Největší podíl těchto výdajů byl realizován podnikatelským sektorem (62,9 % ve 2017). Vysokoškolský sektor realizoval v roce 2017 19,6 % těchto výdajů.



V evropském rámcovém programu na podporu výzkumu, vývoje a inovací Horizont 2020, realizují subjekty se sídlem v Královéhradeckém kraji celkem 13 projektů (stav k 11/2019).

Co do témat je nejvíce prostředků krajských projektů zacíleno na ICT (51 %), energetiku (18 %), textilní průmysl – životní prostředí, pokročilé materiály (10 %), akce Marie Curie (8,5 %), zdraví (7,2 %) a potravinové zabezpečení, udržitelné zemědělství pokročilou výrobu (2,3 %), což je v souladu s krajskými RIS3 doménami.

V rámci programů Technologické agentury ČR, se subjekty se sídlem v Královéhradeckém kraji podílely, v roli hlavních příjemců projektů realizovaných nebo ukončených v letech 2015-2019, na celkovém objemu prostředků ze 2,53 % (995 mil. Kč), což odpovídá 12. pozici v mezikrajském srovnání.

V rámci realizace programu TRIO Ministerstva průmyslu a obchodu (2016–2021), který je zaměřen na podporu firemního aplikovaného výzkumu a experimentálního vývoje v souvislosti s klíčovými technologiemi (KET), se subjekty se sídlem v Královéhradeckém kraji podílely na celkovém objemu přidělených dotací ze 6,9 % (429 mil. Kč), což odpovídá 5. pozici v mezikrajském srovnání. Oborové zaměření projektů bylo různorodé s mírnou převahou biotechnologií a elektroniky, optoelektroniky a IT.

Objem celkových výdajů projektů realizovaných v kraji v rámci Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost byl v srpnu 2019 nejvyšší v programech podpory Úspory energií, Inovace, Nemovitosti, Aplikace, Potenciál a ICT/sdílené služby.

#### 2.2.2 Podpůrné VaVal aktivity Královéhradeckého kraje

Královéhradecký kraj ([www.kr-kralovehradecky.cz](http://www.kr-kralovehradecky.cz)) komplexně rozvíjí regionální výzkumný a inovační systém. Je nositelem krajské RIS3 strategie, provádí její aktualizace a pořizuje studie a zpracovává akční plány k tomuto koncepčnímu dokumentu.

Již od roku 2007 funguje v kraji Rada pro výzkum, vývoj a inovace Královéhradeckého kraje, aktuálně pod předsednictvím hejtmana Královéhradeckého kraje. Rada je koordinačním, poradním a iniciativním orgánem krajské samosprávy v oblasti výzkumu, vývoje a inovací a působí jako odborný tým spojující pohledy veřejné správy, výzkumných organizací, významných podniků, zprostředkujících a střežových organizací, vzdělávacích zařízení a dalších partnerů.

Královéhradecký kraj je nositelem projektu Smart akcelerator Královéhradeckého kraje II (navazuje na projekt Smart akcelerator Královéhradeckého kraje), v rámci, kterého realizuje systémové aktivity na podporu rozvoje inovačního prostředí kraje. Příkladem takových aktivit může být např. budování sdílené regionální inovační značky kraje, vzdělávací aktivity nebo krajské dotační programy na podporu rozvoje kulturních a kreativních průmyslů. V tuto chvíli se jedná o největší systémový projekt, který Královéhradecký kraj realizuje společně s Centrem investic, rozvoje a inovací za účelem podpory rozvoje výzkumného a inovačního prostředí kraje.

Královéhradecký kraj zastává také koordinační roli v oblasti středoškolského vzdělávání a vzdělávání na vyšších odborných školách. Královéhradecký kraj jako zřizovatel středních škol v Královéhradeckém kraji podporuje rozvoj středního a vyššího odborného školství, aktivně řeší např. témata spolupráce škol se zaměstnavateli, kariérové poradenství nebo digitalizaci přírodovědného vzdělávání.

V rámci rozvoje oborových domén krajské RIS3 strategie vyhlašuje Královéhradecký kraj dotační výzvy ať už na individuální účel nebo na účely předem stanovené. Jako příklad lze uvést podporu poskytovanou prostřednictvím Zdravotnického nadačního fondu Královéhradeckého kraje.

[Analýzy, studie a strategické dokumenty pro oblast výzkumu, vývoje a inovací organizací v Královéhradeckém kraji](#)

#### **Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje 2014-2020 (SRK)**

Jedná se o základní krajský strategický dokument, který v širším zaměření definuje strategické oblasti a cíle rozvoje regionu. Na něj navazuje tříletý Program rozvoje kraje, který rozpracovává cíle do úrovně

opatření. Oblast výzkumu, vývoje a inovací je zahrnuta do strategické oblasti Konkurenceschopnost a inovace. Strategie je naplňována projekty širokého spektra regionálních klíčových hráčů. Je prováděn pravidelný roční monitoring a následná evaluace v 2 - 3letých cyklech.

### **Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje 2021+ (SRK21+)**

SRK21+ navazuje na současně platnou Strategii rozvoje kraje na období 2014–2020 a nově reaguje na nové trendy ve vývoji regionální politiky ČR a EU. V platnosti bude od roku 2021, dokument je již schválený zastupitelstvem KHK. Jedná se o základní krajský strategický dokument, který v širším zaměření definuje strategické oblasti a cíle rozvoje regionu.

### **Strategie inteligentní specializace Královéhradeckého kraje (RIS3)**

Strategie inteligentní specializace Královéhradeckého kraje (také označována jako RIS3 strategie z anglického Research and Innovation Strategy for Smart Specialisation) je koncepční dokument, který rozvíjí fungování inovačního systému na území kraje a ve vybraných prioritních oborech podporuje a posiluje inovační kapacity, které mají potenciál zvýšit konkurenceschopnost Královéhradeckého kraje v mezinárodním měřítku.

Cílem krajské RIS3 strategie je přispět k rozvoji inovačního podnikání a excelentního výzkumu za účelem zvýšení konkurenceschopnosti Královéhradeckého kraje jak v rámci České republiky, tak v mezinárodním srovnání.

Strategie inteligentní specializace Královéhradeckého kraje obsahuje 6 klíčových oblastí, které jsou popsány v kapitole 1.4. (Specializace Kraje – domény RIS3). V rámci těchto klíčových oblastí změn je konkurenceschopnost Královéhradeckého kraje založena na větším podílu především domácích firem se strategií založenou na výzkumu, vývoji a vyšší přidané hodnotě mezinárodně uplatnitelné produkce. Výzkumné organizace budou efektivně spolupracovat s aplikační sférou v domácím i mezinárodním kontextu. Vzdělávací instituce v Královéhradeckém kraji zabezpečí kvalifikovanou pracovní sílu, v maximálním souladu s požadavky trhu práce, pro co nejvíce stupňů znalostní náročnosti povolání. Královéhradecký kraj bude mít efektivní síť zprostředkujících institucí výzkumu a vývoje. Krajský výzkumný a inovační systém bude systematicky rozvíjen a propagován na bázi partnerství klíčových hráčů.

### **Koncepce Královéhradecký kraj – Chytrý region**

Koncepce Chytrého regionu je v souladu s cílem SRK. Byla zpracována na základě výstupů její analytické části, v rámci níž byla specifikována témata, ve kterých je možné uplatnit principy SMART. Cílem Chytrého regionu je pomáhat vytvářet optimální podmínky pro smysluplné zavádění chytrých technologií a chytrých přístupů v Královéhradeckém kraji, nejen aby si jednotlivá řešení nekonkurovala, ale naopak i efektivně využívala limitované zdroje, které region má, a vzájemně se doplňovala, posilovala a rozvíjela. Koncepce jasně a srozumitelně stanovuje směry dalšího rozvoje Chytrého regionu Královéhradeckého kraje, definuje hlavní priority rozvoje SMART ekosystému v Královéhradeckém kraji. Oblast výzkumu, vývoje a inovací je zahrnuta ve strategické prioritě Podpora znalostí a III Podpora SMART řešení.

### **Strategie zaměstnanosti KHK**

Strategie zaměstnanosti Královéhradeckého kraje je střednědobý koncepční dokument, který se orientuje na rozvoj regionu v hospodářské a sociální oblasti v kontextu lidských zdrojů. Vazba na oblast výzkumu, vývoje a inovací je zahrnuta do Prioritní oblasti A Nabídka pracovní síly – flexibilní a vzdělaná pracovní síla a Prioritní oblasti B Poptávka trhu práce.

### **Strategie investičních příležitostí (SIP)**

Strategie investičních příležitostí je strategický dokument pro podporu přílivu a rozvoje investic v Královéhradeckém kraji, který byl vytvořen pro naplnění potřeby koordinace investičních aktivit v regionu. Strategie nabízí koncepční přístup pro přilákání investorů do lokalit mimo nejvýznamnější

průmyslové zóny a hlavní střediska regionu a systematickou práci s již v území zasídlenými investory prostřednictvím tří strategických priorit:

- Priorita 1: Koncepční přístup pro systematickou podporu investic
- Priorita 2: Informační a datový servis pro aktéry podpory investic
- Priorita 3: Marketing pro účinnou podporu investic v Královéhradeckém kraji

### **Dotační strategie Královéhradeckého kraje**

Dotační strategie Královéhradeckého kraje představuje střednědobý dokument vymezující tematické oblasti, ve kterých kraj hodlá finančně podporovat realizování projektů směřujících k naplňování Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje.

Finanční podpora kraje při realizování výše uvedených projektů bude poskytována prostřednictvím dotačních programů vytvářejících obsahovou náplň jednotlivých tematických oblastí dotační strategie kraje při zohlednění možností využít i jiné zdroje financování – např. zdroje Evropské unie, národní zdroje. V případě potřeby je však možné poskytnout dotaci na realizaci daného projektu, který je v souladu se strategií kraje, i mimo dotační programy, tj. dotaci na účel uvedený v žádosti o poskytnutí dotace. V případě nově vyvstalé potřeby je možné rozšířit dotační oblasti vymezené v dotační strategii kraje

### **Strategický plán rozvoje města Hradce Králové do roku 2030**

Tento základní koncepční dokument krajské metropole obsahuje pro RIS3 relevantní klíčové oblasti č. 3 – Podnikání, věda, výzkum a inovace a č. 4 – Vzdělávání a školství. Cílem je zvýšení atraktivity města pro průmyslové investory (rozvojové lokality a jejich propagace, klientsky orientovaná veřejná správa), vznik nových a udržení stávajících podnikatelských subjektů ve městě (infrastruktura, poradenské služby), rozvoj Hradce Králové jako vyhlášeného univerzitního města, podpora spolupráce škol a firem, škol mezi sebou a obecně efektivní, dostupný a vyvážený systém všech stupňů/druhů vzdělávání na území města.

### **Komplexní studie progresivních odvětví Královéhradeckého kraje z hlediska výzkumu, vývoje a inovací**

Cílem tohoto dokumentu je více oborově prozkoumat výzkum a inovační podnikání v rámci kraje. Jeho závěry jsou jedním ze vstupů do procesu implementace RIS3. Typickou charakteristikou kraje je identifikovaná různá oborová struktura excelence ve výzkumu (life sciences / biomedicína, zemědělské vědy, ICT) a inovačním podnikání (automotive, strojírenství, textil, gumárenství, elektronika, elektrotechnika). Navrhovaná průřezová opatření, která poslouží jako zásobník pro akční plán aktualizované krajské RIS, se soustředí primárně na lidské zdroje ve výzkumu, vývoji a inovacích (kvalita, mobilita, podnikavost), transfer technologií, internacionalizaci a služby pro podniky a výzkumné organizace.

### **Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy Královéhradeckého kraje 2016-2020**

Dlouhodobý záměr vzdělávání a rozvoje vzdělávací soustavy Královéhradeckého kraje představuje jeden z významných nástrojů formování vzdělávací soustavy v kraji. Popisuje stav vzdělávací soustavy, stanovuje priority, cíle a konkrétní úkoly vzdělávací politiky v Královéhradeckém kraji a zároveň předkládá nástroje potřebné pro jejich dosažení spojené se strategií účasti v rozvojových programech na regionální, celostátní i mezinárodní úrovni. Zaměřuje se zejména na kvalitu a efektivitu výchovně-vzdělávacího procesu, optimální vzdělávací nabídku úzce propojenou s trhem práce, profesionalitu pedagogů, nutnost celoživotního učení všech občanů České republiky, v neposlední řadě i na další zdroje financování školství kromě státního rozpočtu. Jedním z hlavních úkolů je též pokračování kurikulární reformy v oblasti předškolního, základního a středního vzdělávání formou revizí rámcových vzdělávacích programů (dále RVP) a následných úprav školních vzdělávacích programů v souladu s plánovaným dokumentem Národní program vzdělávání.

### **Strategie integrované územní investice Hradecko – pardubické aglomerace 2014–2020 (ITI)**

Integrované územní investice jsou jedním z nástrojů pro realizaci klíčových integrovaných projektů v metropolitních oblastech ČR z Evropských strukturálních a investičních fondů. Realizací Strategie ITI je naplňována tzv. urbánní dimenze. RIS3 strategie Královéhradeckého kraje byla jedním z analytických vstupů pro zpracování tohoto koncepčního dokumentu. Provazbu na RIS3 lze nalézt především ve specifickém cíli 2.2. Rozvíjet a propojovat výzkumnou a aplikační základnu aglomerace, který se zaměřuje na rozvoj kapacit pro výzkum, vývoj a inovace a na podpůrné instituce výzkumu, vývoje a inovací.

V současné době vzniká aktualizace této studie (Strategie integrované územní investice Hradecko – pardubické aglomerace 2021+), která by měla být schválena do konce roku 2020.

### **Marketingová strategie a komunikační plán Regionální inovační značky Královéhradeckého kraje**

Strategie vznikla na základě potřeby systematického zviditelňování a propagování aktivit VaVal v Královéhradeckém kraji. Primárně se opírá se o metodický dokument projektu Smart Akcelerátor Královéhradeckého kraje: Metodika řízení marketingových a komunikačních aktivit. Samotná strategie se soustředí na principy aplikace sdíleného regionálního marketingu a proces vzniku marketingové značky, v tomto konkrétním případě tzv. Regionální inovační značky (RIZ). Do procesu tvorby strategie, vzniku značky i realizace konkrétních marketingových nástrojů, byli zapojeni stakeholderi Královéhradeckého kraje pro oblast VaVal, a to skrze Platformu Regionální Inovační Značky (PRIZ). Ta čítá členy z řad akademického i komerčního sektoru, ale i sféry veřejnosprávní. Finální podoba strategie byla v roce 2018 schválena RVVI KHK. V rámci projektu Smart akcelerátor Královéhradeckého kraje II bude strategie, včetně komunikačních plánů, aktualizována.

Marketingová strategie a její aplikace v praxi (skrze marketingové a komunikační plány) naplňuje specifický cíl RIS3 strategie: D.1.3. Posílení sdíleného marketingu, propagace a vzájemné spolupráce krajského VaVal systému.

### **Program rozvoje cestovního ruchu Královéhradeckého kraje pro období 2014-2020**

Základní strategický dokument v rámci aktivní regionální politiky Královéhradeckého kraje, který určuje pro stanovené období, základní orientaci politiky cestovního ruchu Královéhradeckého kraje, a to nejen s důrazem na efektivní rozvoj tohoto odvětví, ale i s ohledem na udržitelný rozvoj.

Koncepční dokument navazuje na Program rozvoje cestovního ruchu pro období 2007–2013, stanovuje strategická témata a opatření pro aktuální období a tvoří tak základní konceptuální rámec rozvoje odvětví cestovního ruchu v regionu. Program vychází ze strategických rozvojových materiálů České republiky, Královéhradeckého kraje, dotčených turisticky významných území apod.

### **Statutární město Hradec Králové**

Statutární město Hradec Králové ([www.hradeckralove.org](http://www.hradeckralove.org)) se soustředí na vytváření podmínek pro podporu rozvoje podnikatelského prostředí a zaměstnanosti s nabídkou diverzifikovaných pracovních příležitostí odpovídajících struktuře a kvalitě pracovní síly. Město je aktivním, nikoliv nestranným, prostředníkem a vyvíjí velké úsilí k tomu, aby se mu podařilo přilákat nové investory zejména v oborech s vyšší přidanou hodnotou. Rovněž spolupracuje s majiteli tzv. brownfields (pozemky a nemovitosti uvnitř urbanizovaného území, které ztratily svoji původní funkci nebo jsou nedostatečně využité), přičemž jeho role je podpůrná a spočívá především v aktivním marketingu a v poskytování bezplatného poradensko-metodického servisu, včetně prezentace potencionálním investorům a dalším zainteresovaným subjektům. Dále město reaguje na potřeby trhu práce a rozvíjí infrastrukturu pro ICT dovednosti a rozvoj přírodovědných a technických oborů na základních školách, jichž je zřizovatelem. V oblasti VaVal založilo a finančně podporuje vědeckotechnický park (Technologické centrum), který funguje jako podnikatelský inkubátor a centrum pro transfer technologií (viz výše). Jednotné kontaktní místo pro podporu podnikání provozuje Živnostenský úřad Magistrátu města Hradec Králové.

### 2.2.3 Výzkumné organizace a pracoviště

Podíl výzkumných pracovišť v Královéhradeckém kraji na celkovém počtu VaV pracovišť v ČR se dlouhodobě pohybuje kolem 5 % (7. pozice v mezikrajském srovnání). 90,1 % těchto pracovišť bylo v 2018 v podnikatelském sektoru, 5,2 % v sektoru vysokoškolském a 4,6 % ve vládním sektoru. Žádné z pracovišť nebylo v soukromém neziskovém sektoru.

V Královéhradeckém kraji má sídlo nebo pobočkou deset výzkumných organizací, ne všechny výzkumné aktivity se dají využít pro inovace, ale pro úplnost uvádíme plný výčet.

#### Univerzita Hradec Králové

Univerzita Hradec Králové (UHK; [www.uhk.cz](http://www.uhk.cz)) se věnuje průřezovému výzkumnému tématu „Stárnutí ve zdraví a kvalita života“, ve kterém jsou uplatňovány výzkumné aktivity všech fakult UHK (podrobněji na <http://uni.uhk.cz/research/>). Krom výše zmíněného UHK generuje výzkumné aktivity, a to dle specifických zaměření jednotlivých fakult. Vědecko-výzkumné týmy na UHK podporuje mj. program na podporu vědy a výzkumu „Výzkumné fakulty“, který fakultám pro tyto účely alokuje prostředky institucionální podpory na dlouhodobý koncepční rozvoj výzkumné organizace (RVO). Další podpora vědecko-výzkumných týmů a zapojení mladých badatelů do nich byla v roce 2018 realizována formou vyhlášení soutěže na obsazení postdoktorandských pozic z prostředků RVO. Fakulta informatiky a managementu se věnuje problematice ekonomických modelů aplikovaných do biomedicíny, aplikacím ICT v průmyslových provozech (distribuované řízení v energetice) či multi-agentovým systémům, Přírodovědecká fakulta oblasti aplikované matematiky (matematické fyziky), vývoji senzorů monitorujících lidské tělo (spolupráce s firmou LINET, IKEM), organické a analytické chemii, biochemii, toxikologii, ekologii nebo výzkumu opylovačů. Pedagogická fakulta zaměřuje svůj základní výzkum na oblasti pedagogické (didaktické), literárně-kulturní, lingvistické a historické (dějiny umění). Filozofická fakulta spolupracuje s aplikačním sektorem v oblasti terénního archeologického výzkumu, realizací sociologických průzkumů nebo v oblasti digitalizace a ochrany kulturního dědictví.

**Přírodovědecká fakulta** se zaměřuje na výzkum nových léčiv (příprava sloučenin ovlivňujících mitochondriální enzymy jako potenciálních léčiv Alzheimerovy nemoci; výzkum modifikovaných reaktivátorů cholinesteras pro léčbu intoxikací organofosforovými pesticidy), potravinových doplňků, na výzkum toxikologie (např. analýza toxinů v potravinách) a dále na vývoj diagnostických lékařských přístrojů (aplikace fyziky, testování senzorů, zpracování signálů, netradiční matematické metody zpracování dat (neinvasivní měření rychlosti pulsní vlny po aortě) a tvorbu různých senzorických technologií z oblasti ovládání chytrých budov. Dále se podílí na vývoji nových certifikovaných metodik v práci s kmenovými buňkami, vývoji metodologie ochrany stromů v ovocných sadech a aplikaci základního botanického a zoologického výzkumu v ekologii. Ve spolupráci s firmami a výzkumnými pracovišti bylo získáno několik patentů. Na fakultě rovněž vznikl první technologický spin-off UHK, Grant Detection, s.r.o., který si licencoval technologii pro detekci ukrytých osob ve vozidlech. Fakulta spolupracuje v rámci řešení projektů aplikovaného výzkumu s firmami regionu (např. Merkur, ROTomotor).

**Fakulta informatiky a managementu UHK (FIM)** se zaměřuje mj. na zpracování rozsáhlých datových souborů, softwarová řešení, aplikace znalostních a mobilních technologií v různých oborech, smart senzory a jejich aplikace. Nově byl zahájen výzkum a vývoj v oblasti propojení ICT a biomedicíny včetně aplikace ekonomických modelů, což je považováno za směr excelence a úkol Centra základního a aplikovaného výzkumu FIM. Zde je využíváno následujících technologií: cloudová řešení, paralelní výpočty, umělé neuronové sítě, zpracování medicínských obrazů, vývoj medicínských zařízení apod.). Fakulta podala řadu žádostí o ochranu duševního vlastnictví na Úřad průmyslového vlastnictví i Úřad Evropské unie pro duševní vlastnictví. Rozsáhlá je i spolupráce s firmami hradeckého IT klastru. Výzkum je podle možností prováděn s výzkumnými pracovišti a firmami regionu, ale i s dalšími subjekty zahraničními na základě rozsáhlého portfolia mezinárodních smluv. Z velmi úspěšných jmenujme UTM Malajsia či IHMC Florida USA.

Spolupráce **Pedagogické fakulty** s externími institucemi odpovídá zaměření základního výzkumu, viz oblasti jmenované výše, a směřuje tedy na školy, sociální zařízení, paměťové instituce/PNP, SVK HK, Galerie moderního umění HK, Ústav pro jazyk český AV ČR apod. Aplikovaný výzkum fakulty se v současnosti orientuje zejména na oblast měření a zpracování signálů v elektrotechnice.

**Filozofická fakulta** se zaměřuje na provádění základního i aplikovaného terénního výzkumu v archeologii (aktuálně terénní arch. průzkum na trase dálnice D11 v úseku HK – Jaroměř). Také jsou rozvíjeny techniky výzkumu nedestruktivní analýzy materiálního složení vzorků s ohledem na možnosti uplatnění i na jiné materiálové základy. Odbornými pracovníky fakulty jsou realizovány sociologické průzkumy dle poptávky komerčních subjektů či samosprávných celků (spokojenost občanů, doprava atd.). V současnosti zaměřuje fakulta svoji pozornost také na přenos výzkumu do praxe, zjišťuje dopady ekonomického růstu na život obyvatel regionu (průmyslová zóna Solnice-Kvasiny-Rychnov n/Kněžnou). Fakulta spojuje výuku tradičních historických věd s moderními informačními technologiemi a nejnovějšími poznatky dalších exaktních věd. Základem spolupráce s aplikační sférou v této oblasti je zejména digitalizace a ochrana kulturního dědictví, v současnosti zaměřená na ochranu, restaurování, prezentaci a také na nástroje historické geografie, virtuální reality a kyberprostor. Významné jsou rovněž aktivní kontakty Filozofické fakulty v Latinské Americe a Africe, kde již byly realizovány některé průzkumy trhu pro komerční subjekty. Fakulta zároveň intenzivně spolupracuje se širokou škálou zařízení v oblasti sociální práce.

Výzkum na fakultách UHK je realizován na základě smluvní spolupráce a v rámci řešení vybraných vědeckých grantů od různých poskytovatelů tuzemských jako je GAČR, TAČR, MPO, AZV, MŠMT apod., ale i zahraničních, např. programů COST Actions. Samozřejmostí je zapojení magisterských studentů a zejména doktorandů UHK do výzkumu a účast domácích i zahraničních odborníků z praxe na výuce, výzkumu i v rámci přípravy diplomových/disertačních prací. Výzkumným aktivitám se věnuje ⅓ pracovníků UHK.

#### Univerzita Karlova

**Farmaceutická fakulta** Univerzity Karlovy ([www.cuni.cz](http://www.cuni.cz)) v Hradci Králové se zaměřuje na výzkum ve všech klíčových oblastech farmacie, tj. vývoj nových léčiv, lékových forem a drug delivery systémů, analýzu léčiv a léčivých přípravků, biomedicínu, farmakologii, klinickou farmacii a farmakoepidemiologii. Řada akademických pracovníků je členem předních světových odborných organizací a zaštiťují na FaF UK výzkumné projekty, např. na zvýšení účinnosti a bezpečnosti léčiv a nutraceutik či pokročilého výzkumu v separačních vědách. Ve spolupráci s firmami a výzkumnými organizacemi FaF UK řeší několik výzkumných projektů a podala řadu patentů.

Pro firmy a výzkumné organizace je navíc prováděn i smluvní výzkum v oblasti analýzy léčivých přípravků, vývoje lékových forem či v oblasti farmakoepidemiologie a konzultací v lékových problémech. Přenos technologií a ochrana duševního vlastnictví jsou na FaF UK podporovány tzv. technologickými skauty, kteří úzce spolupracují s univerzitním Centrem pro přenos poznatků a technologií a nově i dceřinou firmou Charles Univerzity Innovations Prague a aktivně vyhledávají a podporují nové výsledky výzkumu a vývoje vhodné pro uplatnění v praxi. FaF UK má širokou síť mezinárodních partnerů a vazeb nejenom v zemích EU, ale i po celém světě, díky níž realizuje zahraniční stáže zaměstnanců/studentů, přijímá zahraniční studenty a pracovníky do doktorského studia, resp. postdoktorandských pozic, a rozvíjí další mezinárodní výzkumnou spolupráci.

**Lékařská fakulta** v Hradci Králové provádí výzkumné aktivity ve třech základních oblastech: civilizační choroby, onkologie a problematika stárnutí, včetně regenerace na všech úrovních. Většina výzkumných aktivit fakulty je realizovaná společně s aplikační sférou. Fakulta má ve svém portfoliu také několik patentů a užitných vzorů, podaných společně s Fakultní nemocnicí Hradec Králové a dalšími partnery. Fakulta umožňuje mladým vědcům z organizací aplikační sféry studium v doktorských studijních programech, a také podporuje výměnné stáže zaměstnanců a studentů ve výzkumných organizacích i



v aplikované sféře na národní i mezinárodní úrovni. Co se týče mezinárodní spolupráce, fakulta využívá prestižní síť strategických partnerství Univerzity Karlovy a má vlastní vědeckou spolupráci s britskou University of Hull, irskou Trinity College Dublin a v neposlední řadě realizuje výměnný program vědeckých stáží pro studenty a zaměstnance s prestižní americkou Mayo Clinic, Rochester, Minnesota.

#### Univerzita obrany, Fakulta vojenského zdravotnictví Hradec Králové

Fakulta vojenského zdravotnictví UO ([www.unob.cz](http://www.unob.cz)) odvozuje svoje zaměření od potřeb Armády České republiky, a soustředí se především na ochranu před účinky biologických a chemických zbraní. Výzkumné projekty v biologické oblasti jsou zaměřeny na metody detekce vysoce nebezpečných biologických agens a vývoj preventivních i terapeutických vakcín. V oblasti toxikologie a ochrany proti chemickým zbraním jsou prioritami vývoj antidot, moderní způsob jejich aplikace, analýzy účinku chemických agens na živé systémy a detekce otravných látek ve vodě. Dalším pilířem výzkumu je zaměření na ochranu proti jaderným zbraním, zejména biodozimetrie. Mimo ochranu před zbraněmi hromadného ničení se fakulta podílí na klinických činnostech a klinickém výzkumu (oblast hygieny, urgentní medicíny, chirurgie a interní medicíny) koncipovaném s cílem jeho využití jak v domácích podmínkách, tak i podmínkách zahraničních misí. Fakulta spolupracuje s několika domácími firmami v oblasti CBRN výzkumu a s množstvím jak domácích, tak i zahraničních akademických a vojenských institucí.

#### Fakultní nemocnice Hradec Králové

Fakultní nemocnice HK ([www.fnhk.cz](http://www.fnhk.cz)) se výzkumně zaměřuje především na oblasti: operační trauma a nové operační postupy, vývoj a hodnocení léčiv, s věkem spojená onemocnění, neurovědy, klinická a experimentální gastroenterologie, moderní trendy v onkologii, rozvoj nových diagnostických postupů. FN HK je velmi aktivní v oblasti smluvního výzkumu, zejména typu klinického hodnocení léčiv a laboratorního hodnocení, jak pro tuzemské, tak zahraniční farmaceutické firmy (každoročně probíhá obvykle více než 230 klinických hodnocení a laboratorních studií). Dalšími oblastmi smluvního výzkumu jsou syntéza potenciálních léčiv na zakázku, proteomické analýzy, optimalizace materiálů pro aplikaci ve zdravotnictví, přístrojů a nástrojů pro lékařské použití atd. Transfer technologií zajišťuje ve FN HK specializované pracoviště Centra transferu biomedicínských technologií. FN HK je majitelem 7 patentů, dalších 9 patentových přihlášek a 6 užitných vzorů a každoročně přihlašuje 3–4 perspektivní výsledky výzkumu k průmyslově právní ochraně.

#### Výzkumný a šlechtitelský ústav ovocnářský Holovousy s.r.o.

Výzkumný a šlechtitelský ústav ovocnářský Holovousy s.r.o. ([www.vsu.cz](http://www.vsu.cz)) se zabývá výzkumem problematiky ovocnářství a šlechtěním ovocných plodin, které se pěstují na území České republiky jako tržní kultury. Jedná se o detekci genových markerů, inovaci pěstitelských technologií se zaměřením na snížení vstupu cizorodých látek do ekosystému sadu a životního prostředí, vývoji nových odrůd i metodách integrované produkce a organických systémů pěstování s ohledem na využití šetrné závlahy, využívání bez virózních primárních zdrojů. K úspěšně komercializovaným výsledkům patří právně chráněné odrůdy (téměř 70 odrůd jednotlivých ovocných druhů; světově vyhledávané nejvíce odrůdy třešní). Licence na pěstování třešní má ústav uzavřen v zemích téměř všech světadílů. Co se transferu výsledků výzkumu do praxe týká, značnou část představují pěstitelské metodiky pro profesní pěstitele ovoce. Smluvní výzkum řeší například testování nových přípravků či možnost využití nanotechnologií v ovocnářství. Ústav se také zabývá úkoly kladenými prostřednictvím precizního zemědělství a zahájil výzkum kryoprezervačních postupů pro duplicitní uchování genetických zdrojů. Ústav spolupracuje s výzkumnými organizacemi v ovocnářsky vyspělých zemích, je rovněž zapojen do řady mezinárodních projektů. V ústavu pracuje 28 přepočtených VŠ VaV výzkumníků. Výzkumní pracovníci se zúčastňují zahraničních stáží.

#### Mikrobiologický ústav AV ČR, v.v.i.

Mikrobiologický ústav ([www.mbucas.cz](http://www.mbucas.cz)) má na území Královéhradeckého kraje detašované pracoviště v Novém Hrádku. Jedná se o unikátní laboratoř gnotobiologie, kde se základní výzkum soustřeďuje na

význam střevní mikrobioty na vývoj civilizačních onemocnění jako jsou idiopatické střevní záněty, alergie, ateroskleróza, nádorová onemocnění a diabetes. Vynikající výsledky dosahuje při studiu vývoje subpopulací T a B lymfocytů v ontogenezi prasat. Gnotobiologická laboratoř je jediným pracovištěm ve střední Evropě, kde se chovají bezmikrobní (bezmikrobní prasata chovají pouze zde, v USA a v Číně) a gnotobiotická zvířata (zvířata osazená známými druhy bakterií), která spolupracuje se špičkovými pracovišti v Evropě a v USA (plánují rozšíření spolupráce do Číny a Izraele). Výsledky výzkum pracoviště v Novém Hrádku využívají jak zdravotnická zařízení, tak průmyslové podniky, potravinářské podniky a mnoho dalších. Na pracovišti vypracovávají studenti bakalářské, diplomové a dizertační práce.

[Státní ústav radiační ochrany, v.v.i.](#)

Státní ústav radiační ochrany – pobočka Hradec Králové ([www.suro.cz](http://www.suro.cz)) se specializuje komplexně na radiační ochranu, vývoj progresivních detekčních metod ionizujícího záření, na aplikovaný výzkum pro potřeby státu, a to zejména výzkum bezpečnostní i výzkum pro dozorovou a správní činnost Státního úřadu pro jadernou bezpečnost České republiky. Provádí výzkum pro Bezpečnostní výzkum pro Ministerstvo vnitra České republiky. V rámci výzkumu v tomto oboru spolupracuje s ústavy a firmami podobného zaměření, provádí vzdělávání v oblasti radiační ochrany, pořádá kurzy podle Atomového zákona nutné pro vykonávání soustavného dohledu nad dodržováním požadavků RO, organizuje stáže pro Mezinárodní agenturu pro atomovou energii (IAEA).

[Výzkumný ústav živočišné výroby, v.v.i.](#)

Výzkumný ústav živočišné výroby – pobočka Kostelec nad Orlicí ([www.vuzv.cz](http://www.vuzv.cz)) se zabývá aplikovaným výzkumem využití potenciálu užitkovosti prasat, ve směru intenzity a efektivity reprodukčních a produkčních vlastností. Zabývá se klíčovými obory chovu, tj. reprodukci a výživou se zaměřením na využití v managementu produkčních i šlechtitelských chovů. Dále řeší otázky technologie a welfare u prasat. Má oprávnění pořádat inseminační kurzy pro inseminaci u prasnic ve vlastním podniku. Oddělení je zapojeno do programu ochrany genetických zdrojů jako specializované pracoviště pro kryokonzervaci spermatu a dalších biologických materiálů. Součástí pracoviště je uznaný nukleový chov přeštických černostrakatých prasat a chov laboratorních miniprasat. Oddělení se také zabývá otázkami produkce masa a jatečné hodnoty prasat se zaměřením na skladbu jatečného těla.

[Výzkumný ústav lesního hospodářství a myslivosti, v. v. i.](#)

Výzkumný ústav lesního hospodářství a myslivosti – Výzkumná stanice Opočno ([www.vulhm.cz](http://www.vulhm.cz)) se zabývá aplikovaným výzkumem, poradní a expertizní činností v oboru pěstování lesa, a to s celostátní působností a pro všechny uživatele, správce a vlastníky lesa. Ve spolupráci s veřejnými i privátními vlastníky a dalšími lesnickými subjekty jsou realizovány výzkumné projekty národních agentur (např. NAZV, TAČR). Další formou spolupráce je smluvní výzkum a vývoj, např. pro VLS, s.p., nebo LČR, s.p. Mezi hlavní výstupy aplikovaného výzkumu realizovaného VS Opočno patří kromě klasických vědeckých a odborných publikací (články, knihy) také ověřené technologie, certifikované metodiky a mapy, výsledky promítnuté do právních norem, softwaru a užitné vzory. Důležitou součástí aktivit VS Opočno je i transfer poznatků výzkumu do praxe formou expertní a poradenské činnosti, pořádáním seminářů, exkurzí a instruktáží včetně poskytování odborných materiálů na webových stránkách.

[Výzkumný institut ochrany genofondů, v.v.i.](#)

Institut se zabývá základním i aplikovaným výzkumem v biologických vědních oborech se zvláštním zaměřením na ochranu genofondů a ochranu ohrožených druhů zvířat v místě jejich přirozeného výskytu i mimo místa jejich přirozeného výskytu, v oblasti podpory světové biodiverzity a v souvisejících a navazujících vědních oborech. V rámci výkonu hlavní činnosti se institut účastní výzkumu ve spolupráci s dalšími subjekty i na mezinárodní úrovni, pořádá odborné konference a semináře, rozvíjí mezinárodní spolupráci včetně účasti na mezinárodních projektech a členství v mezinárodních a zahraničních subjektech a centrech. Institut byl zřízen v roce 2019 na základě rozhodnutí Zastupitelstva Královéhradeckého kraje. Hlavním partnerem institutu je Safari Park Dvůr Králové při ZOO Dvůr



Králové, který dlouhodobě usiluje o záchranu volně žijících populací nosorožců v Africe. Dlouhodobým projektem Safari parku je monitoring volně žijících zvířat.

#### Muzeum východních Čech v Hradci Králové

Muzeum východních Čech v Hradci Králové ([www.muzeumhk.cz](http://www.muzeumhk.cz)) je příspěvkovou organizací zřízenou Královéhradeckým krajem. Instituce řeší vlastní vědeckovýzkumné úkoly, organizuje odborné konference. V současné době má muzeum v archeologických, přírodovědeckých a historických podsbírkách více než dva miliony sbírkových předmětů. Od roku 1993 spravuje areál Památníku bitvy 1866 na Chlumu včetně Muzea války 1866. Muzeum východních Čech v Hradci Králové spolupracuje s Univerzitou Hradec Králové, především prostřednictvím osobních kontaktů jednotlivých pracovníků.

#### 2.2.4 Klastry

Klastry, jako seskupení spolupracujících firem, se aktivně věnují výzkumu, vývoji a inovacím v Královéhradeckém kraji. V této oblasti působí aktivně tři a je registrována snaha o založení nových, a to v oborech pokročilého zemědělství či zdravotní péče.

##### Klaster výrobců obalů, družstvo (OMNIPACK)

Klaster výrobců obalů, družstvo (OMNIPACK) ([www.klastromnipack.cz](http://www.klastromnipack.cz)) sdružuje 45 členů z oblasti vývoje, výroby a testování jak typizovaných průmyslových obalů a fixačních prvků (palety, přepravy, boxy, krabice a další), tak obalů, které jsou vyvíjeny přímo dle požadavků zákazníků. Členy jsou jak firmy, tak i výzkumné organizace. Klaster má vlastní sdílené vývojové a zkušební centrum a školicí středisko. Důraz je kladen na ekonomický růst členů klasteru a jejich inovační aktivity, posilování vazeb mezi VaVal a průmyslovými podniky v klasteru a systematické vzdělávání členů. Geograficky zasahuje klaster do 9 krajů ČR.

##### CZECH STONE CLUSTER

Družstvo ([www.czechstonecluster.eu](http://www.czechstonecluster.eu)) sdružuje 16 členů, tedy podniků, vzdělávacích a vědeckovýzkumných institucí z oblasti výroby, obchodu a služeb. Činnost klasteru je zaměřena na podporu a rozvoj školství a průmyslu ve zpracování kamene posilováním konkurenceschopnosti a inovačních aktivit. Od svého počátku (r. 2006) realizuje klaster projekty s vysokou přidanou hodnotou, zejména v odvětví kamenického průmyslu. Přestože je převážná většina realizována na území východních Čech, podílí se klaster i na mezinárodních, evropských projektech. V posledních letech aktivně posiluje svou činnost v oblasti nových technologií a zpracování odpadních materiálů, které bezprostředně souvisí s těžbou a zpracováním přírodního kamene. Geograficky zasahuje klaster do 7 krajů ČR.

##### Technologický klaster, z.s.

Technologický klaster, z.s. ([www.technologickyklaster.cz](http://www.technologickyklaster.cz)) sdružuje 17 členů, převážně technologických a poradenských podniků. Klaster se soustředí na oblast ICT, energetiky a komunikačních technologií. Své služby a poradenství (technický a cenový průzkum, energetický management, finanční servis, strategického managementu, centrálního nákupu, správy služeb a vzdělávání) nabízí především pro své členy a partnery klasteru. Geograficky zasahuje klaster do 4 krajů ČR.

#### 2.2.5 Zprostředkující a střešové organizace pro vědu, výzkum a inovace

Zprostředkující instituce představují most mezi výzkumným a aplikačním sektorem. V Královéhradeckém kraji působí řada center nejrůznějšího zaměření.

##### Centrum investic, rozvoje a inovací

Centrum investic, rozvoje a inovací (CIRI) ([www.cirihk.cz](http://www.cirihk.cz)) je regionální investiční a rozvojovou agenturou Královéhradeckého kraje. Věnuje se jak projektovému managementu, tak strategickému plánování. Zpracovává krajské strategické dokumenty včetně RIS3, provádí monitoring a evaluaci, je iniciátorem nových VaVal aktivit, spoluřídí Regionální inovační fond Královéhradeckého kraje, zajišťuje

chod Rady pro výzkum, vývoj a inovace Královéhradeckého kraje, je výkonnou složkou implementace RIS3 a snaží se podněcovat spolupráci a informovanost klíčových aktérů v regionu například jako iniciátor projektu Platforma investic, rozvoje a inovací Královéhradeckého kraje ([www.proinovace.cz](http://www.proinovace.cz)), provozovatel Regionálního centra podpory sociálního podnikání, člen Paktu zaměstnanosti Královéhradeckého kraje ([www.zamestnanyregion.cz](http://www.zamestnanyregion.cz)), koordinátor tvorby a řízení Regionální inovační značky a aktér tvorby a implementace konceptu Chytrý region Královéhradeckého kraje (včetně provozu webové stránky [www.chytryregion.cz](http://www.chytryregion.cz)).

#### Technologické centrum Hradec Králové z.s.

Technologické centrum Hradec Králové z.s. ([www.tchk.cz](http://www.tchk.cz)) je nezisková společnost založená Statutárním městem Hradec Králové. Zajišťuje základní infrastrukturu služeb se zaměřením na podporu podnikání a zvýšení konkurenceschopnosti regionu, působí jako inkubátor pro začínající firmy, poskytuje zvýhodněný nájem a doprovodné služby, zejména pak poradenství, koučing, mentoring či vyhledávání investora. Z titulu provozovatele vědeckotechnického parku úzce spolupracuje s vysokými školami, vědeckými pracovišti i výzkumnými ústavů. Výraznou aktivitou je podpora začínajících talentů a podniků pomocí budování krajské start-up komunity. Své aktivity rozvíjí také v oblasti popularizace digitálních technologií. Technologické centrum Hradec Králové je Microsoft Innovation Centre a Digital Innovation Hub. Díky tomu mohou malé a střední podniky získat znalosti a přístup k novým digitálním technologickým trendům i konkrétním zařízením. Kromě rozvoje podnikatelského prostředí ve městě a regionu se podílí na propojování terciárního školství, vědeckovýzkumné základny a podnikatelského prostředí.

#### Centrum textilních technologií a vzdělávání

Centrum textilních technologií a vzdělávání ([www.inotex.cz](http://www.inotex.cz)), provozované jako pobočný závod INOTEX spol. s r.o. Dvůr Králové nad Labem, je orientováno na obor textilního zušlechťování. Zaměřuje se na technologický výzkum podporovaný specializovanými maloobjemovými výrobami (malotonaž-chemické přípravky a malometrážní zušlechťování a povrstvování textilií) a technologický transfer do podmínek uživatelských textilních podniků. Řeší inovační záměry jak v přímé spolupráci s textilními firmami – výrobci klasických textilií, tak producenty nově se vyvíjejících technických výrobků. K dosažení inovačních cílů rozvíjí společné aktivity i s partnery z netextilních oborů (chemie, biotechnologie, pěstování technických plodin, elektronika aj.). Využití multidisciplinárních vazeb je rovněž základem transferovaných nových technologií a podpory vývoje výrobků s přidanou hodnotou pro B2B i B2C trhy.

#### Centrum transferu biomedicínských technologií

Centrum transferu biomedicínských technologií (CTBT) ([www.fnhk.cz/ctbt](http://www.fnhk.cz/ctbt)) je společným pracovištěm Fakultní nemocnice Hradec Králové, Univerzity Hradec Králové a Fakulty vojenského zdravotnictví Univerzity Obrany v Brně. Podporuje aplikačně orientovaný výzkum a vývoj s cílem zrychlit a podpořit přenos výsledků výzkumu do praxe. CTBT zajišťuje ochranu nových znalostí a řešení získáním formální ochrany výsledků výzkumu a vývoje, a to formou patentů, užitečných vzorů nebo utajovaného know-how. Hlavním cílem CTBT je komercializace, tedy zhodnocení duševního vlastnictví např. prodejem licence k patentu nebo založením spin-off firmy. I v tomto směru CTBT poskytuje výzkumníkům jak administrativní, tak obchodní a právní pomoc např. vyhledání vhodného tuzemského či zahraničního investora či přímo obchodního partnera se zájmem o licenci k technologii, vyjednání licenčních podmínek atd. CTBT je kontaktním místem pro firmy, které hledají výzkumného partnera a chtějí realizovat smluvní výzkum.

#### Centrum pro přenos poznatků a technologií

Centrum pro přenos poznatků a technologií UK (CPPT UK) ([www.cppt.cuni.cz](http://www.cppt.cuni.cz)) je integrální součástí univerzity. Poskytuje odborné služby v oblasti přenosu poznatků a komercializace. Soustředí se na vyhledávání nových nápadů a jejich právní a patentovou ochranu.

CPPT UK nabízí servis pro oblast smluvního výzkumu a konzultačních služeb, propojuje vědecké týmy se soukromým a veřejným sektorem, zajišťuje dotační financování inovačních aktivit a vzdělávání v oblasti transferu poznatků a technologií.

#### Centrum inovací a podnikání Trutnov z.s.

Centrum inovací a podnikání Trutnov z.s. ([www.ciptu.cz](http://www.ciptu.cz)) provozuje firemní inkubátor, který nabízí program Start určený pro začínající podnikatele a program Restart určený pro zavedené firmy řešící nějaké bariéry podnikání nebo hledající další impuls rozvoje.

#### Asociace inovačního podnikání ČR

Asociace inovačního podnikání ČR, z.s. ([www.aipcr.cz](http://www.aipcr.cz)) je nevládní organizace pro oblast inovačního podnikání v ČR. V rámci Systému inovačního podnikání v ČR má zastoupení v krajích ČR. Hlavní činností AIP ČR je výzkum a vývoj v oblasti inovačního podnikání, tj. výzkumu, vývoje a inovací, transferu technologií, nových materiálů a technologií, vědeckotechnických parků, inovačních firem, inovačních procesů, inovační infrastruktury, inovačního potenciálu, přípravy odborníků pro oblast inovačního podnikání a podmínek pro fungující inovační trh.

#### Regionální kancelář Agentury pro podporu podnikání a investic CzechInvest

Regionální kancelář Agentury pro podporu podnikání a investic CzechInvest ([www.czechinvest.org](http://www.czechinvest.org)) nabízí služby a programy pro lokální firmy a přicházející investory. Kancelář funguje zejména jako konzultační místo podpory podnikatelům ze strany státu i mezinárodních zdrojů. Zástupcům měst nabízí CzechInvest asistenci při harmonizaci podnikatelského prostředí (podpora podnikatelské a sociální infrastruktury a zájmu měst o podnikatele) a spolupráci při tvorbě chytré nabídky pro investory. Regionální kancelář Agentury CzechInvest pro Královéhradecký kraj je rovněž aktivně zapojena do projektu Platformy investic, rozvoje a inovací Královéhradeckého kraje, prioritně v rámci oblasti podpory investičního prostředí a přípravy a realizace strategie Investičních příležitostí Královéhradeckého kraje (včetně tvorby Mapy podnikatelského prostředí).

#### Agentura pro podnikání a inovace – regionální kancelář pro Královéhradecký kraj

Agentura pro podnikání a inovace ([www.agentura-api.org](http://www.agentura-api.org)) je státní příspěvková organizace s celostátní působností podřízená Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR. Je zprostředkujícím subjektem pro dotační programy podpory Operačního programu Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost.

#### Krajská hospodářská komora Královéhradeckého kraje

Krajská hospodářská komora Královéhradeckého kraje ([www.komora-khk.cz](http://www.komora-khk.cz)) je nestátní neziskovou organizací a zároveň největším zástupcem podnikatelské veřejnosti v Královéhradeckém kraji poskytující své služby firmám bez ohledu na velikost a zaměření prostřednictvím svých jednateleství ve všech bývalých okresních městech Královéhradeckého kraje. Krajská hospodářská komora propojuje firmy se zahraničními partnery, školami, zástupci samosprávy, ale i podnikatele mezi sebou navzájem. V rámci své činnosti realizuje Krajská hospodářská komora Královéhradeckého kraje vzdělávací aktivity ve formě seminářů, workshopů či kulatých stolů, pořádá konference, soukromé akce pro firmy, dále pak poskytuje poradenství a konzultace mimo jiné i na podporu exportních aktivit regionálních firem.

Krajská hospodářská komora a Královéhradecký kraj organizují dva programy, které propojují střední školy a firmy, jedná se o tour Vybírám střední (<https://www.vybiramstredni.cz/>) a v rámci program Škola firmě, firma škoje oceňuje vzájemnou výraznou spolupráci firem a středních škol Královéhradeckého kraje.

## Svaz průmyslu a dopravy ČR

Svaz průmyslu a dopravy ČR ([www.spcr.cz](http://www.spcr.cz)), regionální zastoupení pro Liberecký, Královéhradecký a Pardubický kraj, je nestátní dobrovolnou nepolitickou organizací, sdružující zaměstnavatele a podnikatele v České republice, zároveň je největším zaměstnavatelským svazem, který reprezentuje rozhodující část českého průmyslu a dopravy. Je hlavním partnerem vlády při vyjednávání o legislativě, která má vliv na byznys. Pomáhá tak vytvářet optimální podmínky pro dynamický rozvoj podnikání v ČR a hájí společné zájmy svých členů. Svaz průmyslu a dopravy ČR prosazuje zájmy

## Ovocnářská unie České republiky

Ovocnářská unie České republiky ([www.ovocnarska-unie.cz](http://www.ovocnarska-unie.cz)) je zájmové sdružení ovocnářů a školkařů všech typů podnikatelských subjektů. Sdružuje na 600 členů s produkční plochou 11 500 ha intenzivních sadů a ovocných školek. Je tvořena pěti regionálními uniemi a Výzkumným a šlechtitelským ústavem ovocnářským v Holovousech. Tyto jednotky poskytují poradenské služby, zajišťují konzultace, osvětovou i odbornou činnost, školení, exkurze pro tržní pěstitele ovoce a školkaře. V rámci Ovocnářské unie ČR existují zájmové organizační jednotky – Svaz pro integrované systémy pěstování ovoce (SISPO), Svaz skladovatelů ovoce (SSO) a Školkařský svaz (ŠS). Ovocnářská unie ČR má sídlo v areálu Výzkumného a šlechtitelského ústavu ovocnářského v Holovousech.

## 2.3 Stakeholderi – realizátoři inovací

Hlavní hybnou silou při zavádění výsledků z vývoje a výzkumu do praxe jsou firmy (aplikační sféra), vždyť za posledních deset let tvoří více než 68 % všech celkových výdajů na vědu a výzkum investice tohoto sektoru. V regionálních výdajích firem na výzkum a vývoj převažují činnosti v oborech IT/elektro/elektrotech, strojírenství, textilní a oděvní průmysl, gumárenský/plastový průmysl a přírodovědných oborech.

V případě Královéhradeckého kraje je aplikační sféra klíčovým hráčem ve výzkumném a inovačním prostředí. Pokud se podíváme na výkonnost optikou výdajů na výzkum a vývoj, podnikatelské výdaje na VaV vykazují za posledních deset let růstový trend a tvoří více než 68 % všech celkových výdajů na VaV v kraji. Následuje vysokoškolský sektor, který se podílí na výdajích na VaV 30 % a vládní sektor 2 %. Ve srovnání s ostatními kraji byl v roce 2017 Královéhradecký kraj čtvrtým nejhorším krajem dle výše podnikatelských výdajů na VaV.

Pokud se podíváme na obory ekonomické činnosti CZ-NACE, které se nejvíce podílejí na regionálních výdajích firem na výzkum a vývoj, tak převažují činnosti v oborech IT/elektro/elektrotech, strojírenství, textilní a oděvní průmysl, gumárenský/plastový průmysl a přírodovědných oborech. Odvětví IT/elektro/elektrotech a strojírenství vykazovala po celé období 2012–2016 pozitivní růstový trend. Výzkumné a vývojové aktivity firem se realizují například v oblasti informačních technologií/inženýrských činností (např. vývoj software, zpracování bigdata, vývoj a konstrukce komponent pro automotive/strojírenství a vývoj/návrh/dodávky technologických celků pro průmyslové obory chemie, energetiky, koksárenství, potravinářství), v oblasti (opto)elektronických, elektrotechnických součástek a zařízení, vývoje strojů pro speciální účely (tiskařské stroje, stroje pro těžbu a stavebnictví, zemědělské stroje, celky pro farmaceutický, potravinářský průmysl a energetiku), vývoje ultralehkých letadel a výzkumu a vývoje kompozitních materiálů, vývoje dílů pro motorová vozidla, výzkumu a vývoje textilních materiálů, výzkumu a vývoje zdravotnických prostředků, vývoje pryžových a plastových materiálů, výzkumu v oblasti ovocnářství a další.

Identifikovaným problémem je nižší počet inovujících podniků. Podíl inovujících podniků na celkovém počtu podniků v kraji v Královéhradeckém kraji dle šetření CIS2016 klesl oproti šetření 2014 na 38 % (pokles o 5 p. b.), což znamená v mezikrajském srovnání pokles na 12. místo (oproti 8. místu v roce 2014). Podíl podniků s technickou inovací klesl na 34,5 % (8. mezikrajská pozice, v roce 2014 4. pozice).

Podíl spolupracujících podniků s partnerem s EU nebo EFTA se také snížil na 23,3 % a byl až 7. nejvyšší ze všech krajů ČR (v roce 2014 vůbec nejvyšší). Internacionalizaci soukromého sektoru ilustruje podíl podniků, které obdržely veřejnou podporu z Rámcového programu pro VaV. Tento podíl klesl na 1,9 % oproti roku 2014 – 2,3 % (3. mezikrajská pozice, oproti tomu v roce 2014 8. pozice).

Ze závěrů analýzy regionální kanceláře agentury Czechinvest týkající se projektů investičních pobídek realizovaných v Královéhradeckém kraji v období 1993–30. 6. 2019 vyplývá, že co do počtu projektů investičních pobídek jich nejvíce mířilo do RIS3 domény výroba dopravních prostředků (40 %), strojírenství (23,3 %) a do domény nové textilní materiály pro nové multidisciplinární aplikace (16,7 %). Doména výroba dopravních prostředků a jejich komponent si zároveň drží první místo v poměru plánovaných investic (62,3 %) i poměru plánovaných nově vytvořených pracovních míst (66,9 %).

### 2.3.1 Vztah společností k inovacím

Dle studie Českého statistického úřadu v ČR v období 2016–2018 inovovala necelá polovina (47 %) podniků s 10 a více zaměstnanci a ve skupině velkých podniků to byly téměř tři čtvrtiny (74 %).

Nejvyšší podíl inovujících podniků, téměř dvě třetiny (65 %), se nachází v odvětvích informačních a komunikačních činností.

Své produkty inovovalo 27 % firem a 40 % inovovalo své podnikové procesy.

Většina firem si své produkty a procesy inovuje plně ve vlastní režii.

Se školami na inovacích spolupracovalo jen 11 % inovujících firem.

Hlavním výsledkem produktových inovací bylo zvýšení kvality stávající produkce.

Za inovované produkty podniky utržily v roce 2018 celkem 1 060 mld. Kč.

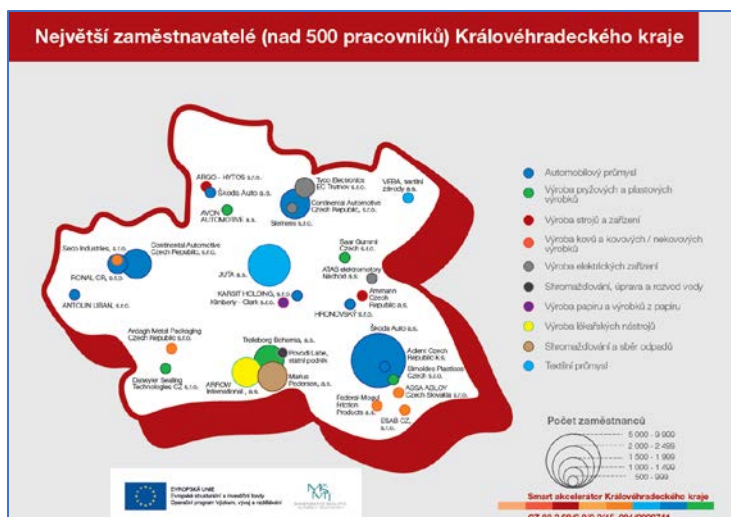
Podniky do zavádění inovací investovaly v roce 2018 celkem 151 mld. Kč, přičemž 71 % z této částky připadlo na firmy ve zpracovatelském průmyslu.

Veřejnou formu podpory pro své inovační aktivity získalo 28 % inovujících podniků. Český stát podpořil inovace u 17 % inovujících podniků.

### 2.3.2 Potenciální inovátoři

Inovují firmy napříč celým spektrem bez ohledu na obor, velikost či stáří. Řada společností vyhledává inovace iniciativně (obzvláště menší a mladší firmy), ale některé je třeba informovat a vzbudit u nich zájem.

Takováto příležitost je například u několik progresivních oborů, jejichž zastoupení je v kraji výrazně vyšší, než je republikový průměr. Zástupce těchto oborů je možné oslovit s nabídkou klastrové spolupráce. Jedná se o obory technické keramiky (piezokeramiky), jenž navazuje na historický subjekt národního podniku Tesla v Hradci Králové, svařování, jenž je regionálně zastoupeno v okolí Hořic, hodinářství a k němu přiřazené obory jemné mechaniky a přesného obrábění v okolí Nového Města nad Metují a měřicí a regulační technika s podoborem optoelektroniky v Nové Pace a Trutnově.



Další příkladem firem, které mají o inovace zájem jsou společnosti oceněné v programu Škola firmě, firma škol, které uděluje Královéhradecký kraj a Krajská hospodářská komora Královéhradeckého kraje zaměstnavatelům a středním školám za jejich aktivní spolupráci. Přehled firem oceněných v posledních 5 letech:

- AGRO Chomutice a.s.
- Agrochov Stará Paka a.s.
- Continental Automotive Czech Republic s.r.o.
- DIA-NA HK, s.r.o.
- Fakultní nemocnice Hradec Králové
- Farnet a.s.
- IVECO Czech Republic a.s.
- KASPER KOVO s. r. o.
- Koenig & Bauer Grafitec s.r.o.
- Lesy České republiky s. p.
- MATRIX a.s.
- Milan Fikar – ovocné a okrasné školky
- OEZ s.r.o.
- Saar Gummi Czech, s.r.o.
- SECO GROUP a.s.
- Škoda Auto, a.s.
- TRIKER, a.s.
- Wikov MGI a.s. (2x)

## 2.4 Specializace kraje – domény RIS3

Vzhledem k odlišné oborové struktuře a zaměření výzkumných organizací a firem v Královéhradeckém kraji vycházel návrh domén specializace ze tří typových situací:

- a) Z přítomnosti oborů inovačního podnikání s nadkritickým množstvím výdajů na VaV, které odráží existenci vlastního VaV centra nebo nákup výsledků VaV od firem a výzkumných organizací mimo region. Tyto VaV vstupy firmy následně využívají ve výrobě, která se promítá do ekonomických ukazatelů kraje.
- b) Z přítomnosti směrů výzkumné specializace, které sice spolupracují více s aplikační sférou/konečnými veřejnými uživateli mimo region (např. protože v kraji není dostatečné množství vhodných firem), ovšem ke konkurenceschopnosti KHK mohou přispívat přes produkci/lákání



kvalitních VaV lidských zdrojů, zaměstnanost, tržby z komercializace svých VaV výsledků nebo jejich uplatněním veřejnými uživateli (např. armáda nebo zdravotní péče).

c) Z oborové shody zaměření výzkumných organizací a ekonomické specializace v regionu, ke které dochází jenom v několika málo nikách.

#### 2.4.1 Výroba dopravních prostředků a jejich komponent

Výroba osobních automobilů a ekosystém dodavatelů se v ČR koncentruje v území trojúhelníků Praha – Liberec – Hradec Králové a Uherské Hradiště – Olomouc – Ostrava. Tato doména má vysoký podíl na krajských tržbách průmyslu a zaměstnanosti. Významně se podílí na objemu realizovaných investičních pobídek v kraji (66,9 %) a vykazuje vyšší podíl na firemních výdajích na výzkum a vývoj. K hlavním trendům patří pokračující tlak firem na snižování nákladů a zvyšování efektivity výroby ve vlastních továrnách i u dodavatelů prostřednictvím pokračující robotizace, automatizace a digitalizace výroby. Prvky průmyslu 4.0 jsou v této doméně zaváděny asi nejrychleji ze všech oblastí.

Doména je založena primárně na firmách, nikoliv na výzkumných organizacích a terciárním vzdělávání v kraji. Obsahově je zaměřena zejména na vývoj/výrobu osobních automobilů, výzkum/vývoj/konstrukci a výrobu jejich komponent (např. převodovky, brzdové systémy, karosářské díly, zámky, airbagy, elektronické komponenty, čalounění, úpravy sanitních vozidel), vývoj a výrobu pryžových a plastových výrobků a dále na vývoj (včetně prototypování), konstrukci a testování celků a dílčích komponent s využitím informačních technologií.

Dalším segmentem je vývoj nových kompozitních materiálů, vývoj a výroba ultralehkých letadel a bezpilotních prostředků.

#### 2.4.2 Strojírenství a investiční celky

Strojírenství má v kraji dlouhou tradici v mnoha oborech, které lze přes jistou heterogenitu seskupit do níže uvedených okruhů. Tato doména má vysoký podíl na krajských tržbách průmyslu, zaměstnanosti a výdajích firem na výzkum a vývoj. Ve struktuře firem dominují především malé a střední firmy do 250 zaměstnanců vlastněné domácími subjekty. V oblasti strojírenství patří k aktuálním trendům nasazování a rozšiřování multifunkčních strojů, robotů a schopnosti strojů komunikovat mezi sebou navzájem a s datovým centrem firmy/spolupracující firmy. Téma Průmyslu 4.0 nyní v oblasti výrobních strojů směřuje k tvorbě a sdílení velkých dat, využívání senzoriky a k monitorování stavu strojů a diagnostice. S tímto trendem souvisí hrozba rostoucích bezpečnostních rizik v oblasti IT. Ke klíčovým bariérám dalšího růstu domény patří trh práce, který je na straně nabídky prakticky vyčerpán a dále absence technické vysoké školy v kraji. Doména je založena primárně na firmách, které spolupracují převážně s výzkumnou sférou mimo Královéhradecký kraj. Prvním segmentem je vývoj a výroba dílů (např. hydraulika, převodovky) a strojů, zejména textilních, tiskařských, zemědělských (včetně využití v precizním zemědělství), lesnických, kovoobráběcích a strojů pro těžbu, dobývání, stavebnictví a sváření. Druhým okruhem je engineering, projektování, výroba a dodávky investičních celků zejména pro stavebnictví, farmaceutický, potravinářský průmysl, chemický a petrochemický průmysl, energetiku (např. větrné elektrárny, soustavy výměny tepla, kotle), ekologické systémy a potravinářský průmysl. Specifickou oblastí je slévárnictví, obrábění slitin a kovodělné výrobky.

#### 2.4.3 Nové textilní materiály pro nové multidisciplinární aplikace

Tato doména je postavena primárně na firmách z Královéhradeckého kraje, v menší míře na výzkumných organizacích mimo kraj – je navázána silná spolupráce firem s výzkumnými organizacemi a firmami hlavně z Libereckého a Pardubického kraje. Existuje tedy propojení textilního triple helix napříč třemi kraji (NUTS 2 Severovýchod). Toto propojení pokrývá celý řetězec tržně uplatnitelné

produkce a představuje podstatný podíl na zaměstnanosti a tržbách textilního sektoru ČR. Textilní firmy z Královéhradeckého kraje jsou členy textilních klastrů se sídlem v Pardubickém a Libereckém kraji.

Hlavními činnostmi jsou tkaní textilií, textilní zušlechťování včetně konfekčního zpracování a oblast technických a netkaných textilií. Výzkum a vývoj se zaměřuje zejména na výrobu textilních materiálů s důrazem na funkcionalizaci (včetně nano a biotechnologických postupů), smart-textilie a nové ekologicky šetrné postupy zušlechťování a barvení. Dále se věnuje výzkumu a zavádění nových technologií a postupů do výroby textilií. Důležitým faktorem ve výzkumu a vývoji je udržitelnost surovinových zdrojů a nástup k oběhové ekonomice (circular economy).

Královéhradecký kraj je jediným krajem z ČR, který je zapojený do evropské textilní platformy RegioTEX. Jejím společným cílem je posilovat konkurenceschopnost, inovační aktivity firem/klastrů a vytvářet pracovní místa s vyšší přidanou hodnotou v textilním a oděvním průmyslu.

Doplňkově se doména zaměřuje také na poskytování odborného poradenství při exportu na specifické zahraniční textilní trhy.

#### 2.4.4 Elektronika, optoelektronika, optika, elektrotechnika a IT

Tato doména má vysoký podíl na krajské zaměstnanosti a výdajích firem na výzkum a vývoj. Je založena jak na firmách, tak na výzkumných organizacích v kraji s vysokou diverzifikací výrobní struktury. V kraji působí v doméně významné firmy s inovativní výrobou a vlastními vývojovými kapacitami, zároveň se rychle rozvíjí nová témata výzkumu především na vysokých školách v kraji. Svým zaměřením má doména vazbu především na technologické globální megatrendy (rostoucí přístup k informacím, virtualizace světa, zvyšující se dostupnost technologií a zvyšující se rychlost technologické změny) a klíčové technologie (tzv. KETs) mikro a nanoelektronika, fotonika, nanotechnologie, pokročilé materiály a pokročilé výrobní technologie. Co do aktuálních technologických trendů se doména zaměřuje na internet věcí, automatizaci a digitalizaci výroby a služeb, bigdata a jejich zpracování, rozvoj smart sensoriky, vývoj inteligentních čipových sad, blockchain, cognitive a cyber security, virtuální realita, edge intelligence, rozvoj 5G sítí a cloudová řešení. Doména se člení na několik dílčích vzájemně propojených segmentů.

Prvním segmentem je výzkum/vývoj a výroba zejména elektrických (např. elektromotory, rotační stroje, generátory, transformátory, vodiče, ventilátory, tlumivé filtry, napájecí zdroje, kabely, rozvodná a kontrolní zařízení, spínací technika), elektronických (kondenzátory, mikroelektronika, sensorika) a elektroinstalačních zařízení a součástek. Doplňkově se zaměřuje na vývoj a výrobu pryžových/plastových výrobků pro elektrotechnický průmysl.

Druhým segmentem je průmyslová automatizace, včetně měřících, regulačních, zkušebních, navigačních přístrojů a senzorových systémů, systémů pro ochranu před výbuchem a další. Dalším segmentem je oblast zaměřená na výrobu, vývoj a výzkum speciálních optických a optoelektronických součástek, modulů a zařízení, zahrnující zejména vláknové lasery, výzkum a vývoj pasivních prvků pro diagnostiku a terapii optickými vlnovody včetně optických sensorů a komunikace ve viditelné oblasti spektra (náhrada mikrovlnných bezdrátových komunikací optickou komunikací). Probíhá stabilní spolupráce s ústavu Akademie věd a dalšími výzkumnými organizacemi.

V rámci segmentu IT se jedná zejména o vývoj softwarových řešení (např. B2C, controlling, MIS, databázové systémy), zpracování velkých dat, aplikaci znalostních a mobilních technologií v různých oborech, výškový monitoring, smart sensory, jejich aplikace a zpracování dat. Chytré sensorice se věnují především výzkumné organizace, kde jsou aktuálními výzkumnými tématy smart sensory pro



měření vitálních dat na dálku a výzkum možností zpracování dat získaných lékařskými sensory. Začíná se rozvíjet vývoj samoučících se sensorových systémů, zpracování bioláték v těle pomocí biosensorů, sensorika pro monitoring vitálních funkcí zvířat a oblast virtuální reality. V regionu začíná mezioborová spolupráce ICT v biomedicině zaměřená na cloudová řešení v biomedicině, paralelní výpočty, umělé neuronové sítě a vývoj zdravotnických prostředků.

Nově se rozvíjícím segmentem je oblast tzv. digital humanities. Jedná se o oblast výzkumu, která je tvořena spojením humanitních oborů s výpočetní technikou. Digital humanities se zaměřují na digitalizaci a analyzování materiálů, které souvisí s tradičními humanitními obory (např. historie, filozofie, lingvistika, literatura, umění, archeologie, hudba atd.), kterým poskytuje nástroje výpočetní techniky (např. datové vizualizace, vyhledávání informací, datamining a digitální publikování).

#### 2.4.5 Léčiva, zdravotnické prostředky, zdravotní péče a ochrana zdraví

V této oblasti jsou koncentrovány klíčové kapacity veřejného výzkumu regionu. Do výzkumu jsou zapojeni všichni aktéři triple helix. Mezi jednotlivými aktéry probíhá aktivní spolupráce. Silná spolupráce je navázána zejména mezi univerzitami (Univerzita Karlova, Univerzita Hradec Králové, Univerzita Obrany) a Fakultní nemocnicí HK. Rovněž je navázána spolupráce se soukromými firmami vyvíjejícími zdravotnické prostředky, materiály a léčiva. Velké množství výzkumných témat organizací v kraji vychází z podnětů z praxe, do budoucna je kladen důraz na sladění možností výzkumných organizací a firem z hlediska forem spolupráce posílení mezioborovosti výzkumných skupin.

Prvním segmentem je výzkum a vývoj **léčiv a lékových forem** se zaměřením na syntézu potenciálních léčiv, farmaceuticko-analytické hodnocení léčiv, výzkum účinků léčiv u patologických stavů, stanovování terapeutických hodnot a spotřeb a výzkum farmakokinetického profilu léčiv. Samostatná výzkumná centra se věnují studiu léčiv a dalších biologicky aktivních látek perspektivních v prevenci a léčbě závažných civilizačních onemocnění; výzkumu toxických a protektivních účinků léčiv na kardiovaskulární systém; interakci potravních doplňků s léčivy a nutrigenetiky. V oblasti vývoje léčiv a lékových forem dochází k aktivnímu vyhledávání možností transferu technologií včetně získávání patentů a ke smluvnímu výzkumu. VO chtějí do budoucna posílit aplikovaný výzkum a transfer technologií.

Silně zastoupeným segmentem je výzkum a vývoj **zdravotnických prostředků, pomůcek, lékařských a diagnostických přístrojů a technologií**. V regionu působí několik firem úspěšně vykrývajících tržní niky. Působí zde i firma vyvíjející zdravotnické stenty, jejíž produkt je ve Střední Evropě jedinečný. Na vývoji jednotlivých prostředků spolupracují firmy s lékaři formou smluvního výzkumu a následného transferu technologií.

Rozvinutým segmentem je **oblast lékařské péče**, která se zaměřuje zejména na výzkum civilizačních chorob, nových operačních postupů, onkologii, onkochirurgii, hematoonkologii, neurovědy, gastroenterologii, neonatologii, oblast personalizované medicíny, problematiku stárnutí populace. Zejména v této oblasti se řídí výzkum potřebami a podněty lékařů. V této oblasti existuje úzká spolupráce mezi univerzitami a nemocnicemi. Rovněž dochází ke spolupráci s aplikační sférou, transferu technologií a řešení ochrany výsledků výzkumu.

V Královéhradeckém kraji je silně zastoupen **vojenský zdravotnický výzkum**, kterému se věnuje Fakulta vojenského zdravotnictví Univerzity obrany. Konečným uživatelem výsledků výzkumu je Armáda ČR. Výzkum se věnuje ochraně proti účinkům zbraní hromadného ničení se zaměřením na biologické zbraně, jaderné zbraně a následky radiace. Dále se věnuje molekulární patologii a biologii, odstraňování následků katastrof, organizaci vojenského zdravotnictví, technikám vojenské chirurgie,

poskytování preventivní zdravotní péče ve specifických podmínkách a poskytování zdravotnické služby v misích AČR.

#### **Segment medicínských aplikací nanotechnologií a biotechnologií je sdílen s Pardubickým krajem.**

Společný segment specializace je zaměřen zejména na regenerativní medicínu, tkáňové inženýrství, nosiče léků a na hodnocení zdravotní bezpečnosti nanočástic. Regionální aktivita v oblasti medicínských aplikací, nanotechnologií a biotechnologií je jedna z nejsilnějších a také nejúspěšnějších v rámci celé ČR. V regionu vzniklo nebo má sídlo několik **farmaceutických a nano a biotech. firem**, které svým významem často přesahují hranice ČR. V Královéhradeckém kraji ve výzkumu a aplikacích medicínských biotechnologií aktivně působí Lékařská fakulta Univerzity Karlovy, Farmaceutická fakulta Univerzity Karlovy, Fakulta vojenského zdravotnictví Univerzity obrany, Univerzita Hradec Králové a Fakultní nemocnice Hradec Králové. Působení veřejné a soukromé sféry zasahuje do oborů tvorby nových léčiv, preklinického výzkumu, medical devices, nanotoxikologie, informatiky v biomedicíně a v neposlední řadě je potřeba zmínit i vivárium s možností testování medicínských aplikací na laboratorních zvířatech (včetně velkých laboratorních zvířat). V Pardubickém regionu se tradičně nachází silná **biochemická průmyslová základna** v oblasti medicínských aplikací, a to jak v oblasti syntetické chemie, tak v technologiích přípravy bioaktivních materiálů. Dále pak Univerzita Pardubice tradičně zahrnuje unikátní katedry a ústavy na zvláknování biologicky aktivních polysacharidů a jejich spojování s biologicky aktivními látkami, bioanalytické laboratoře s excelentním světovým ohlasem, možnosti testování v biochemických laboratořích apod. Nanobiomedicínské technologie vyžadují rovněž konstrukci nových technologických aparátů, například aparátů pro zvláknování a přípravu tkanin z mikro a nanovláken, aparátů pro přípravu krytů ran, scaffoldů, diagnostiku, zpracování dat apod. Vedle těchto nástrojů vyžadují nanobiomedicínské technologie též pokročilé metody pro hodnocení zdravotní bezpečnosti vyráběných produktů a pro možnosti jejich eliminace z organismu. Oblast bio a nanotechnologií a jejich aplikace v medicíně jsou celosvětově jedním z nejrychleji rostoucích trhů. Vzhledem ke svému socioekonomickému potenciálu (stárnutí populace, léčba/prevence civilizačních chorob, bezpečnost atp.) se také jedná i o jednu z priorit běžícího programu Horizont 2020.

#### **2.4.6 Pokročilé zemědělství a lesnictví**

Tato doména je založena na aktivitě výzkumných organizací s aplikačním potenciálem jak v soukromé, tak i veřejné sféře. Dále vykazuje vyšší podíl na firemních výdajích na výzkum a vývoj. Obsahově je zaměřena zejména na ovocnářský výzkum a vývoj (šlechtění, genofondy, kryobanka, biotechnologie, molekulární genetika, molekulární testování patogenů). Velký tržní, respektive inovační dopad v mezikrajovém, celostátním, ale nejvíce ve světovém měřítku, přináší transfer výsledků šlechtění. Speciálně exportní politika s licencemi na pěstování moderních odrůd třešní je nejúspěšnější. Síť partnerů je dnes zastoupena na všech kontinentech. S ohledem na to, že ovocnářský výzkum sídlící v našem kraji je jediný svého druhu v ČR, dá se říct, že oborové výdaje na výzkum v ovocnářství směřují takřka výhradně do KHK.

Dále je zaměřena na biotechnologie a aplikovaný výzkum pěstování lesa, kde konečným uživatelem výstupů je v převážné většině veřejná správa (Ministerstvo zemědělství, Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, Ovocnářská unie ČR, Ústav pro hospodářskou úpravu lesů). Mezi uživatele většinou veřejně přístupných výstupů patří také vlastníci lesa a v lesích hospodařící subjekty (Lesy ČR, Vojenské lesy a statky s.p., soukromí vlastníci, lesní majetky měst a obcí apod.).

Doména je mezi krajské RIS3 domény specializace zařazena také z následujících důvodů:

- Aplikovaný výzkum a vývoj (např. využití nanotechnologií a precizního zemědělství v ovocnářství) s přímým dopadem do uživatelské sféry

- Potřeba rozvoje Ovocnářského výzkumného institutu
- Transfer inovovaných technologií a nových odrůd v tuzemsku i zahraničí
- Cyklicky jsou vydávány certifikované metodiky pro ovocnářskou a lesnickou pěstební praxi
- Na základě mezinárodních dohod se nově vyšlechtěné odrůdy testují v odlišných podmínkách zemí EU i světa
- Možnosti mezioborové spolupráce do biomedicíny (funkční potraviny) a textilního sektoru (pěstování ovocných dřevin), zemědělství (agroforestry) a krajinářství (životní prostředí v obcích a městech a ve volné krajině), IT (metodologie ochrany stromů v ovocných sadech a aplikace základního botanického a zoologického výzkumu v ekologii)

Významnější firemní subjekty domény se soustředí na rostlinnou a živočišnou výrobu, výrobu, montáže a opravu zemědělských strojů, moderní přístupy zavlažování a obdělávání půdy a subjekty soustředící se na potravinářský průmysl.

## 2.5 Regionální inovační značka (+inovace)

### 2.5.1 Značka a claim

Regionální inovační značka **+inovace** vznikala v roce 2019 jako završení komunikačních a marketingových aktivit pro oblast výzkumu a inovací v Královéhradeckém kraji. Svojí podobou vystihuje image, které bylo pro komunikaci zvoleno.

Vznik a podobu značky zastřešuje konzultační a poradní skupina pro oblast sdíleného marketingu VVI

**Platforma Regionální Inovační Značky (PRIZ).** Tento poradní orgán byl založen za účelem propagace, marketingu a komunikace inovačního systému kraje. Hlavním smyslem fungování platformy je aktivní podpora marketingového brandu **+inovace** Královéhradeckého kraje pro oblast výzkumu a inovací.

Samotnému brandu a jeho vývoji předcházela **Marketingová strategie a komunikační plán pro sdílený marketing VaVal v Královéhradeckém kraji**. Koncem března roku 2018 byla **Radou pro výzkum, vývoj a inovace Královéhradeckého kraje** odsouhlasena její finální podoba. Strategie vznikla jako možný prostředek pro rozvoj vědecko-výzkumných, vzdělávacích a inovačních příležitostí a kompetencí kraje.

Strategickým rámcem pro marketingovou strategii je **národní RIS3 strategie** a zejména její krajská složka. Navržená strategie se zaměřuje na svá silná identifikovaná odvětví a naplňuje specifický cíl RIS3 strategie: D.1.3. Posílení sdíleného marketingu, propagace a vzájemné spolupráce krajského VaVal systému.



Tento brand navozuje, že nejde jen o inovace. Informuje, že je u inovací i něco dalšího nebo naopak právě inovace mohou být součástí jiných atributů, které se značkou souvisejí. A znaménko „+“ v každém vyvolává možnost nějakých benefitů, čímž podporuje zájem.

Značka **+inovace** slouží k podpoře vědy, výzkumu, vývoje a inovací v kraji, resp. jejich propagaci. Sdílená regionální inovační značka (**+inovace**), pomáhá budovat reputaci kraje v tomto smyslu, přispívá k větší koordinaci činností jednotlivých hráčů a v regionu působících partnerství.

Prostřednictvím marketingové značky dochází ke sjednocování image a identity vědy, výzkumu a inovací. Díky zapojení širokého spektra klíčových regionálních partnerů z řad výzkumných organizací, vysokých a středních škol, ale i soukromých společností, napomohly **+inovace** zvýšit povědomí o této

oblasti, a to i v souvislosti s nezbytností vzdělávání, marketingu a komunikaci inovačního systému kraje, a to skrze jednotlivé marketingové nástroje.

V kontextu projektu Smart akcelerátor Královéhradeckého kraje je regionální inovační značka jedním z pilířů projektu, který současně zapadá do cílů a priorit regionální RIS3 strategie.

Pomocí komunikačních prostředků a jejich konkrétních formátů je možné efektivně oslovovat cílové skupiny a komunikovat tak navrhnuté cíle.

Regionální inovační značka využívala v roce 2019 pro svojí propagaci dva claimy:

**Dobry život, to je věda**

**Inovace. Už více než 300 let**

Oba představují jakýsi dlouhodobý svorník komunikace VaVal témat v kraji. Odráží se v celé paletě podtémat a sdělení, které klíčovým cílovým skupinám pravidelně doručují.

## 2.5.2 Realizované komunikační aktivity

Při propagaci VaVal byly realizovány kampaně na webu, sociálních sítích a v multikinech. Pro účely propagace a osvět VaVal byla využívána již existující webová stránka [www.proinovace.cz](http://www.proinovace.cz), nově byly vytvořeny profily na sítích LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube, pro jejich potřebu vznikla videa, bannery, příspěvky.

Pro prezentaci aktivit VaVal na vybraných konferencích, workshopech a setkáních byly vytvořeny propagační letáky, brožury a roll-upy.

| Komunikační nástroj                 | Popis   | Využití   |
|-------------------------------------|---|---|
| <b>Online nástroje</b>              |   |   |
| <b>Profily na sociálních sítích</b> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. LinkedIn: <a href="http://www.linkedin.com/company/plus-inovace">www.linkedin.com/company/plus-inovace</a></li> <li>2. Facebook: <a href="https://www.facebook.com/plus-inovace">facebook.com/plus-inovace</a></li> <li>3. Instagram: <a href="https://www.instagram.com/plus_inovace">instagram.com/plus_inovace</a></li> <li>4. YouTube: <a href="https://www.youtube.com/channel/UCIMenBGDkKcB-45nSgEJH6Q?view_as=subscriber">https://www.youtube.com/channel/UCIMenBGDkKcB-45nSgEJH6Q?view_as=subscriber</a></li> </ol> | Organické i placené příspěvky na relevantních sítích; mediální kampaně  |
| <b>Webové stránky platformy</b>     | <a href="http://www.proinovace.cz">www.proinovace.cz</a>  | Hlavní informační HUB VaVal (akce, novinky, RIS3, Smart akcelerátor).   |
| <b>Webové stránky aktérů</b>        | www Královéhradeckého kraje a zapojených stakeholderů   | Pravidelné generování relevantního obsahu k VaVal tématům   |
| <b>Databáze fotografií</b>          | Inspirativní, reálné fotografie charakterizující progresivní obory RIS3 KHK   | Fotografie využívány v rámci příspěvků na SoMe + v tiskovinách  |
| <b>Internetové videospoty</b>       | Spoty vyrobené na klíč prezentující VaVal prostředí a samotné progresivní obory; dále RIS3 strategii formou infografiky (celkem 5 spotů v různých časových a zvukových mutacích).   | Na všechny spoty byly nasazeny kampaně na sociálních sítích, na vybrané pak kampaně v kině (třítýdenní kampaň prezentující vždy před promítaným filmem) |
| <b>Mediální komunikace</b>          |   |   |

|  |  |   |
|--|--|---|
| <b>Webové bannery</b>  | 10 ks – statických a dynamických bannerů   | Bannery využívány na webových stránkách a na sociálních sítích.   |
| <b>Public Relations</b>  | 10 článků tematicky orientovaných na VaVal (představení RIS3, značky PlusInovace, představení jednotlivých progresivních oborů kraje a úspěšných výzkumných projektů). | Otištění v regionálním tisku (regionální příloha celorepublikového média).  |
| <b>Tiskoviny, publikace</b>                                    |  |   |
| <b>Letáky čtverec</b>  | Tři typy oboustranných CZ letáků (VaVal, RIS3, Smart akcelerátor)  | Distribučovány v rámci dvoustranných jednání a na akcích typu konference a workshopy v regionu, současně v omezeném nákladu rozdány stakeholderům, kteří měli o výtisky zájem |
| <b>Desky na tiskoviny</b>                                      | Zakládací desky s chlopní, do kterých jsou zakládány vybrané tiskoviny (letáky, brožury)   | Tento materiál funguje vždy s letáky či brožurami   |
| <b>Brožury</b>   | 3 typy brožur (2CZ, 1 EN), téma VaVal a RIS3   | Distribučovány v rámci dvoustranných jednání a na akcích typu konference a workshopy v regionu, současně v omezeném nákladu rozdány stakeholderům, kteří měli o výtisky zájem |
| <b>Sada bloku a propisovací tužky pro CS projektu</b>          |  | Distribučovány v rámci akcí typu konference a workshopy v regionu   |
| <b>Přímá komunikace</b>  |  |   |
| <b>Roll-upy</b>  | 2 ks (oboustranný)   | Využíváno na konferencích a workshopech   |
| <b>Vybrané akce realizované a absolvované v rámci projektu</b> | Výroční konference projektu; konference zapojených aktérů; oborové konference; workshopy<br>Platforma Regionální Inovační Značky<br>Krajské inovační platformy         |   |

### **Působnost jednotlivých kampaní Plus Inovace**

- Kampaně na sociálních sítích (profily PlusInovace)

#### **LinkedIn**

V období VIII-IX/2019 byl vytvořen profil Plus inovace, kde bylo zveřejněno dvacet organických příspěvků, vznikly dvě kampaně (CPC a CPM): CPM s celkem se čtyřmi příspěvků, každý přes 1 tisíc zobrazení.

#### **Facebook + Instagram**

V období VIII-IX/2019 byl vytvořen profil Plus inovace, zveřejněno bylo 26 organických příspěvků, 10 placených kampaní – CPC (s minimálně 1 tisícem zobrazení), CPM – každý po pěti příspěvcích.

Na Instagramu byl vytvořen profil plus\_inovace\_, kde bylo zveřejněno 14 postů a 10 instastories (celkem 24 organických příspěvků).

### YouTube

V období VIII-IX/2019 byl vytvořen profil Plus inovace, kde byly zveřejněny spoty, které vznikly v rámci realizace nástroje N3 (Značka, Věda, Inovace, RIS3). Tyto spoty byly následně publikovány na ostatních sítích – především Facebook, kde všechny dohromady získaly 46 669 zobrazení.

### Sledující na sociálních sítích

Celkem bylo na sociálních sítích získáno 151 sledujících. Významný podíl těchto followerů činil Facebook, jelikož je to sociální síť s největším podílem interakcí. Na síti LinkedIn bylo získáno 11 sledujících, na Facebooku 128 sledujících, na Instagramu 8 sledujících, na YouTube 4 sledující.

- Kampaně pro cílové skupiny v multikinech

Na přelomu VI/VII 2019 proběhla v hradeckém kině CineStar třítydenní kampaň s vybranými videospoty. Za toto období byly spoty promítnuty 145krát celkem 7 224 divákům.

### 2.5.3 Výhody a nevýhody značky

Značka **+inovace** vznikla jako nástroj podpory marketingu VaVal v Královéhradeckém kraji, a to v rámci projektu Smart akcelérátor Královéhradeckého kraje financovaného z dotačních prostředků. Nyní je značka posilována díky navazujícímu projektu Smart akcelérátor Královéhradeckého kraje II. Značka je nástrojem sdíleného marketingu více organizací v kraji. Jedná se o otevřenou aktivitu, jejíž potřeba vznikla tzv. odspoda a je založena na reálných marketingových potřebách VaVal. Do aktivní účasti na tvorbě a výstupech brandu se může postupně zapojit jakýkoli relevantní stakeholder, a to prostřednictvím Platformy pro Regionální inovační značku. **+inovace** v sobě nesou výstižné sdělení a trefný obsah, značka je originální, lehce zapamatovatelná a slučitelná s ostatními brandy. Další výhodou je, že může fungovat i bez ohledu na probíhající projekt, respektive není na něj nijak pevně vázána a díky zapojeným aktivním stakeholderům může reprezentovat inovační a výzkumné aktivity i po jeho skončení.

Zatím nejsou patrné žádné zásadní nevýhody značky. Žádný jiný společný VaVal marketing na úrovni kraje zatím neprobíhá, a tak nemá konkurenční ekvivalent. Na druhou stranu vzhledem k tomu, že se jedná o sdílenou komunikaci, není značka primárním PR kanálem pro každého hráče zvlášť, ale jedná se o nadstavbu dotvářející ucelený obrázek o VaVal aktivitách v kraji. Cílem značky není ani přímé PR projektu či jeho žadatele. Toto může být negativně vnímáno: úspěšné aktivity, které jsou pod značkou realizovány, nejsou přímo spojovány s realizátorem projektu.

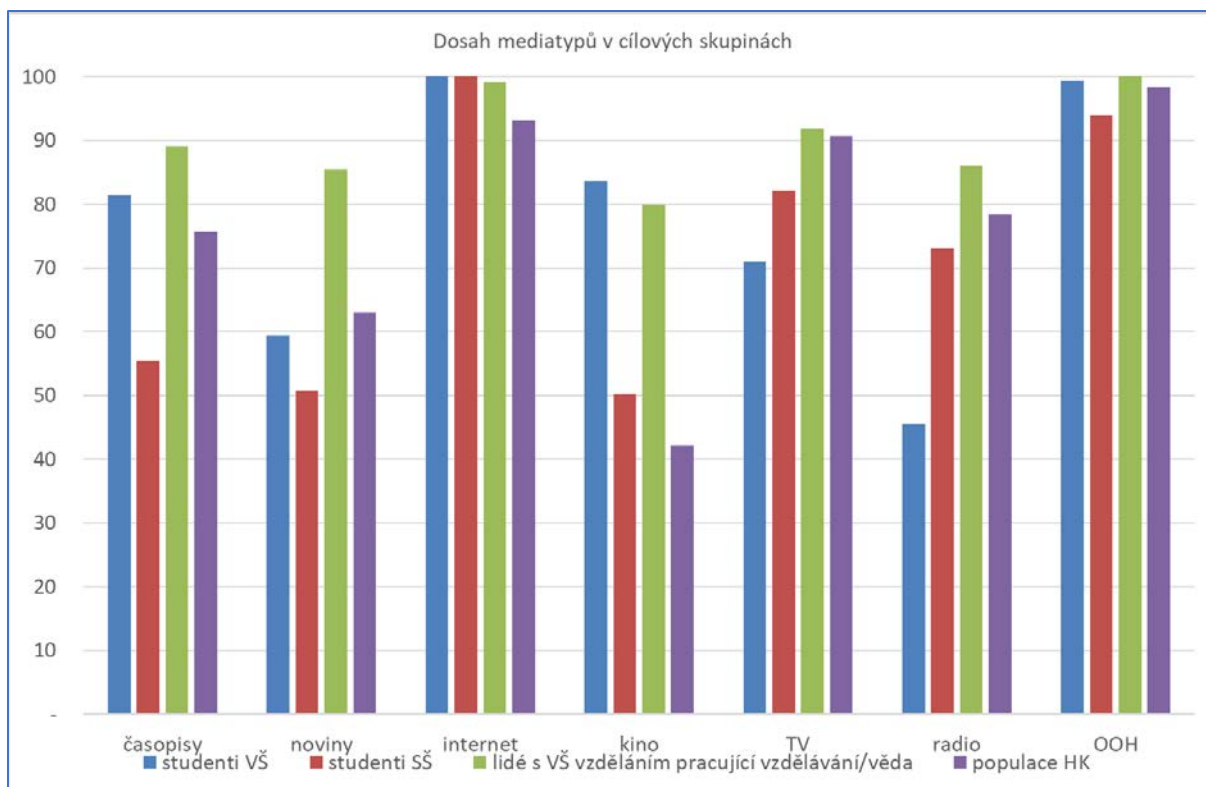
### 3 Analýza cílových skupin a jejich segmentace

Téma Výzkum, věda a inovace v Královéhradeckém kraji je velmi široké, nejde definovat jednu cílovou skupinu a pro ni použít jediný komunikační koncept, proto se komunikace zaměří na pět skupin, které bude dále segmentovat. V rámci aktualizace strategie blíže specifikujeme dosud platné cílové skupiny, se kterými budeme nadále pracovat. Jednotlivé segmenty CS podle důležitosti rozdělíme na primární a sekundární s ohledem na priority komunikace a optimální využití plánovaných prostředků. Jedná se o tyto cílové skupiny:

| Číslo CS | Název CS  | Zařazení CS |
|----------|---|-------------|
|          | <b>Výzkumní pracovníci</b>  |             |
| CS1      | Pracovníci výzkumných organizací a VŠ                                 | primární    |
| CS2      | Pracovníci zabývající se výzkumem v soukromém sektoru                 | primární    |
| CS3      | Zahraniční výzkumníci pracující v KHK                                 | primární    |
|          | <b>Pracovníci veřejné správy s dopadem na oblast VaVal</b>            |             |
| CS4      | Politiciční reprezentanti, pracovníci veřejné správy                  | primární    |
| CS5      | Pracovníci v oblasti řízení a implementace VaVal                      | primární    |
|          | <b>Studenti a jejich rodiče</b>                                       |             |
| CS6      | Studenti VŠ   | primární    |
| CS7      | Studenti VOŠ, SŠ  | primární    |
| CS8      | Žáci ZŠ a jejich rodiče   | sekundární  |
|          | <b>Management decision makerů</b>                                     |             |
| CS9      | Podnikatelé inovátoři   | primární    |
| CS10     | Leadeři v oboru   | sekundární  |
| CS11     | Spin-off, spin-out, start-up společnosti                              | sekundární  |
|          | <b>Odborná veřejnost a zahraniční subjekty, které se věnují VaVal</b> |             |
| CS12     | Pracovníci v oblasti vědy a výzkumu mimo Královéhradecký kraj a ČR    | sekundární  |

Pokud se podíváme na dosah jednotlivých medií na cílové skupiny, vidíme, že nevhodnější nástroje pro komunikaci napříč cílovými jsou internet a venkovní reklama (OOH - Out Of Home).

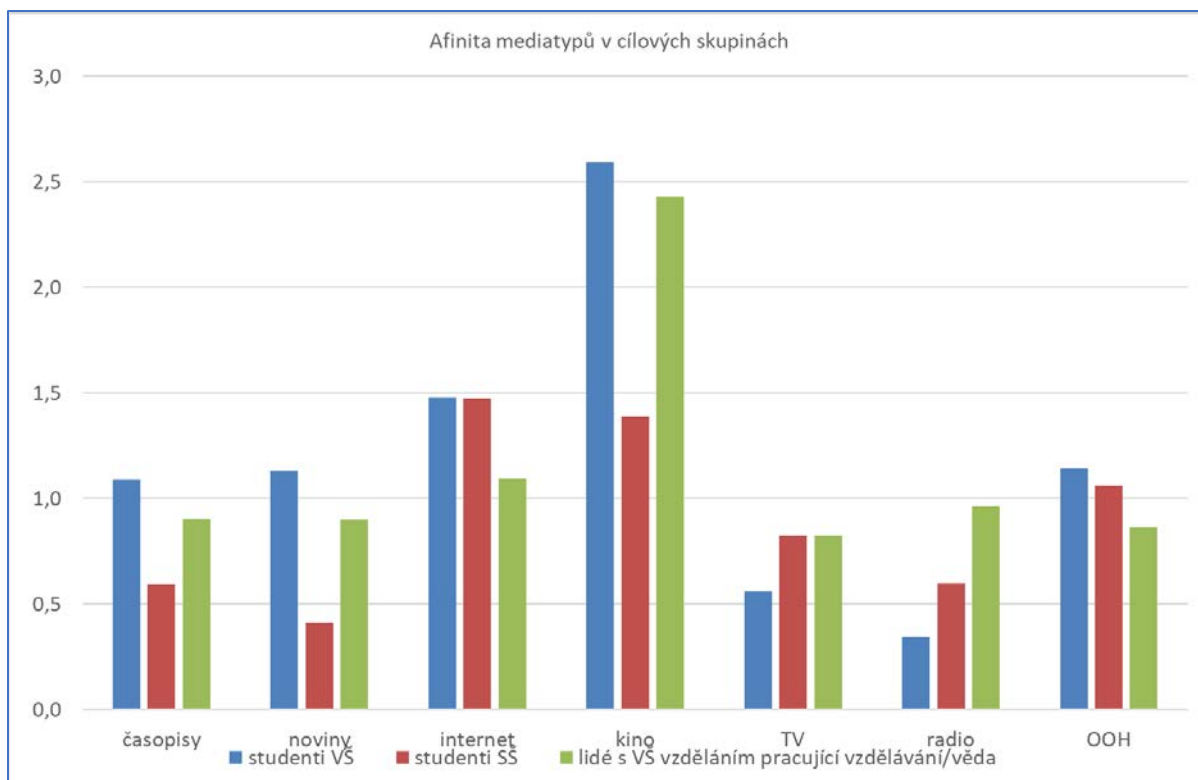




Zdroj – Market&Media&Lifestyle – TGI, Median 2019

Z pohledu afinity vychází velmi dobře reklama v kině, hlavně u vysokoškoláků a vědeckých pracovníků. (Afinita vyjadřujeme poměr konzumace určitého média cílovou skupinou v porovnání s populací. Je to teda „míra vhodnosti“ kampaně pro danou cílovou skupinu. Pokud má afinita hodnotu 1 (afinita = 1), cílová skupina se shoduje s populací, když je větší než 1, kampaň je vhodnější pro danou cílovou skupinu než celou populaci. Pokud má afinita hodnotu menší než 1, kampaň na tomto není pro danou cílovou skupinu nejvhodnější. Čím je afinita větší, tím lépe je zasáhnutá cílová skupina.)





Zdroj – Market&Media&Lifestyle – TGI, Median 2019

### 3.1 Výzkumní pracovníci

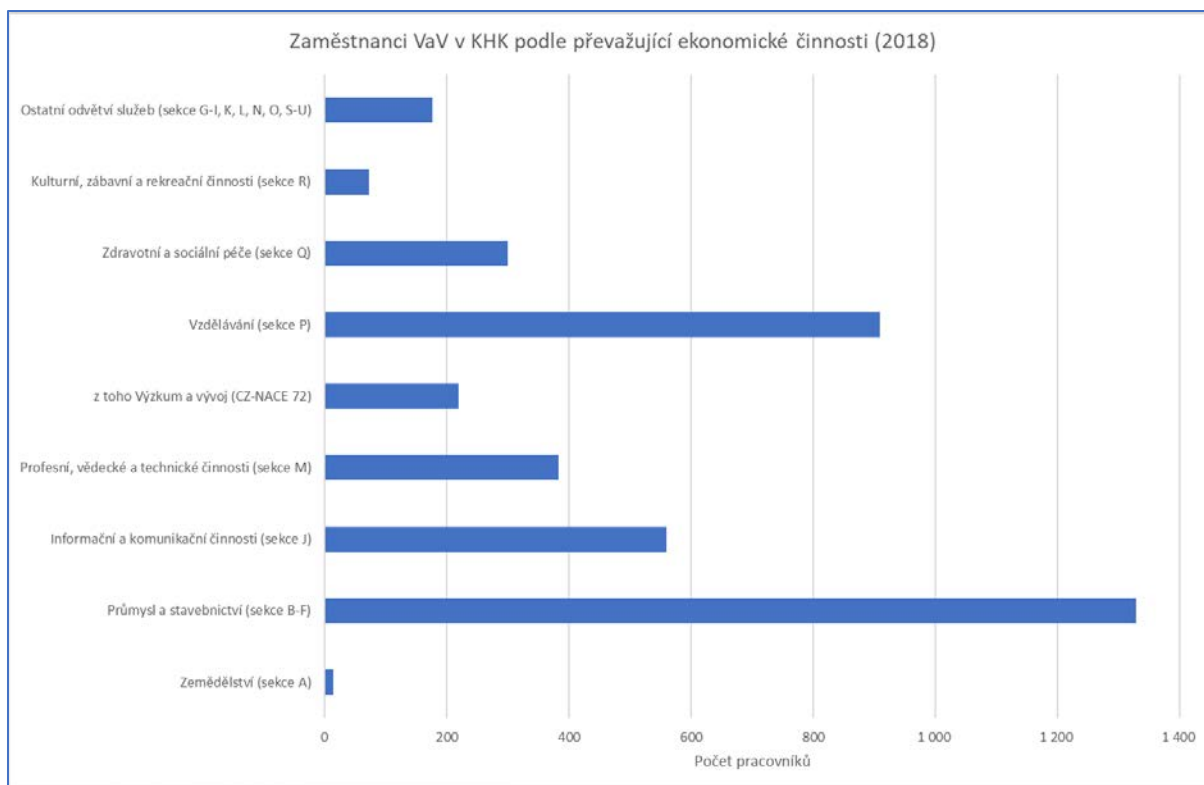
První cílovou skupinou jsou pracovníci zabývající se výzkumem, jak v soukromém, tak veřejném sektoru. Samostatný přístup volíme k zahraničním výzkumníkům, kteří v KHK působí a trvale žijí.

Počet zaměstnanců ve VaV je v KHK dlouhodobě rostoucí, specialistů v oblasti vědy a techniky bylo v roce 2016 v kraji 5 800 a za posledních deset let jejich počet téměř zdvojnásobil. Pokud vezmeme čistě pracovníky VaV, tak těch v kraji bylo v roce 2018 celkem 3741, z nich 2 238 působilo v podnikatelském sektoru, 102 ve vládním a 1 301 ve vysokoškolském výzkumu. V kraji však působí pouze 3 % ze výzkumníků v ČR, což odpovídá 11. pozici v mezikrajském srovnání.

Specialisté v oblasti vědy a techniky se podíleli 2,3 % na celkovém počtu zaměstnaných osob v kraji.

Rozdělení zaměstnanců VaV v Královéhradeckém kraji z pohledu převažující ekonomické činnosti vypovídá o vysoké koncentraci zaměstnanců do průmyslu a stavebnictví, kde pracuje 42,5 % všech VaV zaměstnanců v kraji. Následují oblasti vzdělávání, profesní, vědecké a technické činnosti a informační a komunikační činnosti, které mají shodně kolem 15 % pracovníků VaV. Pod hranicí 5 % spadají ostatní odvětví služeb, zdravotní a sociální péče a kulturní, zábavní a rekreační činnosti. Nejméně zaměstnanců VaV pracuje v zemědělství (0,3 %).

Zaměstnanci VaV v Královéhradeckém kraji dle podle převažující ekonomické činnosti CZ-NACE v 2018:



zdroj: ČSÚ

Charakteristika cílové skupiny výzkumných pracovníků:

- Snaží se držet krok s vývojem techniky
- Peníze pro ně nejsou hlavním měřítkem úspěchu
- Je důležité pro ně být dobře informován
- Jsou ochotni věnovat svůj čas na dobrou věc
- Jsou spokojeni s prací, kterou vykonávají
- Je pro ně velmi důležité uplatnit své vzdělání
- Je pro ně důležité dělat práci, která přináší konkrétní výsledky

### 3.1.1 Cílová skupina 1: Pracovníci výzkumných organizací a VŠ

Jedná se o primární cílovou skupinu.

Do této cílové skupiny patří pracovníci vysokých škol nebo výzkumných ústavů se sídlem v Královéhradeckém kraji, jejichž hlavním účelem je provádět základní výzkum, aplikovaný výzkum nebo experimentální vývoj a šířit jejich výsledky prostřednictvím výuky, publikování nebo převodu technologií.

Typický představitel této skupiny:

- Muž 35 let, který od doby svého studia působí na vysoké, má zkušenosti se studiem a prací v zahraničí, účastní se mezinárodních projektů a je komunikuje anglicky stejně dobře jako česky.
- Důležité je pro něj realizovat se ve svém oboru, dělat práci, která přináší konkrétní výsledky, na druhé straně pro něj nejsou peníze hlavním motivátorem a měřítkem úspěchu.
- Je svobodný, žije s partnerkou, která působí také na vysoké škole jako odborná asistentka. Žijí v pronajatém bytě, výhledově plánují založení rodiny.
- Je systematický, spolehlivý a lehce introvertní. V zaměstnání tráví dost času, ale pravidelně sportuje, kombinuje běh, jízdu na kole a kolektivní sporty.

- Je pro něj důležité být dobře informován, sleduje zpravodajské servery a odborné informační zdroje (tištěné i online), sám publikuje odborné články zhruba 2krát za rok. Snaží se držet krok s vývojem techniky a chová se ohleduplně k přírodě. Auto nemá, nepotřebuje ho, pokud ano využívá carsharing.

### 3.1.2 Cílová skupina 2: Pracovníci zabývající se výzkumem v soukromém sektoru

Jedná se o primární cílovou skupinu.

Vybraní zástupci cílové skupiny jsou členy Rady pro výzkum, vývoj a inovace a jsou také zapojeni do tří tematických inovačních platforem, a to v souladu s oborovým zaměřením RIS3: léčiva, zdravotnické prostředky a lékařská péče; strojírenství a investiční celky; automobilový průmysl; textilní průmysl; pokročilé zemědělství a lesnictví; elektronika, optoelektronika, elektrotechnika a ICT.

Cílová skupina je dále tvořena pracovníky Krajské hospodářské komory Královéhradeckého kraje, tj. subjektu zastupujícího podnikatelskou veřejnost Královéhradeckého kraje. Krajská hospodářská komora Královéhradeckého kraje v rámci své činnosti realizuje poradenské a vzdělávací aktivity zejména členské základně a rovněž svojí činností podporuje exportní aktivity firem z Královéhradeckého kraje.

Na území Královéhradeckého kraje působí dále střešové organizace typu klastrů. K nejvýznamnějším patří klastr z oblasti textilního průmyslu, dále z vývoje, výroby a testování typizovaných průmyslových obalů a fixačních prvků a dále klastr působící v oboru těžby a zpracování kamene, obchodování s výrobky z kamene a s tím souvisejících činností. Také zástupci těchto klastrů patří k této cílové skupině.

Typický představitel této skupiny:

- Muž 42 let, který se celý profesní život věnuje problematice výzkumu a inovací, má zkušenosti s prací i studiem a prací v zahraničí, účastnil se mezinárodních projektů, plynule komunikuje anglicky. Pracuje v české pobočce mezinárodní společnosti, lídra v oboru.
- Dělá práci, která ho baví a jejíž výsledky pomáhá uplatňovat v praxi. Je spokojený se svým životním stylem, považuje se za úspěšného.
- Je ženatý, žije v rodinném domě na okraji krajského města, spolu s manželkou a dvěma dětmi.
- Je spolehlivý, dochvilný a precizní, na druhou stranu zná cenu času, ale v zaměstnání tráví více času. Pravidelně sportuje a rád tráví čas aktivně s rodinou.
- Je informován o dění na odborné rovině a udržuje si i přehled v jiných oblastech. Jeho koníčkem je nová technika a technologie. Uvědomuje si, že udržitelný rozvoj není je fráze. Má služební auto, které využívá i k soukromým účelům.

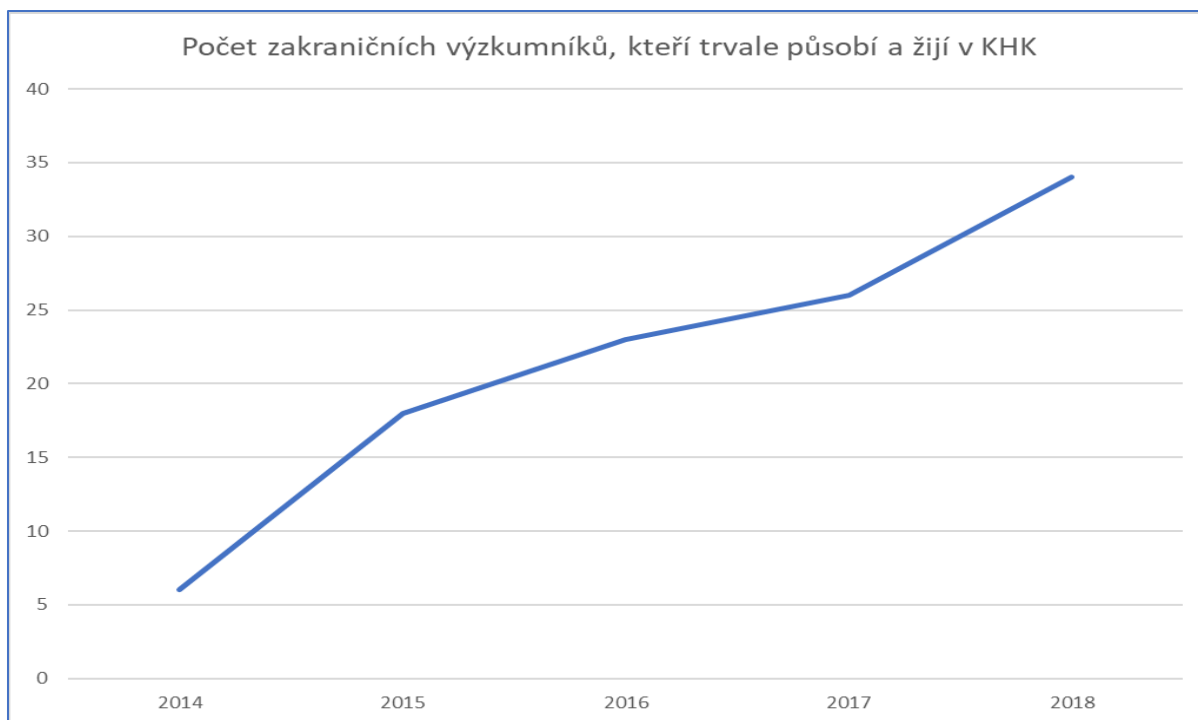
### 3.1.3 Cílová skupina 3: Zahraniční výzkumníci pracující v KHK

Jedná se o primární cílovou skupinu.

Cílovou skupinu tvoří zahraniční výzkumní pracovníci, kteří pracují a žijí v Královéhradeckém kraji. Jedná se o poměrně malou CS, která, ale trvale výrazně roste. Zatím co v roce 2014 ve veřejném výzkumném sektoru pracovalo 6 výzkumníků, v roce 2018 jich bylo již 34. Data za soukromý sektor nebylo možné kvantifikovat, ale dle zpětné vazby relevantních členů RVVI KHK jsou počty v soukromém sektoru minimální.

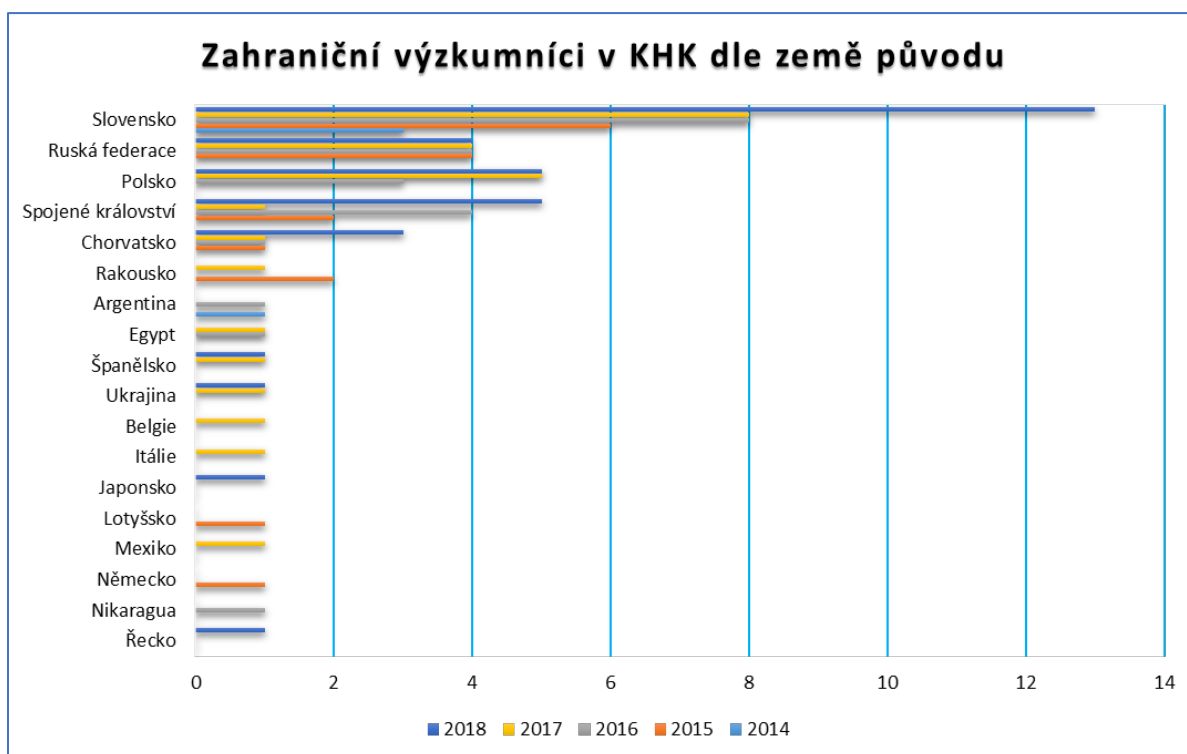
Vývoj počtu zahraničních výzkumných pracovníků, kteří trvale působí a zároveň žijí v KHK, je uveden v následující tabulce.

| Rok   | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-------|------|------|------|------|------|
| Počet | 6    | 18   | 23   | 26   | 34   |



zdroj: CIRI

Nejvíce expertů bylo původem ze Slovenska, následovali vědci z Polska, Velké Británie a Ruska. Podrobný přehled poskytuje následující graf.



zdroj: CIRI

Typický představitel této skupiny:

- Muž 27 let, který pochází ze slovanské země, zapojil se do výměnného vědeckého projektu a již půl roku působí na místní VŠ. Českou republiku si vybral náhodně, neměl k ní žádné vazby a je zde spokojený, našel si zde i partnerku a zvažuje, jestli se zde neusídí i po skončení projektu. Mluví plynule anglicky, ale čeština je mu blízká a bez problémů se domluví v běžných situacích, v oficiální komunikaci, ale češtinu nepoužívá.

- Důležité je pro něj realizovat se ve svém oboru, dělat práci, která přináší konkrétní výsledky, a získat nějaké postavení.
- Je svobodný, žije sám v bytě blízko školy. Má partnerku, se kterou tráví část volného času a zvažují sestěhování. S rodinou a přáteli udržuje spojení pomocí videohovorů a sociálních sítí. Domu k rodině jezdí (plánuje jezdit) jednou až 2x ročně.
- Sleduje dění v oboru, sám aktivně publikuje a sleduje dění ve své vlasti.
- V zaměstnání tráví dost času a nevadí mu to. Je fandou fotbalu a sám hraje rekreačně s kolegy a provozuje i jiné kolektivní sporty.

### 3.2 Pracovníci veřejné správy s dopadem na VaVal

#### 3.2.1 Cílová skupina 4: Političtí reprezentanti, pracovníci veřejné správy

Tato cílová primární skupina je složena z představitelů veřejné správy působících v Královéhradeckém kraji. Patří sem členové Zastupitelstva Královéhradeckého kraje a Rady Královéhradeckého kraje, zástupci statutárního města Hradec Králové a dalších subjektů veřejné správy, kteří mají sídlo na území Královéhradeckého kraje a mají vliv na rozvoj a podobu inovačního systému kraje.

Typický představitel této skupiny:

- Muž 45 let, vysokoškolského vzdělání, se zkušenostmi z práce v obecním zastupitelstvu, v současné době vykonává funkci radního v krajském zastupitelstvu.
- Je ženatý, s manželkou, která pracuje jako učitelka, mají dvě děti ve věku teenagerů.
- Muž aktivně sportuje 2krát týdně, jezdí služebním vozem, čte denní tisk a zpravodajské servery, je aktivní na sociálních sítích, je příznivcem rozvoje, využívá moderní technologie.
- Rodina bydlí v novostavbě v obci s 10.000 obyvateli, o jarních prázdninách jezdí pravidelně na hory, letní dovolenou tráví střídavě v zahraničí a tuzemsku.

#### 3.2.2 Cílová skupina 5: Pracovníci v oblasti řízení a implementace VaVal

Členy této primární cílové skupiny jsou také pracovníci organizací zřízených veřejnou správou, jako jsou např. regionální rozvojové agentury, vědeckotechnické parky, které mají ve svých zřizovacích listinách přímo aktivity zaměřené na ekonomický rozvoj regionu (města), podporu rozvoje inovačního systému a další aktivity podporující naplňování cílů definovaných v krajské RIS3 strategii.

Úlohou této cílové skupiny v projektu je především koordinace a implementace krajské RIS3 strategie, zásadní roli hraje cílová skupina v procesu aktualizace RIS3 strategie Královéhradeckého kraje a aktualizace Akčního plánu k této strategii. Působením komunikačních nástrojů má docházet ke zvýšení motivace a zapojení cílové skupiny do procesu tvorby a samotné realizace krajské RIS3 strategie.

Typický představitel této skupiny:

- Žena 34 let, vysokoškolského vzdělání přírodovědeckého směru, během studií pobývala v zahraničí, již 8 let pracuje v regionální pobočce agentury podporující inovace.
- Je vdaná, má jedno dítě (5 let), manžel pracuje jako projektant.
- Vyznává zdravý životní styl a k tomu vede i rodinu, k cestě do zaměstnání používá hromadnou dopravu nebo kolo, je aktivní na sociálních sítích a snaží se podporovat potřebné.
- Rodina žije v starším bytě 3+1, víkendy tráví pravidelně u rodiny na vsi, dovolené prožívá společně a aktivně.

### 3.3 Studenti a jejich rodiče

#### 3.3.1 Cílová skupina 6: Studenti VŠ

Jedná se o primární cílovou skupinu, kterou tvoří studenti všech fakult a pracovišť vysokých škol působících v Královéhradeckém kraji (Univerzita Hradec Králové s Pedagogickou fakultou, Filozofickou fakultou, Fakultou informatiky a managementu, Přírodovědeckou fakultou; Lékařská fakulta Univerzity Karlovy v Hradci Králové; Farmaceutická fakulta Univerzity Karlovy v Hradci Králové; Fakulta vojenského zdravotnictví v Hradci Králové Univerzity obrany – více informací o jednotlivých školách a fakultách najdete v kapitole 1.1.4. Vzdělání a školství) i studenti jiných vysokých škol kteří z KHK pochází a kam pravidelně jezdí za rodinou.

V roce 2019 měla Univerzita Hradec Králové celkem 4 242 studentů v prezenčním studiu, hradecké fakulty UK navštěvovalo 3 998 posluchačů a Fakulta vojenského zdravotnictví evidovala 585 studentů.

Charakteristika cílové skupiny:

- Nadprůměrně pozitivní vztah k životnímu prostředí, jsou ochotni zaplatit více za ekologicky přijatelné produkty.
- Internet v mobilu je pro ně nepostradatelný.
- Cítí potřebu kontrolovat stránky sociálních sítí každý den.
- Považují reklamu za ztrátu času.
- Rádi si užívají a nestarají se o budoucnost.
- Rádi usilují o život plný výzev, novinek a změn.
- Životní situace a problémy řeší většinou razantně.

Typický představitel této skupiny:

- Žena 21 let, absolventka gymnázia, studuje lékařskou fakultu, při zaměstnání pracuje na částečný úvazek v nemocnici.
- Je nezávislá, má přitele, ale bydlí každý zvlášť. Je společenská, ráda se baví, má rada změny, ráda cestuje. Budoucnost zatím neřeší.
- Žije v pronajatém bytě spolu se dvěma dalšími studenty. Její rodina žije na vesnici 40 km od Hradce, otec je lesník, matka asistentka v privátní firmě, má bratra, který navštěvuje střední průmyslovou školu.
- Má pozitivní vztah k životnímu prostředí, téměř nejí maso, pravidelně sportuje, kupuje ekologické produkty, používá hromadnou dopravu nebo kolo, pomáhá jako dobrovolník v domově s pečovatelskou službou.
- Je velmi aktivní na sociálních sítích a mobilní data jsou pro ni nepostradatelná.

#### 3.3.2 Cílová skupina 7: Studenti vyšších odborných škol, střední

Primární cíloví skupina, obsahuje žáky středních a vyšších odborných škol na území Královéhradeckého kraje a studenty tohoto typu škol, kteří v kraji bydlí, ale dojíždí studovat do jiného kraje.

V oblasti středního a vyššího odborného školství působilo ve školním roce 2018/2019 v Královéhradeckém kraji 87 středních a 12 vyšších odborných škol.

Střední školy navštěvovalo celkem 22 695 studentů denního studia. Počet studentů dlouhodobě klesá, za posledních deset let se snížil o 27,5 %.

Na vyšších odborných školách v Královéhradeckém kraji ve školním roce 2017/18 studovalo 679 žáků.

Charakteristika studentů SŠ a VOŠ:

- Internet v mobilu je pro ně nepostradatelný.
- Cítí potřebu kontrolovat stránky sociálních sítí každý den.
- Rádi si užívají a nestarají se o budoucnost.
- Jsou spokojeni se svým životem.

- V budoucím zaměstnání je pro ně důležité vydělat co nejvíc peněz.
- V práci jsou ochotni vykonávat i rutinní stereotypní činnosti.
- Rádi by v budoucnu začali podnikat.

Typický představitel této skupiny:

- Muž 18 let, student 3. ročníku gymnázia, studuje s nadprůměrnými výsledky. Rád by pokračoval ve studiu na vysoké škole, neví přesně ještě na jaké, ale představy už má, uvažuje o Informatice v Hradci, nebo ČVUT.
- Je kamarádský, rád se baví a sportuje, hraje florbal a rád jezdí na snowboardu. Baví ho vše spojené s počítači, neustále kontroluje sociální sítě. Hodně pro něj znamenají značky u oblečení a elektroniky.
- Žije s rodiči v menší městě na úpatí hor, v bytě 3+1, sdílí pokoj s mladší sestrou. Otec je vedoucí oddělení v hobby marketu, matka pracuje jako fakturantka.
- Ekologii moc neřeší, ale cítí, že je to důležité téma.

### 3.3.3 Cílová skupina 8: Žáci základních škol a jejich rodiče

Sekundární cílová skupina, která obsahuje žáky základních škol, s větším důrazem na vyšší ročníky, kde se již žáci začínají rozhodovat o své další profesi, o tom, zda půjdou studovat na střední školu a jakého zaměření. Toto rozhodnutí nyní zásadně ovlivňují jejich rodiče.

Mediaální chování rodičů, kteří se svým složením odpovídají dospělé aktivní populaci kraje, je patrné z grafů v úvodu kapitoly Cílové skupiny.

V Královéhradeckém kraji ve školním roce 2019/20 je 272 základních škol, které mají celkem 2 607 tříd, které navštěvuje 49 725 žáků, ze kterých je 20 914 na druhém stupni.

## 3.4 Management decision makerů

Jedná se o komunikaci se zástupci firem, osobami s rozhodovací pravomocí.

### 3.4.1 Cílová skupina 9: Podnikatelé inovátoři

Tato primární cílová skupina je zastoupena aktivními podnikateli (majiteli a jednatelem firem), které spolupracují s výzkumnými organizacemi či sami provádějí výzkum a inovace. Počítáme přibližně s 20 nejvýznamnějšími společnostmi reprezentujícími každou doménu RIS3, tedy zhruba 120 celkem. Vybrané společnosti jsou aktuálními, případně potenciálními členy, tzv. Krajských inovačních platforem (konzultační a poradní skupiny pro oblast VaVal).

Charakteristika cílové skupiny:

- Sportovec každým coulem.
- Workoholik, jeho den má 48 hodin.
- Aktivní s tahem na branku.
- Nemá rád polovičatá řešení.
- Vizionář, realizující projekty, o kterých ostatní jen mluví.
- Pozitivní a proaktivní přístup k moderním technologiím.
- Optimistický přístup – problém je pro něj výzvou.
- Internet v mobilu je pro něj nepostradatelný.
- Reklama jeho firmy je založena na výsledcích její činnosti.
- Je cílevědomý a nebojí se nových výzev.
- Životní situace a problémy řeší s nadhledem a pragmatikou.

Typický představitel této skupiny:

- Muž, 40 let, absolvent vysoké školy technického zaměření, pracuje na manažerské pozici.
- Dobrá jazyková vybavenost (angličtina a němčina aktivně, španělština pasivně).

- Potrpí si na luxusní a kvalitní věci, ale nedává je okázale na odív.
- Je ženatý, bydlí se svojí rodinou v novostavbě v širší aglomeraci, má dvě děti (4 a 7 let).
- Vždy po práci se věnuje individuálním sportům. Každý čtvrtek chodí s kamarády na pivo.
- Do práce jezdí služebním automobilem, služební cesty jej často zavedou do ciziny.
- Sociální sítě a internet využívá zejména pro pracovní záležitosti a jako zdroj aktuálních informací v oblasti technologických trendů. Na mobilním zařízení tráví většinu času.

### 3.4.2 Cílová skupina 10: Leadeři v oboru – nositelé technologických megatrendů

Leadery vnímáme jako sekundární cílovou skupinu, která je významným nositelem novinek z oblasti technologických trendů a inovací. Příspěvky a obsah, který leadeři komunikují vůči veřejnosti budeme přejímat a čerpat z něj podněty ke změně v prostředí našeho kraje. Předpokládáme 3 až 5 leaderů za každou doménu.

### 3.4.3 Cílová skupina 11: Spin-off, spin-out, start-up společnosti

Cílovou skupinu tvoří začínající společnosti s vysokým potenciálem hospodářského růstu, avšak současně vyšší mírou rizikovitosti.

V první řadě hovoříme o start-upech, které vznikají na základě inovativní podnikatelské koncepce za použití vyspělých technologií, které na trh přináší zcela novou myšlenku, většinou s globální ambicí. Pro start-upy je často typické, že prvotní nápad rozvíjí pouze malý tým, a to při co nejnižších nákladech. Obvykle bývají start-upy zasídleny v technologických či coworkingových centrech, podnikatelských inkubátorech, business hubech či jiných centrech podporujících podnikání.

Dalším typem inovativních společností jsou spin-off společnosti zakládáné za účelem komercializace duševního vlastnictví vytvořeného na výzkumné organizaci. Provázání firmy a univerzity může být různě těsné. Škola přímo vkládá své duševní vlastnictví do nově vznikajícího podniku a získává v něm podíl, nebo vkládá duševní vlastnictví do podniku formou licence.

Zvláštní odnoží jsou tzv. spin-out společnosti. Vznikají oddělením od mateřské společnosti nebo organizace a stávají se nezávislým podnikem. Spin-out si s sebou z mateřské organizace obvykle bere duševní vlastnictví, technologii nebo existující výrobek a transformuje jej do nových výrobků nebo služeb.

Tato sekundární CS není v regionu co do počtu vysoce zastoupena, ovšem, co do svého významu, ano. Z pohledu **+inovací** jsou realizované transfery znalostí a technologií vysoce ceněny a zasluhují si dostatečné PR a podporu, kterou firmy na svém prvopočátku nemívají. V rámci této CS bychom se soustředili na osvětu výstupů komercializovaného duševního vlastnictví vytvořeného na výzkumné organizaci a PR vznikajících inovativních a pokrokových produktů.

## 3.5 Odborná veřejnost a zahraniční subjekty, které se věnují VaVal

### 3.5.1 Cílová skupina 12: Pracovníci v oblasti vědy a výzkumu mimo Královéhradecký kraj a Českou republiku

Cílovou skupinou jsou výzkumní pracovníci mimo kraj či kolegové, zde již působících zahraničních výzkumníků. Velký potenciál v souvislosti s touto CS představují plánované aktivity Královéhradeckého kraje v podobě zakládáné destinační společnosti a podpoře kongresové turistiky. Orientace na danou CS je podmíněna propagací podmínek pro výzkum a vývoj v Královéhradeckém kraji mimo jeho hranice. Pomocí cizojazyčných marketingových nástrojů by mělo dojít k představení potenciálu regionu mimo jeho hranice.



## 4 SWOT analýza inovačního prostředí

Provedená analýza zkoumá inovační prostředí z pohledu možné implementace značky **+inovace**. Pro lepší přehlednost jsou faktory označeny i zjednodušeným názvem. V dalším kroku jsou faktory SWOT analýzy vyhodnoceny pomocí konfrontační matice a na závěr, s využitím výsledků konfrontační matice, je formulováno doporučení pro komunikační strategii.

### 4.1 Seznam faktorů SWOT analýzy

#### 4.1.1 Silné stránky

|    | <b>Silné stránky/Strenghts</b>  | <b>Zjednodušený název</b>  |
|----|---|----------------------------|
| S1 | Silná inovační infrastruktura v kraji, výzkumné organizace, centra technologií, transferu, inovací                      | Inovační infrastruktura    |
| S2 | Silná, dobře zvolená, lehce uchopitelná a zapamatovatelná, srozumitelná značka  | Regionální inovační značka |
| S3 | Stabilní pozice regionální agentury; důvěryhodný partner; jasná vize, mise  | Pozice agentury            |
| S4 | Profesionální tým regionální agentury – kvalifikovaní odborníci   | Profesionální tým          |
| S5 | Emoční zainteresovanost a pocit zadostiučinění výzkumníka pracujícího ve VaVal, silná touha po uplatnitelnosti výsledků | Láska k vědě a výzkumu     |
| S6 | Znalost inovačního prostředí a jeho regionálních specifik ze strany agentury  | Domácí hřiště              |

#### 4.1.2 Slabé stránky

|    | <b>Slabé stránky/Weaknesses</b>   | <b>Zjednodušený název</b> |
|----|---|---------------------------|
| W1 | Nižší dynamika rozvoje krajského inovačního systému   | Nižší dynamika            |
| W2 | Malý zájem o VaVal ze strany kraje, měst i obcí, inovace jako špatně uchopitelné PR téma pro politiky   | Podpora v kraji           |
| W3 | Slabá vazba <b>+inovací</b> na výzkumníky, vědce, inovátory a klíčové hráče v inovacích   | Slabá vazba na inovátory  |
| W4 | Absence silného marketingu inovací a systematické koordinace podpory marketingu inovací v KHK   | Společný marketing        |
| W5 | Nedostatečná schopnost týmu Smart akcelérátor se prezentovat jako důležitý a užitečný partner   | Vnímání potřebnosti       |
| W6 | Absence jednotného postoje v rozvojové agentuře (tříštění dle zaměření, striktní orientace na oblast zájmu, nízká podpora inovací v rámci organizace) | Nízká míra kooperace      |
| W7 | Regionální agentura vnímána výlučně jako výkonná jednotka KHK implementující zájmy kraje  | Závislost agentury        |

#### 4.1.3 Příležitosti

|    | <b>Příležitosti/Opportunities</b>  | <b>Zjednodušený název</b>    |
|----|--|------------------------------|
| O1 | Iniciace zájmu představitelů kraje o značku <b>+inovace</b> a inovace jako silného tématu nejen pro PR | Zapojení představitelů kraje |
| O2 | Ambasadoři jako popularizátoři VaVal témat   | Zapojení ambasadorů          |

|    |   |                                       |
|----|---|---------------------------------------|
| O3 | Strategický přístup a systematická spolupráce s klíčovými hráči inovační infrastruktury   | Spolupráce s klíčovými hráči          |
| O4 | Spojení sil – stakeholderi u jednoho stolu; hledání synergie; společné vystupování pod hlavičkou +inovace   | Spojení sil                           |
| O5 | Iniciativa směrem ke kraji i vedení regionální agentury – návrh nových řešení podpory v oblasti VaVal, budování silné pozice týmu Smart akcelérátor                         | Iniciativa podpory VaVal              |
| O6 | Zapojení regionální agentury do aktivit Smart akcelérátoru (zvýšení povědomí o značce a podpoře VaVal skrze projekt, VaVal jako silné komunikační téma pro vedení agentury) | Zapojení agentury do komunikace VaVal |
| O7 | Změna „myšlení a vnímání hodnot“ veřejnosti – věda a výzkum jako vážené téma s přesahem do praxe a dopadem na běžný život lidí v kraji                                      | Změny vnímání hodnot                  |
| O8 | Síťování a sdružování subjektů skrze inovační témata a zájmy (Krajské inovační platformy, klastrové iniciativy, unijní a zájmová sdružení)                                  | Inovace jako pojící linka             |
| O9 | Hradecký a krajský patriotismus   | Patriotismus                          |

#### 4.1.4 Hrozby

|    | Hrozby/Threats  | Zjednodušený název                |
|----|---|-----------------------------------|
| T1 | Nižší úroveň vzdělání v kraji, méně adeptů pro VaVal, nedostatek kvalifikované pracovní síly, absence technických oborů na vysokých školách působících v kraji            | Nedostatek (budoucích) odborníků  |
| T2 | Snížení kapacity a efektivity některých vědeckotechnických parků, podnikatelských inkubátorů v kraji, nízký počet globálně úspěšných startupových firem (příklady táhnou) | Snížení kapacity a efektivity VTP |
| T3 | Cyklus „fungování“ je dán volbami, pouze střednědobé a krátkodobé plánování bez koncepčního dlouhodobého přesahu, změna priorit po volbách                                | Volby                             |
| T4 | Nižší míra podnikatelské aktivity, nepružnost přejímat nové technologie a směry vývoje  | Nepružné podnikatelské aktivity   |
| T5 | Konkurence mezi kraji, které mezi sebou „soupeří“ o lidské zdroje (vědce, výzkumníky) a finance z různých zdrojů na financování VaVal                                     | Konkurence krajů                  |
| T6 | Stagnace ekonomiky (tlak na firmy hledat úspory, prioritizace aktivit, které mají rychlejší návratnost, tj. na výzkum a inovace nezbývá dostatek prostředků)              | Stagnace ekonomiky                |
| T7 | Politická a legislativní omezení (ČR i EU), zásahy, byrokracie (např. nesplnitelné limity při certifikaci výrobků diskriminující tuzemské a evropské firmy)               | Politická omezení                 |

## 4.2 Konfrontační matice

Konfrontační matice pro výše uvedené faktory

|                  |                                   |     | S – Silné stránky       |                            |                 |                   |                        |               | W – slabé stránky |                 |                          |                    |                     |                      |                    | Součet celkem |
|------------------|-----------------------------------|-----|-------------------------|----------------------------|-----------------|-------------------|------------------------|---------------|-------------------|-----------------|--------------------------|--------------------|---------------------|----------------------|--------------------|---------------|
|                  |                                   |     | Inovační infrastruktura | Regionální inovační značka | Pozice agentury | Profesionální tým | Láska k vědě a výzkumu | Domácí hřiště | Níže dynamika     | Podpora v kraji | Slabá vazba na inovátory | Společný marketing | Vnímání potřebnosti | Nízká míra kooperace | Závislost agentury |               |
|                  |                                   |     | S1                      | S2                         | S3              | S4                | S5                     | S6            | W1                | W2              | W3                       | W4                 | W5                  | W6                   | W7                 |               |
| O – Příležitosti | Zapojení představitelů kraje      | O1  | 2                       | 1                          | 2               | 1                 | 2                      | 2             | -1                | -2              | 0                        | -1                 | -2                  | -2                   | -1                 | 3             |
|                  | Zapojení ambasadorů               | O2  | 2                       | 2                          | 2               | 2                 | 2                      | 2             | 0                 | -1              | -1                       | 0                  | 0                   | -1                   | -1                 | 8             |
|                  | Spolupráce s klíčovými hráči      | O3  | 2                       | 1                          | 2               | 1                 | 2                      | 2             | -1                | -1              | -1                       | -1                 | -2                  | -1                   | -1                 | 4             |
|                  | Spojení sil                       | O4  | 2                       | 1                          | 2               | 1                 | 2                      | 2             | -1                | -1              | -1                       | -2                 | -2                  | -1                   | -1                 | 3             |
|                  | Iniciativa podpory VaVal          | O5  | 2                       | 2                          | 2               | 2                 | 2                      | 2             | -1                | -2              | 0                        | 0                  | -2                  | -2                   | 0                  | 4             |
|                  | Zapojení agentury do komunikace   | O6  | 1                       | 2                          | 0               | 2                 | 2                      | 0             | -1                | -1              | 0                        | 0                  | -2                  | -2                   | 0                  | 1             |
|                  | Změny vnímání hodnot              | O7  | 2                       | 1                          | 1               | 1                 | 2                      | 0             | 0                 | 0               | 0                        | 0                  | 0                   | 0                    | 0                  | 6             |
|                  | Inovace jako pojící linka         | O8  | 2                       | 2                          | 0               | 2                 | 2                      | 1             | 0                 | 0               | 0                        | -1                 | -1                  | -1                   | 0                  | 6             |
|                  | Patriotismus                      | O10 | 1                       | 2                          | 1               | 1                 | 1                      | 2             | 0                 | -1              | -1                       | 0                  | 0                   | 0                    | 0                  | 6             |
|                  | Součet celkem                     |     | 12                      | 13                         | 7               | 13                | 17                     | 14            | -13               | -14             | -10                      | -9                 | -13                 | -13                  | -5                 |               |
| T – Hrozby       | Nedostatek (budoucích) odborníků  | T1  | -1                      | 0                          | 0               | 0                 | 0                      | 0             | -1                | 0               | -1                       | -1                 | 0                   | 0                    | 0                  | -4            |
|                  | Snížení kapacity a efektivity VTP | T2  | 0                       | 0                          | -1              | 0                 | 0                      | 0             | -1                | -2              | -2                       | -1                 | 0                   | 0                    | 0                  | -7            |
|                  | Volby                             | T3  | 0                       | -1                         | -1              | 0                 | 0                      | 0             | -1                | 0               | 0                        | 0                  | 0                   | 0                    | -1                 | -4            |
|                  | Nepružné podnikatelské aktivity   | T4  | -1                      | 0                          | -1              | 0                 | 0                      | 0             | -2                | 0               | -1                       | -1                 | 0                   | 0                    | 0                  | -6            |
|                  | Konkurence krajů                  | T5  | 0                       | 0                          | -1              | 0                 | 0                      | 1             | -1                | -1              | -1                       | -1                 | -1                  | -1                   | 0                  | -6            |
|                  | Stagnace ekonomiky                | T6  | 0                       | 0                          | 0               | 0                 | 0                      | 0             | -1                | -2              | -1                       | 0                  | -1                  | -1                   | 0                  | -6            |
|                  | Politická omezení                 | T7  | -2                      | 0                          | -1              | 0                 | 0                      | 0             | -1                | 0               | 0                        | 0                  | 0                   | -1                   | 0                  | -5            |
| Součet celkem    |                                   |     | 12                      | 13                         | 7               | 13                | 17                     | 14            | -13               | -14             | -10                      | -9                 | -13                 | -13                  | -5                 |               |

Konfrontační matice umožňuje vyhodnotit vzájemné vztahy jednotlivých faktorů získaných ve SWOT analýze. Vzájemná vazba těchto faktorů se vyhodnocuje pomocí jejich „konfrontace“ na průsečíku příslušných sloupců a řádků hodnotami -2, -1, 0, 1, 2. Prázdné pole značí, že není nalezen významný vztah nebo konfrontace daných faktorů nepřináší ani pozitivní ani negativní efekt. Například:

- Hodnocení 2 je uvedeno na průsečíku silná stránka S2 (Regionální inovativní značka) má významný pozitivní vztah s O2 (Zapojení ambasadorů).
- Hodnocení -2 je například uvedeno u průsečíků slabé stránky W3 (Slabá vazba) a hrozby T2 (Nízká kapacita), tedy jako silný negativní vztah.

Ve sloupci nebo řádku „součet celkem“ je uvedeno pomocí řádkových a sloupcových součtů celkové vyhodnocení jednotlivých faktorů SWOT analýzy na základě jejich konfrontace. Vysoké kladné hodnoty svědčí o významné příležitosti či silné stránce, naproti tomu vysoké záporné hodnoty svědčí o významné hrozbě či slabé stránce. V konfrontační matici jsou zvýrazněné nejdůležitější faktory.

### **Nejvýznamnější silná stránka: Láska k vědě a výzkumu**

Věda a výzkum mají v Královéhradeckém kraji dlouholetou tradici, vyjádřenou řadou úspěchů v minulosti i v současnosti. Vědci, kteří v kraji působí, jsou do výzkumu zapálení, berou ho jako poslání a věnují mu svůj pracovní i soukromý čas. Jsou rádi, když jejich výsledky najdou uplatnění.

Další významné silné stránky jsou:

- **Inovační infrastruktura** – v kraji sídlí významné výzkumné organizace, centra technologií, transferu a inovací. Je na co navazovat, kde se inspirovat a kde získat partnerství či radu.
- **Domácí prostředí** – CIRI působí v regionu, který dobře zná, kam patří, jehož je součástí. To zajišťuje lepší výchozí pozici a dává větší váhu aktivitám agentury.

### **Nejvýznamnější slabá stránka: Podpora v kraji**

Podpora kraje v oblasti inovací je téma, které je pro reprezentanty kraje hůře uchopitelné. Není spojeno s okamžitými viditelnými výsledky a vyžaduje hlubší proniknutí do problematiky. Proto není v krátkodobém pohledu tak atraktivní a tím nemá takovou podporu ze strany kraje i města. To se odráží na menším zájmu ostatních subjektů o spolupráci v oblasti propagace a rozvoje VaVal. Současně je v kraji postrádána koncepční podpora zahraničních výzkumných pracovníků, která by poskytovala jisté zázemí, ať už ve formě informační, sociální či infrastrukturní.

### **Nejvýznamnější příležitost: Zapojení ambasadorů**

V našem kraji má věda a výzkum výrazné tváře, za kterými stojí výsledky jejich práce. Naším cílem je popularizovat vědu, výzkum a inovace a jejich propojení s praxí, získávat pro VaVal více kapacit, jak tuzemských, tak zahraničních. Pro dosažení výše zmíněného vidíme největší příležitost skrze popularizaci osobností, které reprezentují úspěchy vědy a výzkumu.

### **Nejvýznamnější hrozba: Snížení kapacity a efektivity**

Snížení kapacity a efektivity některých vědeckotechnických parků v kraji ohrožuje zájem o spolupráci s nimi. Potencionální podnikatelé, kteří mají představu, jaký inovativní produkt či služba na trhu chybí, a potřebují zázemí a podporu pro rozjezd, tak mohou opustit KHK. Další nespornou hrozbou mohou být legislativní nařízení, např. ve formě nesplnitelných limitujících podmínek při potřebných certifikacích výrobků. Ty mohou způsobit odchod CZ firem z určitých trhů, v čemž v horším případě dokonce zánik těchto subjektů.

## 5 Návrh komunikační strategie a její implementace

### 5.1 Marketingové cíle

Na základě stanovených silných a slabých stránek a příležitostí a hrozeb byla vytvořena matice, která vygenerovala nejsilnější témata, ať v pozitivním či negativním slova smyslu. Na tyto aspekty reagují níže navržené strategické, potažmo specifické cíle navázané na příslušné cílové skupiny a indikátory. Prostřednictvím implementace marketingové strategie by mělo dojít k naplnění příslušných indikátorů (výstupových nebo výsledkových), stejně tak jako ke změně vnímání značky **+inovace** čase. Díky výše zmíněnému bude naplňována vize „Zatraktivnění Královéhradeckého kraje z pohledu výzkumu, vývoje a inovací.“

| <b>Strategický cíl 1: Efektivní komunikace vůči budoucím kvalitním inovátorům a výzkumníkům – (práce s LZ, zamezení jejich odlivu)</b> |  |  |
|--|--|--|
|  | Spec.cíl 1.1: Zvýšení zájmu o studium v KHK (doktorandské studium; studium na místních fakultách (zejména studium přírodních věd a ICT); studium SŠ oborů korespondujících s RIS doménami. |  |
|  | <b>CS</b>  | Studenti VŠ; Studenti vyšších odborných škol a středních škol; Žáci základních škol a jejich rodiče  |
|  | <b>Výstupový indikátor</b>   | Realizované kampaně na sociálních sítích, tiskoviny  |
|  | <b>Nástroj</b>   | Spot 1, Spot 2, Spot 9, FB Soutěž 1, FB správa, veletrh 1, veletrh 2, kinoreklama, Letáky 3 a jejich distribuce (kariérní poradenství), OOH1, Online banner 2  |
|  | Spec.cíl 1.2: Zvýšení zájmu o budování výzkumné kariéry v Královéhradeckém kraji   |  |
|  | <b>CS</b>  | Pracovníci výzkumných organizací ve VS; Pracovníci zabývající se výzkumem v soukromém sektoru; Zahraniční výzkumníci pracující v KHK; Studenti VŠ  |
|  | <b>Výstupový indikátor</b>   | Počet nových nástrojů pro zvýšení atraktivnosti regionu (realizované kampaně na sociálních sítích, tiskoviny, videa)   |
|  | <b>Nástroj</b>   | Spot 1-9, Konference 1,2; kinoreklama, Online reklama, FB správa, LI – Influencer VaVal, leták 4,5; Brožura 2; PR články tisk 2,3,4; PR články online 2,3; KIPy; Správa SoMe týmem SmAcc II; Hloubkové rozhovory   |
| <b>Strategický cíl 2: Efektivní komunikace o regionu z pohledu VaVal</b>   |  |  |
|  | Spec.cíl 2.1: Zajištění informačního servisu pro zahraniční VaVal pracovníky   |  |
|  | <b>CS</b>  | Zahraniční výzkumníci pracující v KHK; Pracovníci v oblasti vědy a výzkumu mimo Královéhradecký kraj a Českou republiku  |
|  | <b>Výstupový indikátor</b>   | Informační balíček pro zahraniční pracovníky (web, letáky, infolinka). V případě, že by KHK dokázal nastavit podporu zahraničních výzkumníků formou stabilního zázemí (bydlení, zdravotní péče, školka + škola pro rodinné příslušníky, ..), pak by byla i tato podpora náležitě komunikována. |
|  | <b>Nástroj</b>   | Microsite, Spoty 1-9; Online videoreklama; Veletrh 1 a 2, Leták 1, Brožura 1; Spolupráce s ambasadory, FB správa obsahu  |
|  | Spec.cíl 2.2: Zvýšení zájmu o výsledky činnosti VaVal v kraji  |  |
|  | <b>CS</b>  | Politici reprezentanti; Pracovníci v oblasti řízení a implementace VaVal; Pracovníci v oblasti vědy a výzkumu mimo Královéhradecký kraj a Českou republiku   |
|  | <b>Výstupový indikátor</b>   | Nakloněné CS s projevem zájmem o spolupráci; aktivní účast organizací na KIPech (vlastní příspěvky), zvýšení návštěvnosti a čtenosti článků na webu a sociálních sítích +inovace (tematika VaVal). <i>Zvýšený počet článků s tematikou VaVal v tisku a on-line médiích. (monitoring tisku)</i> |
|  | <b>Nástroj</b>   | PR manažer, Spoty 1-10, Online videoreklama, Konference 1 a 2, Kinoreklama, Leták 2,4,5; Brožura 2; OOH – 3, Online banner – 1, PR články tištěné 1-6, PR  |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  |   | články online 1-4, Newsletter, Akce pro CS, Správa SoMe týmem SmAcc II, Hloubkové rozhovory, Spolupráce s ambasadory, FB správa obsahu   |
|  | <b>Spec.cíl 2.3: Motivace ke spolupráci mezi aktéry v KHK</b>   |  |
|  | <b>CS</b>   | Pracovníci výzkumných organizací ve VS; Pracovníci zabývající se výzkumem v soukromém sektoru; Političtí reprezentanti; Pracovníci v oblasti řízení a implementace VaVal; Podnikatelé inovátoři; Spin-off, spin-out, start-up společnosti                  |
|  | <b>Výstupový indikátor</b>  | Počet uskutečněných jednání potencionálních partnerů, počet nových navázaných spoluprací, vytvoření širokého portfolia možností spolupráce (kompetenční mapa)  |
|  | <b>Nástroj</b>  | Reklamní online spot 9, FB správa obsahu, Konference 1 a 2, Leták 2 a 5, Brožura 2, PR tisk 2-5, PR on-line 1-3, Newsletter, Akce pro CS, správa SoMe ze strany SA II., Hloubkové rozhovory, Spolupráce s Ambasadory                                       |
|  | <b>Spec.cíl 2.4: Rozvoj Hradce Králové jako vyhlášeného univerzitního města</b>                                     |  |
|  | <b>CS</b>   | Studenti VŠ; Pracovníci zabývající se výzkumem v soukromém sektoru; Podnikatelé inovátoři  |
|  | <b>Výstupový indikátor</b>  | Systematické provázání akademiků a firemního sektoru. Snahou je začlenění pracovníků akademické sféry do terénu (formou stáží a částečných úvazků) a obráceně, tedy participace odborníků z praxe na výuce.  |
|  | <b>Nástroj</b>  | Nástroj předpokládá efektivní nastavení zmíněných stáží. Tato možnost bude komunikována následujícími: FB správa obsahu, Konference 1 a 2, PR on-line, Newsletter, Akce pro CS, Správa SoMe ze strany SA II., Hloubkové rozhovory, Spolupráce s Ambasadory |
| <b>Strategický cíl 3: Posílení značky +inovace v KHK</b> |   |  |
|  | <b>Spec.cíl 3.1: Zvýšení počtu zapojených aktérů v KHK a stakeholderů zapojených do marketingu +inovací</b>         |  |
|  | <b>CS</b>   | Pracovníci výzkumných organizací ve VS; Pracovníci zabývající se výzkumem v soukromém sektoru; Političtí reprezentanti; Pracovníci v oblasti řízení a implementace VaVal; Podnikatelé inovátoři; Spin-off, spin-out, start-up společnosti                  |
|  | <b>Výstupový indikátor</b>  | Počet nových členů v Platformě RIZ   |
|  | <b>Nástroj</b>  | Průřezově všechny nástroje   |
|  | <b>Spec.cíl 3.2: Zvýšení angažovanosti stávajících aktérů v KHK a stakeholderů zapojených v marketingu +inovací</b> |  |
|  | <b>CS</b>   | Pracovníci výzkumných organizací ve VS; Pracovníci zabývající se výzkumem v soukromém sektoru; Političtí reprezentanti; Pracovníci v oblasti řízení a implementace VaVal; Podnikatelé inovátoři; Spin-off, spin-out, start-up společnosti                  |
|  | <b>Výstupový indikátor</b>  | Počet členů v Platformě RIZ s proaktivním přístupem  |
|  | <b>Nástroj</b>  | PRIZ, PR manažer a Hloubkové rozhovory   |
| <b>Strategický cíl 4: Zvýšení podpory aktivit VaVal</b>  |   |  |
|  | <b>Spec.cíl 4.1: Zvýšení zájmu o činnosti CIRI a o spolupráci s ním</b>   |  |
|  | <b>CS</b>   | Politiciční reprezentanti; Pracovníci v oblasti řízení a implementace VaVal  |
|  | <b>Výstupový indikátor</b>  | Proaktivní přístup k činnosti CIRI a podpora výsledků  |
|  | <b>Nástroj</b>  | PRIZ, KIP, RVVI, PR manažer a Hloubkové rozhovory, FB správa obsahu  |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | Spec.cíl 4.2: Spolupráce s firmami podnikajícími v progresivních oborech – strategické intervence |   |
|   | <b>CS</b>   | Podnikatelé inovátoři; Spin-off, spin-out, start-up společnosti   |
|   | <b>Výstupový indikátor</b>  | Počet navržených strategických intervencí   |
|   | <b>Nástroj</b>  | Tiskoviny Leták 2, 5; Brožura 2, Hloubkové rozhovory, Konference 1 a 2, Spolupráce s ambasadory, Akce pro CS – vzdělávání, FB správa obsahu   |
| <b>Strategický cíl 5: Zajištění dostatečné informovanosti CS o RIS3, trendech v silných odvětvích, projektech VaVal, nových produktech a službách</b> |   |   |
|   | Spec.cíl 5.1: Přenášení technologických trendů předních leaderů do KHK                            |   |
|   | <b>CS</b>   | Leaderi v oboru; Podnikatelé inovátoři; Spin-off, spin-out, start-up společnosti; Pracovníci výzkumných organizací ve VS; Pracovníci zabývající se výzkumem v soukromém sektoru   |
|   | <b>Výstupový indikátor</b>  | Počet vystoupení inspirativních osobností na eventech CIRI a +inovací, počet zveřejněných odborných/populárně naučných článků na sociálních sítích či v jiných médiích  |
|   | <b>Nástroj</b>  | FB správa obsahu, Konference 1 a 2, veletrh 1 a 2, Newsletter, Akce pro CS, KIPy, Správa SoMe týmem SAIL., spolupráce s Ambasadory  |
|   | Spec.cíl 5.2: Navýšení informovanosti CS o specifických tématech VaVal na úrovni regionu          |   |
|   | <b>CS</b>   | Politici reprezentanti; Pracovníci v oblasti řízení a implementace VaVal; Podnikatelé inovátoři; Spin-off, spin-out, start-up společnosti; Studenti VŠ; Studenti vyšších odborných škol a středních škol  |
|   | <b>Výstupový indikátor</b>  | Počet výstupů na sociálních sítích a v ostatních médiích, vydané publikace a tiskoviny, počet uspořádaných akcí, outdoor reklama  |
|   | <b>Nástroj</b>  | FB správa obsahu, Spot 3-9, On-line videoreklama, Konference 1 a 2, Leták 5, brožura 2, newsletter, OOH 3, PR články 2,3,4, PR články on-line 2,3; Správa FB týmem SAIL.  |
|   | Spec.cíl 5.3: Informování o výstupech a aktivitách start-upů, spin-off a spin-out společností     |   |
|   | <b>CS</b>   | Pracovníci výzkumných organizací ve VS; Politici reprezentanti; Pracovníci zabývající se výzkumem v soukromém sektoru; Pracovníci v oblasti řízení a implementace VaVal; Podnikatelé inovátoři; Spin-off, spin-out, start-up společnosti; Studenti VŠ; Pracovníci v oblasti vědy a výzkumu mimo Královéhradecký kraj a Českou republiku |
|   | <b>Výstupový indikátor</b>  | Počet výstupů na sociálních sítích a v ostatních médiích, vydané publikace a tiskoviny, počet uspořádaných akcí, outdoor reklama  |
|   | <b>Nástroj</b>  | FB správa obsahu, Správa obsahu týmem SA II., Konference 1 a 2, tisková zpráva z konference. PR článek 4, PR článek on-line 3, newsletter, Správa SoMe týmem SmAcc II   |



## 5.2 Pilíře komunikační strategie

Vzhledem ke zjištění, která vycházejí z analytické části tohoto dokumentu, je v komunikační strategii nutné dosáhnout významného propojení všech zainteresovaných subjektů, které svou činností vstupují či ovlivňují inovační prostředí Královéhradeckého kraje. Z tohoto důvodu je potřeba vybudovat obsahově silnou nadlinkovou komunikaci, která bude zastřešovat rozmanitost hlavních aktérů. Tato komunikace bude postavena na dvou základních pilířích postavených na emočních vazbách, a to k VaVal a kraji samotnému.

### 5.2.1 Emoční vazba k VaVal

Vědce a výzkumníky spojuje silná emoční vazba (láska) k vědě. U každého z těchto jedinců někdy v minulosti (v různém věku – zejména však v období studia střední školy nebo raného období studia vysoké školy) propuknul tento cit, který se zároveň stal kariéřním hnacím motorem. Jejich činnost je od té doby motivována tendencí dosáhnout v oblasti vědy něčeho výjimečného a přelomového. Každá individualita, působící zejména v oblasti špičkové vědy a excelentního výzkumu je přesvědčena, že právě ona je schopna dosáhnout výsledků, které jsou pro budoucnost lidstva a vědění prospěšné. A každou svou dílčí aktivitu vnímají jako cestu k naplnění těchto výsledků. Právě i vzhledem k tomuto tvrzení je zcela zřejmé, že VaV je záležitostí **elitních individualit**, jejichž vlastností je vysoké sebevědomí a přesvědčení o vlastních jedinečných schopnostech.

Bez ohledu na to, jestli se jedná o vysoce talentované a ambiciózní studenty, kteří startují svou vědeckou dráhu nebo výzkumníky s dlouholetou praxí, každý obětuje vědě (studiu nebo výzkumu) významné množství času a péle. Nejen talent, ale také velká obětavost je důležitým kritériem, které vede ke „zasvěcení života vědě.“ V souvislosti s realizací komunikační strategie je klíčové najít jedinečné a vysoce talentované osobnosti a v komunikační rovině s nimi pracovat, tzn. komunikovat jejich příběhy. Těmito osobnostmi musí být zastoupena jak mladší (progresivní), tak i starší (mentorská) generace. Kromě jiného se tak dosáhne **generační synergie** posilující vnímání společného cíle. Právě tato synergie má v návaznosti na analytickou část tohoto dokumentu důležitou roli z pohledu budoucího vývoje spolupráce jednotlivých segmentů inovačního prostoru.

**Nadlinkovou komunikaci** tedy tato strategie staví na vlivu AMBASADORŮ. Jedná se zejména o:

- zástupce jednotlivých domén RIS3 definovaných v analytické části, a to na úrovni výzkumných organizací i průmyslového sektoru,
- talentované studenty ze středních či vysokých škol.

Optimální počet je 12 ambasadorů. Vychází z myšlenky, že za každou ze 6 klíčových domén bude vybrán 1 vědec (zástupce výzkumné organizace nebo průmyslového sektoru). Těchto 6 bude doplněno 6 studenty střední nebo vysoké školy bakalářského nebo magisterského studijního programu s výjimečným talentem v oblastech korespondujícími s RIS3 doménami. S trochou nadsázky se tak dá říct, že nadlinková komunikace bude postavena na 12 apoštolech vědy. Při realizaci komunikační strategie bude využit jednotlívý prvek (audio, grafický), který komunikaci ambasadorů bude spojovat.

Uvedený koncept se promítne v **podlinkové komunikaci** rozvíjením storytellingu uvedených ambasadorů. Vyprávěním jejich příběhů dojde k posílení sounáležitosti a zvýšení zájmu o vědu jako takovou, zejména u mladší generace. V rovině podlinkové komunikace je v konečném důsledku klíčové **vyvolat zájem o vědu, výzkum a inovace**. V návaznosti na analytickou část tohoto dokumentu, která definuje jako jedno z velkých rizik nedostatečnou kapacitu lidských zdrojů VaVal, je důležité vyvolávat lásku/cit k vědě a potřebu se aktivně zapojit do výzkumu, hlavně u mladších studentů a komunikovat Hradec Králové jako univerzitní město.

Komunikační strategie v tomto směru sekundárně pracuje s tématem zdravého životního stylu, který je pro Královéhradecký kraj příznačný. Storytelling jednotlivých ambasadorů se nebude věnovat pouze profesní dráze a úspěchům, ale poodhalí také jejich soukromý život, ve smyslu koníčků a trávení volného času. Společnými atributy profesního i soukromého života jsou sebedisciplina, koncentrace, tah na branku a výdrž.

### 5.2.2 Emoční vazba k rodnému kraji

S nižší mírou intenzity bude v komunikaci zohledněna také emoční vazba na Královéhradecký kraj. Každý člověk cítí emoční vazbu ke svému nejbližšímu okolí, městu, regionu atd. Tato strategie se opírá o emoci, která se váže regionu jako k rodnému kraji či místu, ke kterému člověk získal vztah během působení v dané lokalitě. V psychologické rovině dochází k vnímání sebe sama jako člena užší pospolitosti, v konkurenci k ostatním krajům a jejich obyvatelům.

**Nadlinková část komunikace** musí vzbuzovat emoce a těmi nejzákladnějšími jsou:

- HRDOST vyjádřená pocitem: „*Odsud se mi nechce odcházet.*“

Vyvolání potřeby zůstat v regionu a nehledat nové místo pro život. Jinými slovy neodcházet budovat novou kariéru do jiného regionu. To je cíl, kterého realizace této strategie musí chtít dosáhnout. Tedy zvýšení intenzity vnímání hrdosti na Královéhradecký kraj, který je nejen mým domovem, ale také domovem všech, s kým ho sdílím.

- LÍTOST vyjádřená pocitem: „*Jednou se vrátím.*“

Strategie chce působit také na ty, kteří jsou postaveni do životní situace, jejíž nezvratitelnou součástí je odchod z regionu (např. za studiem, za prací, za partnerem). Komunikace spojená s realizací této strategie musí u těchto lidí vzbuzovat lítost, potřebu jednou se vrátit zpět.

- ZÁVIST vyjádřená pocitem: „*Tam bych chtěl také žít.*“

Přesahem komunikace do jiných regionů chceme docílit vyvolání emoce spojenou se závistí – „*tam se mají dobře, tam to mají skvělé, tam se jim dobře žije, tam chci také žít.*“ V konečném důsledku to může sehrát významnou roli, pokud dotyčná osoba hledá nové studijní, pracovní nebo jiné kariérní příležitosti. Proč by tedy neměla zvolit Královéhradecký kraj?

V rámci komunikační strategie se na úrovni **podlinkové komunikace** počítá také se zapojením politické reprezentace. Potřebnost vědy a výzkumu pro naši společnost by měla vnímat prioritně právě tato CS. Jedná se o klíčové decision makery pro oblast veřejného financování sektoru VaVaI. Součástí realizační fáze této komunikační strategie tak musí být PR aktivita, díky které se podaří do kampaně zapojit reprezentanta zodpovědného za oblast vědy, výzkumu a inovací na úrovni KHK. Atributem PR strategie bude snaha nadchnout tohoto reprezentanta skrze individuální přístup zohledňující jeho vlastnosti, koníčky, názory, vzdělání apod. Vzhledem k tomu, že není zřejmé, kdo tímto reprezentantem v době realizace bude, tento dokument konkrétní podobu PR strategie dále nerozpracovává.

V souvislosti s podlinkovou komunikací proběhne také v realizační fázi kampaně aktivizace výzkumné sféry směrem k soukromému sektoru. Vzhledem k tomu, že soukromý segment naráží ve snaze o kooperaci s výzkumnými organizacemi na komunikační a procesní bariéry, je snahou této aktivity srozumitelně vytvořit pasportizaci možností a služeb dílčích výzkumných organizací, dostatečně zajímavých pro malé a střední podnikatele v Královéhradeckém kraji.

Procesně tedy půjde o následující aktivity:

- osobní setkání se zástupci výzkumných organizací KHK,

- sumarizace potřebných informací o prostředí VaVal v regionu,
- realizace akcí pro CS jejichž součástí bude i networking.

V rámci celého procesu realizace marketingové kampaně je důležité brát na zřetel již dosud existující strategie nastavené na úrovni Královéhradeckého kraje z pozice Krajského úřadu Královéhradeckého kraje a jeho příspěvkových organizací. Hlavním důvodem tohoto opatření je zajistit vzájemnou komunikaci a sladění dílčích částí všech strategií za účelem vzájemné podpory a posílení dopadu jednotlivých aktivit a navázání partnerství. Těmito oblastmi jsou hlavně cestovní ruch, školství, kultura, aktivity CIRI, Chytrého regionu, Paktu zaměstnanosti a mnoha dalších.

Důležité je najít **sjednocující linku**, která bude průřezově spojovat všechny zmíněné oblasti a bude všemi používána. Jednat se bude o společný claim a #. Nabízí se řešení v podobě #pro... (#prokraj, #provzdelavani, #proinovace, atd.) nebo #kralove... (#kralovehradecky, #KRALOVEkraje, #KRALOVEkultury, #KRALOVEcestovani, #KRALOVEinovaci, #KRALOVEvedy, #KRALOVEvyzkumu).

## 5.3 Klíčové ukazatele výkonu strategie - key performance indicators (KPIs)

| Cílová skupina  | KPIs   | Key message   | Téma  | Aktivita ke komunitní kampáně realizované v rámci veřejné politiky                              | Aktivita ke komunitní kampáně realizované mimo veřejnou politiku       |
|---|--|---|---|---|--|
| VÝZKUMNÍ PRACOVNÍCI:<br>Pracovníci výzkumného ústavu a VŠ                                   | Zvýšení počtu zapojených stakeholderů.<br>Zvýšení angažovanosti stávajících stakeholderů.<br>Počet zapojených stakeholderů do kampaně.<br>Zvýšení objemu odborných výzkumných kanálů v královéhradeckém kraji.                           | SPOLUČNĚ ZA VÝZKUMNOU BUDOUCNOST NAŠEHO KRAJE<br>JEME INDIVIDUALITY, KTERÉ SPOJUJE LÁSKA K VĚDĚ<br>DOSAHUJEME PROSPĚŠNÝCH VÝSLEDKŮ PRO BUDOUCNOST LIDSTVA.<br>ČITME SE DÍT SOUČÁSTÍ SÍTĚ SPÍCHOVÝCH VĚDCŮ<br>CIRI JE KOORDINÁTOR INOVAČNÍHO PROSTŘEDÍ KIK<br>VÝZKUMNÁ INFRASTRUKTURA JE V KIK NA VYSOKÉ ÚROVNI  | Královéhradecký kraj je ideální místo pro život. V kombinaci se špičkovým potenciálem je Kikem v úspěšné budoucnosti. Je tu velká šance k dalšímu rozvoji spolupráce nejen mezi výzkumnými organizacemi a VŠ, ale také se soukromým sektorem. Znalostní ekonomika nabývá v souvislosti s očekávanou ekonomickou krizí nového rozměru. Inovativní prostředí královéhradeckého kraje reaguje a bude reagovat proaktivně. Ekonomická situace a její překážky zůstávají napětí se soukromým sektorem společnou leč. RIS specializace je tím, jak tento společný dialog a společných aktivit dosáhnout. CIRI a KIK představuje koordinátora a hybatel tohoto procesu (RIS specializace). | Kikammi onlinepoty, sociální síť, konference, veřejný, tištěná produkce, média a PR             | Newsletter, akce pro CS (iznačský, KIPy, PRIZ), sociální síť, emailing |
| VÝZKUMNÍ PRACOVNÍCI:<br>Pracovníci zabývající se výzkumem v soukromém sektoru               | Zvýšení počtu zapojených stakeholderů.<br>Zvýšení angažovanosti stávajících stakeholderů.<br>Počet zapojených stakeholderů do kampaně.<br>Zvýšení objemu odborných výzkumných kanálů v královéhradeckém kraji.                           | SPOLUČNĚ ZA VÝZKUMNOU BUDOUCNOST NAŠEHO KRAJE<br>JEME INDIVIDUALITY, KTERÉ SPOJUJE LÁSKA K VĚDĚ<br>DOSAHUJEME PROSPĚŠNÝCH VÝSLEDKŮ PRO BUDOUCNOST LIDSTVA.<br>ČITME SE DÍT SOUČÁSTÍ SÍTĚ SPÍCHOVÝCH VĚDCŮ<br>CIRI JE KOORDINÁTOR INOVAČNÍHO PROSTŘEDÍ KIK<br>VÝZKUMNÁ INFRASTRUKTURA JE V KIK NA VYSOKÉ ÚROVNI  | Královéhradecký kraj je ideální místo pro život. V kombinaci se špičkovým potenciálem je Kikem v úspěšné budoucnosti. Je tu velká šance k dalšímu rozvoji spolupráce nejen mezi výzkumnými organizacemi a VŠ, ale také se soukromým sektorem. Znalostní ekonomika nabývá v souvislosti s očekávanou ekonomickou krizí nového rozměru. Inovativní prostředí královéhradeckého kraje reaguje a bude reagovat proaktivně. Ekonomická situace a její překážky zůstávají napětí se soukromým sektorem společnou leč. RIS specializace je tím, jak tento společný dialog a společných aktivit dosáhnout. CIRI a KIK představuje koordinátora a hybatel tohoto procesu (RIS specializace). | Kikammi onlinepoty, sociální síť, konference, veřejný, tištěná produkce, média a PR             | Newsletter, akce pro CS (iznačský, KIPy, PRIZ), sociální síť, emailing |
| VÝZKUMNÍ PRACOVNÍCI:<br>Zahraniční výzkumníci pracující v KIK                               | Zvýšení objemu odborných výzkumných kanálů v královéhradeckém kraji.<br>Zapojení informačního servisu pro cílovou skupinu.   | KRÁLOVÉHRADSKÝ KRAJ JE IDEÁLNÍ MÍSTO PRO ŽIVOT<br>VÝZKUMNÁ INFRASTRUKTURA JE V KIK NA VYSOKÉ ÚROVNI<br>JEME INDIVIDUALITY, KTERÉ SPOJUJE LÁSKA K VĚDĚ<br>DOSAHUJEME PROSPĚŠNÝCH VÝSLEDKŮ PRO BUDOUCNOST LIDSTVA.<br>ČITME SE DÍT SOUČÁSTÍ SÍTĚ SPÍCHOVÝCH VĚDCŮ<br>CIRI JE KOORDINÁTOR INOVAČNÍHO PROSTŘEDÍ KIK | Královéhradecký kraj je ideální místo pro život a mohu ho svým krajem doporučit.<br>Chci se jednou přičině o budoucnost našeho kraje a využít jeho výzkumnou infrastrukturu. RIS specializace je nástroj, jak tento společný dialog a společných aktivit dosáhnout. CIRI podporuje, vyvíjí, koordinuje a zajišťuje prostředí a podmínky vedoucí ke komplexnímu vyváženému a udržitelnému rozvoji královéhradeckého kraje.   | Micromise, reklamní onlinepoty, sociální síť, veřejný, tištěná produkce                         | Newsletter, sociální síť   |
| PRACOVNÍCI VĚRNĚ SPÍCHÁV S DOPRADE<br>NA VAVI:<br>Politici (representanti)                  | Zvýšení objemu výsledků činnosti VAVI v kraji.<br>Zvýšení objemu činnosti CIRI.  | SPOLUČNĚ ZA VAVI BUDOUCNOST NAŠEHO RODNÍHO KRAJE<br>CIRI JE KOORDINÁTOR INOVAČNÍHO PROSTŘEDÍ KIK  | CIRI a KIK podporuje, vyvíjí, koordinuje a zajišťuje prostředí a podmínky vedoucí ke komplexnímu vyváženému a udržitelnému rozvoji VAVI královéhradeckého kraje. Je třeba společně nastavit takové podmínky, aby byly pro hlavní aktéry VAVI co nejkomfortnější tím se dospělo k co nejvíce zapojení organizací, subjektů a firem v rámci RIS specializace.   | Kikammi onlinepoty, sociální síť, konference, veřejný, tištěná produkce, média a PR             | Newsletter, akce pro CS (iznačský, KIPy, PRIZ), sociální síť           |
| PRACOVNÍCI VĚRNĚ SPÍCHÁV Z OBLASTI<br>VAVI:<br>Pracovníci v oblasti tamní implementace VAVI | Zvýšení objemu výsledků činnosti VAVI v kraji.<br>Zvýšení objemu činnosti a spolupráce CIRI.   | SPOLUČNĚ ZA VAVI BUDOUCNOST NAŠEHO RODNÍHO KRAJE<br>CIRI JE KOORDINÁTOR INOVAČNÍHO PROSTŘEDÍ KIK  | CIRI a KIK podporuje, vyvíjí, koordinuje a zajišťuje prostředí a podmínky vedoucí ke komplexnímu vyváženému a udržitelnému rozvoji VAVI královéhradeckého kraje. Je třeba společně nastavit takové podmínky, aby byly pro hlavní aktéry VAVI co nejkomfortnější tím se dospělo k co nejvíce zapojení organizací, subjektů a firem v rámci RIS specializace.   | Kikammi onlinepoty, sociální síť, konference, veřejný, tištěná produkce, média a PR             | Newsletter, akce pro CS (iznačský, KIPy, PRIZ), sociální síť           |
| STUDENTI A JEICH RODIČE:<br>Studenti VŠ   | Zvýšení objemu odborných výzkumných kanálů v královéhradeckém kraji.<br>Zvýšení objemu doktorandních studií.   | NA SVŮJ RODNÝ KRAJ NEDÁM DOPUSTIT<br>SPOLUČNĚ ZA VAVI BUDOUCNOST NAŠEHO KRAJE<br>CHCI DĚVĚT SVŮJ ŽIVOT VĚDĚ A JEDNOU DOSAHUJEME PROSPĚŠNÝCH VÝSLEDKŮ PRO BUDOUCNOST LIDSTVA.<br>VĚDCI JSOU VÝZNAMNÉ INDIVIDUALITY   | Královéhradecký kraj je ideální místo pro život.<br>Chci se jednou přičině o budoucnost našeho kraje. Mým omezením je stát se nezaujatým vědcem. Věda v královéhradeckém kraji má vysoké postavení a silnou historickou kontinuitu.<br>Královéhradecký kraj je totiž mezikem v sídli Evropy. Chci tu rozjet svou kariéru a základní svou rodinu.  | Micromise, reklamní onlinepoty, sociální síť, veřejný, tištěná produkce, média a PR             | Newsletter, sociální síť   |
| STUDENTI A JEICH RODIČE:<br>Studenti vyšších odborných škol a středních škol                | Zvýšení objemu studií na místních fakultách (jedna studie pro přírodních věd a IET).   | NA SVŮJ RODNÝ KRAJ NEDÁM DOPUSTIT<br>SPOLUČNĚ ZA BUDOUCNOST NAŠEHO KRAJE<br>CHCI DĚVĚT SVŮJ ŽIVOT VĚDĚ A JEDNOU DOSAHUJEME PROSPĚŠNÝCH VÝSLEDKŮ PRO BUDOUCNOST LIDSTVA.<br>VYSOKÁ ŠKOLA PRO MĚ PŘEDSTAVUJE ŠANCI NA LEPŠÍ A SMYSLUPLNÝ ŽIVOT  | Královéhradecký kraj je ideální místo pro život a proto zde chci i studovat.<br>Chci se jednou přičině o budoucnost našeho kraje. Věda v královéhradeckém kraji má vysoké postavení a silnou historickou kontinuitu.<br>Královéhradecký kraj je totiž mezikem v sídli Evropy.   | Micromise, reklamní onlinepoty, sociální síť, veřejný, tištěná produkce, média                  | Newsletter, sociální síť   |
| STUDENTI A JEICH RODIČE:<br>Žáci základních škol a jejich rodiče                            | Zvýšení objemu studií o historii obcí v KIK.<br>Korespondenční s RIS domácnosti.   | SPOLUČNĚ ZA VAVI BUDOUCNOST NAŠEHO KRAJE<br>JEDNOU CHCI NĚCO DOKÁZAT<br>VÝZNAMNÝ JSOU VÝZNAMNÉ INDIVIDUALITY  | Královéhradecký kraj je ideální místo pro život.<br>Chci se jednou přičině o budoucnost našeho kraje. Věda v královéhradeckém kraji má vysoké postavení a silnou historickou kontinuitu.<br>Královéhradecký kraj je totiž mezikem v sídli Evropy.   | Micromise, reklamní onlinepoty, sociální síť, média, PR   | Sociální síť   |
| MANAGEMENT DECISION MAKERŮ:<br>Podnikatelé, investiční                                      | Zvýšení objemu činnosti CIRI a spolupráce s ním.<br>Zvýšení počtu spolupráce firm podnikatelů v oblasti programových aktivit.<br>Zbýrné zapojení do aktivit souvisejících s RIS a marketingem VAVI.                                      | SPOLUČNĚ ZA VAVI BUDOUCNOST NAŠEHO RODNÍHO KRAJE<br>CIRI JE KOORDINÁTOR INOVAČNÍHO PROSTŘEDÍ KIK  | CIRI podporuje, vyvíjí, koordinuje a zajišťuje prostředí a podmínky vedoucí ke komplexnímu vyváženému a udržitelnému rozvoji královéhradeckého kraje. Je třeba společně nastavit takové podmínky, aby byly pro hlavní aktéry VAVI co nejkomfortnější tím se dospělo k co nejvíce zapojení organizací, subjektů a firem v rámci RIS specializace. VAVI na 20. mezinárodní konferenci o rozvoji investic v KIK - naplnění potřeby koordinace investičních aktivit v kraji (konceptní příloha)   | Kikammi onlinepoty, sociální síť, konference, veřejný, tištěná produkce, média a PR             | Newsletter, akce pro CS (iznačský, KIPy, PRIZ), sociální síť, emailing |
| MANAGEMENT DECISION MAKERŮ:<br>Lidé v oboru   | Přesvědčení technologických trendů předních lidí do KIK.<br>Návštěva informovanosti CS o daných tématech.  | INSPIRUJTE SE OD TĚCH NEJLÉPŠÍCH VE VAŠEM OBORU   | Informujeme CS o nejnovějších trendech, úspěších, pokrocích, inspiroce.   | Kikammi onlinepoty, sociální síť, konference, veřejný, tištěná produkce, média a PR             | Akce pro CS (KIPy)   |
| MANAGEMENT DECISION MAKERŮ:<br>Spin-off, spin-out, start-up společnosti                     | Informování o výstupcích nově vznikajících spin-off, spin-out, start-up společností, případně start-up orientovaných na VAVI.<br>Informace o potenciálu spolupráce s těmito mladými společnostmi.<br>Podpora z hlediska PR a marketingu. | SPOLUČNĚ ZA VAVI BUDOUCNOST NAŠEHO RODNÍHO KRAJE<br>CIRI JE KOORDINÁTOR INOVAČNÍHO PROSTŘEDÍ KIK  | CIRI podporuje, vyvíjí, koordinuje a zajišťuje prostředí a podmínky vedoucí ke komplexnímu vyváženému a udržitelnému rozvoji královéhradeckého kraje. Je třeba společně nastavit takové podmínky, aby byly pro hlavní aktéry VAVI co nejkomfortnější tím se dospělo k co nejvíce zapojení organizací, subjektů a firem v rámci RIS specializace.  | Micromise, reklamní onlinepoty, sociální síť, konference, veřejný, tištěná produkce, média a PR | Newsletter, akce pro CS (iznačský, KIPy, PRIZ), sociální síť, emailing |
| Pracovníci v oblasti vědy a výzkumu mimo královéhradecký kraj (Českou republiku)            | Zvýšení objemu výsledků výzkumných činností realizovaných v KIK a hledání možnosti spolupráce  | VÝZKUMNÁ INFRASTRUKTURA A IZ JSOU V KIK NA VYSOKÉ ÚROVNI<br>CIRI JE KOORDINÁTOR INOVAČNÍHO PROSTŘEDÍ KIK<br>Královéhradecký kraj je ideální místo pro život   | Královéhradecký kraj je ideální místo pro život a mohu ho doporučit.<br>Dá se zde oživit potenciál jeho výzkumné infrastruktury.<br>Dostupný informační servis o VAVI v KIK, včetně vazby na kongresovou politiku.  | Micromise, reklamní onlinepoty, sociální síť, veřejný, tištěná produkce, média                  | Newsletter, sociální síť   |

## 5.4 Vlastní komunikace 2020–2022

Kapitola se věnuje implementaci strategie v čase, navrhuje přesné marketingové nástroje ve vazbě na daný finanční rozpočet, zohledňuje vymezené cílové skupiny a komunikační témata.

Harmonogram aktivit komunikační kampaně předpokládá dvě stěžejní fáze, a to startovací a realizační. Startovací se nese v duchu současných komunikačních aktivit, které jsou týmem **+inovací** vykonávány. Stěžejní, realizační, fáze bude zahájena rokem 2021, a to realizací veřejné zakázky na implementaci marketingových nástrojů vycházejících z této strategie. Tato fáze je rozdělena do 4 období.

### 5.4.1 Startovací fáze–komunikace 2020

V tomto období bude probíhat nepřetržitá aktivita na webových stránkách **+inovace**, zejména tvorba článků, informování CS o zajímavých akcích na území i mimo KHK. Plnění webu obsahem týkajícím se domén specializace. Dále se tým **+inovací** bude soustředit na zapojení co největšího počtu stakeholderů do databáze „Kompetenční mapa“. Cílové skupiny budou informovány nově také prostřednictvím tzv. newsletteru, který bude elektronicky distribuován a samozřejmě prostřednictvím sociálních sítí, které již fungují (FaceBook, LinkedIn). V této fázi bude využita spolupráce s externím copywriterem, který bude tvořit zajímavý, odborně popularizační obsah VaVal témat (především ve vazbě na domény, tedy silná odvětví kraje).

Ke zvyšování povědomí o značce **+inovace** bude docházet také prostřednictvím pořádaných setkání Rady pro výzkum, vývoj a inovace v Královéhradeckém kraji (RVVI) a díky práci developerů s VaVal organizacemi v kraji. Jako podpůrný nástroj by po tuto aktivitu měl sloužit tzv. developerský KIT (tištěný nástroj sumarizující možnosti podpory spolupráce) a tematický, adresný mailing informující o případných formách spolupráce a dotačních příležitostech.

Do konce roku proběhne řada eventů, které bude tým **+inovací** pořádat, spoluorganizovat či se jich aktivně účastnit. Z vlastních akcí zmiňme Krajské inovační platformy (KIPy), Platformu regionální inovační značky (PRIZ) či Značky sobě. Tým se zapojí do spolupořádání akcí spojených s VaVal tématikou typu Týden inovací; Týden výzkumu, vývoje a inovací v ČR; Konference o kybernetické bezpečnosti (Národní klastrová iniciativa); Cirkulární ekonomika pro veřejnou sféru; apod. V rámci aktivních příspěvků na vybraných akcích bude brand **+inovace** rovněž propagován.

Pro optimální působení značky musí rovněž platit pravidlo o vzájemné podpoře značek a marketingových aktivit, které vznikají pod hlavičkou Centra investic, rozvoje a inovací či Královéhradeckého kraje (např. destinační společnost KHK, příslušné odbory KHK, jednotlivé produkty a služby CIRI), tedy příslušné marketingové týmy by měly mezi sebou kooperovat a značky propojovat.

Rámcově budou výše uvedené aktivity pokračovat i ve fázích následujících.

### 5.4.2 Realizační fáze 2021, 2022

- **1 – 2Q 2021 - produkční fáze:**

Jedná se o komplexní přípravu kreativních a audio-vizuálních výstupů pro kampaň. Součástí tohoto období bude také příprava webové microsite (grafické i programovací služby), spuštění komunikace na sociálních sítích (s případnou podporou influencerů) a příprava doprovodných programů na první velkoformátovou konferenci a veletrhy. Dále pak zajištění tiskové produkce pro účely distribuce na velkoformátovou konferenci a veletrhy, zajištění kompletních podkladů pro mediální kampaň. Zároveň budou pořízena data pro účely průzkumu měření vnímání značky (pretest – data 2020). Současně proběhne aktivita, které byly realizovány již ve startovací fázi.

- **3 – 4Q 2021 – spuštění jednotlivých kampaní:**

V září 2021 bude uspořádána první velkoformátová konference, která zároveň odstartuje mediální kampaň v tisku (inzerce a PR články), online médiích, kinech, sociálních sítích a outdoorových plochách. Tato kampaň poběží až do konce roku 2021 a bude podpořena realizací PR strategie. Načasování mediální kampaně je zvolen efektivně z hlediska období, jelikož se nejedná o prázdninové období, kdy je obecně mediální zásah mnohem nižší. Zároveň se nejedná o období zkoušek (červen 2021), kdy vnímání nejen studentů, ale také akademické obce je zaměřené na účel zkoušek a tím je vnímání obsahu reklamního sdělení touto cílovou skupinou značně ovlivněno. Součástí tohoto období je také průběžná komunikace příspěvků na sociálních sítích, podpora influencera a účast na vybraných veletrzích. Současně poběží aktivity, které byly realizovány již ve startovací fázi.

- **1 – 2Q 2022 – postmediální fáze:**

V prvním půlroce posledního roku proběhne příprava doprovodných programů na druhou velkoformátovou konferenci a veletrhy. Dále pak zajištění tiskové produkce pro účely distribuce na velkoformátové konferenci, veletrzích. Současně poběží aktivity, které byly realizovány již ve startovací fázi.

- **3 – 4Q – závěrečná fáze:**

V září 2022 bude uspořádána druhá velkoformátová konference. V tomto období proběhne také druhá vlna účasti na veletrzích. Součástí tohoto období je také průběžná komunikace příspěvků na sociálních sítích či podpora influencera. Současně poběží aktivity, které byly realizovány již ve startovací fázi.

### 5.4.3 Harmonogram marketingových nástrojů

[illegible]



#### 5.4.4 Struktura rozpočtu s přihlédnutím k čerpání finančních prostředků za dílčí monitorovací období

[illegible]

## 5.5 Zásah cílových skupin prostřednictvím navržených marketingových nástrojů ve vazbě na požadovaná témata

[illegible]

|                         |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Reklamní online spot 10 | Reportáž z konference 1  | X | x | x | x | x | 0 | 0 | 0 | x | 0 | x | X |
| Online videoreklama     | Ideálně z prvních dvou spotů + spot 9 (silné první vteřiny) – na sociálních sítích + v busech MHD  | X | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | X |
| FB soutěž 1             | Soutěž o nejzajímavější název/téma diplomové/disertační Cena – Popularizace VaVal (kniha nebo vstupenka na veletrh).   | 0 | 0 | x | 0 | 0 | x | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| FB soutěž 2             | Jednoduchý kvíz – téma VaVal, cena lístky do vybraného vědecko-zábavního centra pro celou rodinu   | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | x | x | 0 | 0 | 0 | 0 |
| FB soutěž 3             | Soutěž o nejzajímavější název/téma semestrální /ročníkové práce. Cena – 2 vstupenky do kina v HK dle vlastního výběru.   | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | x | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| FB správa obsahu        | Kontinuální, PR domén, emoce VaVal, ambasadoři, akce, projekty – ve vazbě na komunikační plán, podpora studia v KHK, PR před a po akcích, ideální podmínky pro výzkum a život v KHK, VaVal obecně, motivace ke spolupráci mezi aktéry ve VaVal | X | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | X |
| LI – Influencer VaVal   | 3 příspěvky s odkazem na +inovace a příslušným # a PR akcí – konference, veletrhy  | X | x | x | 0 | x | x | 0 | 0 | x | x | x | X |
| Konference 1            | Akce pro širokou i odbornou veřejnost v KHK  | X | x | 0 | x | x | x | 0 | 0 | x | x | x | 0 |
| Konference 2            | Akce pro širokou i odbornou veřejnost v KHK  | X | x | 0 | x | x | x | 0 | 0 | x | x | x | 0 |
| Veletrh 1               | Akce pro širokou i odbornou veřejnost mimo KHK   | X | x | x | x | x | x | x | 0 | x | x | x | x |
| Veletrh 2               | Akce pro širokou i odbornou veřejnost mimo KHK   | X | x | x | x | x | x | x | 0 | x | x | x | x |
| Kinoreklama             | Ideálně z prvních dvou spotů   | X | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Leták 1                 | EN mutace pro zahraniční VaVal pracovníky – odkaz (včetně QR kódu) na microsite  | 0 | 0 | x | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | x |
| Leták 2                 | CZ – development KIT (práce developerů, motivace ke spolupráci, TT, TZ)  | X | x | 0 | x | x | x | 0 | 0 | x | x | x | 0 |
| Leták 3                 | CZ – Propagace RIS3 domén – podpora LZ (studijní obory)  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | x | x | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Leták 4                 | CZ – Emoce spojené s VaVal, ideální podmínky pro výzkum a život  | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Leták 5                 | CZ – HighTech – klipy fotek, best practise, ideální podmínky pro výzkum a život, motivace ke spolupráci  | x | x | 0 | x | x | x | x | 0 | x | x | x | x |

|                    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|--------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Brožura 1          | EN mutace – obecně VaVal v KHK – odkaz (včetně QR kódu) na microsite  | x | x | x | x | x | x | 0 | 0 | 0 | x | x | x |
| Brožura 2          | Domény – silná odvětví kraje včetně best practise, ideální podmínky pro výzkum a život, VaVal obecně, motivace ke spolupráci        | x | x | x | x | x | x | x | 0 | 0 | x | x | x |
| Brožura 3          | Informační brožura o možnostech spolupráce mezi VO a komerční sférou. Vazba na kompetenční mapu.                                    | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | x | x | x | 0 |
| Literatura         | Popularizace VaVal  | x | x | 0 | x | x | x | x | x | 0 | x | x | x |
| OOH – 1            | RIS3 obory – podpora LZ (forma CityLight + MHD)   | x | x | 0 | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| OOH – 2            | obecně VaVal – CityLight  | x | x | 0 | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Online banner - 1  | Emoce k VaVal + ambasadoři (prolink na microsite 1)   | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Online banner - 2  | RIS3 studijní obory (prolink na microsite 2)  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | x | x | x | 0 | 0 | 0 | 0 |
| PR články tisk 1   | TZ konference 1   | x | x | 0 | x | x | x | 0 | 0 | x | x | x | 0 |
| PR články tisk 2   | Úspěšné projekty 1, motivace ke spolupráci  | x | x | 0 | x | 0 | 0 | 0 | 0 | x | 0 | x | 0 |
| PR články tisk 3   | Úspěšné projekty 2, motivace ke spolupráci  | x | x | 0 | x | 0 | 0 | 0 | 0 | x | 0 | x | 0 |
| PR články tisk 4   | Úspěšné projekty 3, motivace ke spolupráci, zaměření na start-up, spin-off  | x | x | 0 | x | 0 | 0 | 0 | 0 | x | 0 | x | 0 |
| PR články tisk 5   | Kontaktujte naše developery, motivace ke spolupráci   | x | x | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | x | 0 | x | 0 |
| PR články tisk 6   | Emoce k VaVal (ambasadoři), případně PF 2022  | x | x | 0 | x | x | x | 0 | x | x | x | x | 0 |
| PR články online 1 | Kontaktujte naše developery, motivace ke spolupráci (prolink na microsite)  | x | x | 0 | 0 | x | 0 | 0 | 0 | x | 0 | x | 0 |
| PR články online 2 | Úspěšné projekty 1, motivace ke spolupráci (prolink na microsite)   | x | x | 0 | x | x | x | 0 | x | x | x | x | 0 |
| PR články online 3 | Úspěšné projekty 2, motivace ke spolupráci, zaměření na start-up, spin-off  | x | x | 0 | x | x | x | 0 | x | x | x | x | 0 |
| PR články online 4 | TZ konference 1   | x | x | 0 | x | x | x | 0 | 0 | x | 0 | x | 0 |
|                    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| Newsletter         | Pravidelný mailing PDF (obsah pro každou CS individuálně; obsah z kampaní SoMe; dotace, investiční příležitosti, podpůrné programy) | x | x | 0 | x | x | x | 0 | 0 | x | 0 | x | x |

|   |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Akce pro CS   | PRIZ, KIPy, Značky sobě, ...   | x | x | 0 | x | x | 0 | 0 | 0 | x | x | x | 0 |
| Správa SoMe týmem<br>SmAcc II   | Pravidelný informační servis pomocí profilů <b>+inovace</b>  | x | x | 0 | x | x | x | x | 0 | x | x | x | x |
| Distribuce letáků LZ ZŠ   |  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | x | x | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Hloubkové rozhovory   | Se stávajícími i novými stakeholdery. Poznatky z rozhovorů využity při realizaci kampaně.  | x | x | 0 | x | x | 0 | 0 | 0 | x | 0 | x | 0 |
| Spolupráce<br>s ambasadory  | Podněty k PR, osvěta domén, KIPy; propagace <b>+inovací</b> do ERA prostoru, osvěta VaVal u politického spektra  | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Ostatní aktivity týmu<br><b>+inovací</b> , vč. prezentace<br>VaVal na vybraných<br>akcích | Kariérní poradenství – akce pro kariérní poradce na základních a středních školách; veletrhy středních a vysokých škol, soutěže pro žáky základních a středních škol, dny otevřených dveří na středních a vysokých školách | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | x | x | 0 | 0 | 0 | 0 |

## 6 Návrh měření změny vnímání značky

Měření značky (pretest) proběhne během 1Q/2021. Během 1Q/2022 (bezprostředně po ukončení kampaně) proběhne měření, jehož data budou srovnávány s daty měření v rámci pretestu. Z tohoto srovnání dat vyplyne efektivita kampaně a tím pádem míra naplnění klíčových indikátorů (KPIs).

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <b>Metodika sběru dat</b>          | CAWI  |
| <b>Typologie výzkumu</b>           | Kvantitativní šetření   |
| <b>Cíl výzkumu</b>                 | Zjistit spontánní a podpořenou znalost <b>+inovace</b><br>Zjistit vztah k vědám zastoupeným na fakultách v KHK (archeologie, filozofie a společenské vědy, historické vědy, politologie, sociální práce, sociologie, informatika, ekonomika, management, cestovní ruch, pedagogika, umění, biologie, ekologie, finančníctví, matematika, fyzika, chemie, toxikologie, farmacie, lékařství, IT, biomedicína, epidemiologie, Infekční biologie, Lékařská mikrobiologie, Toxikologie, Vojenská hygiena, Vojenská chirurgie, Vojenská radiobiologie a Vojenské vnitřní lékařství.) - pouze CS1<br>Zjistit zájem o budování kariéry ve VaV (pouze CS2)<br>Zjistit vnímání CIRI (pouze vybrané CS3) |
| <b>Velikost vzorku</b>             | CS 1) 200 respondentů (studenti SŠ 15-19)<br>CS 2) 200 respondentů (studenti VŠ 20-26)<br>CS 3) 100 respondentů (odborná veřejnost ve VaVal)  |
| <b>Definice cílových skupin</b>    | CS 1) Studenti SŠ – studenti všech středních škol v Královéhradeckém kraji, které jsou zakončené státní závěrečnou maturitní zkouškou<br>CS 2) Studenti VŠ – studenti všech technicky zaměřených oborů VŠ s působností v Královéhradeckém kraji, které jsou zakončené bakalářskými nebo magisterskými závěrečnými zkouškami<br>CS 3) Odborná veřejnost ve VaV, pracovníci výzkumných organizací, výzkumní pracovníci v soukromém sektoru, vysokoškolské pracovníci, mladí vědeckí pracovníci, vedoucí pracovníci a pedagogičtí pracovníci vysokých škol, pracovníci veřejné správy v oblasti VaVal  |
| <b>Metodika výběru respondentů</b> | Kvótní výběr, kvóty na pohlaví, věk, vzdělání, region a velikost místa bydliště (reprezentativní vzorek)  |
| <b>Období sběru dat</b>            | 1Q /2021 a 1Q /2022   |

### 6.1 Obecné dotazy pro všechny cílové skupiny

- sociologická data (věk, vzdělání, pohlaví, velikost bydliště, zaměstnání)
- znalost CIRI, **+inovace**
- vztah k KHK
- asociace KHK a VaVal
- zaznamenání nějaké kampaně ve vztahu k inovacím (VaVal), její hodnocení

### 6.2 Otázky relevantní pro jednotlivé cílové skupiny

CS 1) 200respondentů (studenti SŠ 15-19)

- zájem o studium na VŠ, jaký obor, proč (proč ne)
- zájem o studium v KHK proč ano/ne
- chuť realizovat se ve VaVal

CS 2) 200respondentů (studenti VŠ 20-26)

- proč si vybrali daný obor (co je nejvíce ovlivnilo)
- vztah k VaV, zájem realizovat se ve VaVal
- proč studují v KHK

CS 3) 100 respondentů (odborná veřejnost ve VaVal)

- jaké formy podpory VaVal znají
- podporuje KHK VaVal dostatečně?
- vnímají podporu ze strany CIRI a **+inovací**?
- potřebná podpora (co chybí vědcům a výzkumníkům v kraji)



## 7 Zdroje informací

Agentura pro podnikání a inovace ([www.agentura-api.org](http://www.agentura-api.org))  
Asociace inovačního podnikání ČR ([www.aipcr.cz](http://www.aipcr.cz))  
Centrum inovací a podnikání Trutnov ([www.ciptu.cz](http://www.ciptu.cz))  
Centrum investic, rozvoje a inovací (CIRI) ([www.cirihk.cz](http://www.cirihk.cz))  
Centrum pro přenos poznatků a technologií UK ([www.cppt.cuni.cz](http://www.cppt.cuni.cz))  
Centrum textilních technologií a vzdělávání ([www.inotex.cz](http://www.inotex.cz))  
Centrum transferu biomedicínských technologií ([www.fnhk.cz/ctbt](http://www.fnhk.cz/ctbt))  
CZECH STONE CLUSTER ([www.czechstonecluster.eu](http://www.czechstonecluster.eu))  
CzechInvest ([www.czechinvest.org](http://www.czechinvest.org))  
Český statistický ústav ([www.czso.cz](http://www.czso.cz))  
Fakultní nemocnice HK ([www.fnhk.cz](http://www.fnhk.cz))  
Karlova univerzita ([www.cuni.cz](http://www.cuni.cz))  
Klastr výrobců obalů, družstvo (OMNIPACK) ([www.klastromnipack.cz](http://www.klastromnipack.cz))  
Krajská hospodářská komora Královéhradeckého kraje ([www.komora-khk.cz](http://www.komora-khk.cz))  
Krajská příloha k Národní RIS 3 strategii za Královéhradecký kraj 2018–2022  
(<https://www.proinovace.cz/cs/ris3>)  
Královéhradecký kraj ([www.kr-kralovehradecky.cz](http://www.kr-kralovehradecky.cz))  
Marketingová strategie a komunikační plán RIZ KHK  
([https://www.proinovace.cz/file/edee/prilohy/khk-vavai\\_-marketingova-strategie\\_v5\\_rvvi.pdf](https://www.proinovace.cz/file/edee/prilohy/khk-vavai_-marketingova-strategie_v5_rvvi.pdf))  
Mikrobiologický ústav ([www.mbucas.cz](http://www.mbucas.cz))  
Ovocnářská unie České republiky ([www.ovocnarska-unie.cz](http://www.ovocnarska-unie.cz))  
Státní ústav radiační ochrany ([www.suro.cz](http://www.suro.cz))  
Statutární město Hradec Králové ([www.hradeckralove.org](http://www.hradeckralove.org))  
Svaz průmyslu a dopravy ČR ([www.spcr.cz](http://www.spcr.cz))  
Technologické centrum Hradec Králové ([www.tchk.cz](http://www.tchk.cz))  
Technologický klastr ([www.technologickyklastr.cz](http://www.technologickyklastr.cz))  
Univerzita Hradec Králové ([www.uhk.cz](http://www.uhk.cz))  
Univerzita obrany ([www.unob.cz](http://www.unob.cz))  
Výzkumný a šlechtitelský ústav ovocnářský Holovousy s.r.o. ([www.vsuco.cz](http://www.vsuco.cz))  
Výzkumný ústav lesního hospodářství a myslivosti ([www.vulhm.cz](http://www.vulhm.cz))  
Výzkumný ústav živočišné výroby ([www.vuzv.cz](http://www.vuzv.cz))  
Wikipedie (cs.wikipedia.org) ([https://cs.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%AD\\_strana](https://cs.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%AD_strana))

## 8 Seznam zkratek

|         |  |
|---------|--|
| a.s.    | Akciová společnost   |
| AIP ČR  | Asociace inovačního podnikání České republiky  |
| API     | Agentura pro podnikání a inovace   |
| AV ČR   | Akademie věd České republiky   |
| B2C     | Bussiness to Customer  |
| CAWI    | Computer Assisted Web Interviewing (internetový průzkum)                             |
| CIRI    | Centrum investic, rozvoje a inovací  |
| CPC     | Cost-per-click, cena za proklik  |
| CPM     | Cena za tisíc zobrazení  |
| CPPT UK | Centrum pro přenos poznatků a technologií Univerzity Karlovy                         |
| CS      | Cílová skupina   |
| CTBT    | Centrum transferu biomedicínských technologií  |
| CZ-NACE | Klasifikaci ekonomických činností  |
| ČR      | Česká republika  |
| ČSU     | Český statistický úřad   |
| EU      | Evropská unie  |
| FIM     | Fakulta informatiky a managementu  |
| HDP     | Hrubý domácí produkt   |
| HK      | Hradec Králové   |
| ICT     | Informační a komunikační technologie   |
| IT      | Informační technologie   |
| ITI     | Strategie integrované územní investice Hradecko – pardubické aglomerace<br>2014–2020 |
| KHK     | Královéhradecký kraj   |
| KPIs    | Klíčové ukazatele výkonu strategie – key performance indicators                      |
| MIS     | Management Information System, Manažerský informační systém                          |
| NCA     | Národní klastrová asociace   |
| OOH     | Out Of Home (venkovní reklama)   |
| PNP     | Památník národního písemnictví   |

|              |   |
|--------------|---|
| PR           | Public relations  |
| PRIZ         | Platforma Regionální Inovační Značky                                |
| RIS          | Regionální inovační strategie                                       |
| RIS3         | Smart specialisation strategy – Strategie inteligentní specializace |
| RVVI         | Rada pro výzkum, vývoj a inovace Královéhradeckého kraje            |
| s.p.         | Státní podnik   |
| s.r.o.       | Společnost s ručením omezeným                                       |
| S3 platforma | Platforma inteligentní specializace                                 |
| SIP          | Strategie investičních příležitostí                                 |
| SOME         | Sociální média  |
| SRK          | Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje                           |
| SRK21+       | Strategie rozvoje Královéhradeckého kraje 2021+                     |
| SŠ           | Střední škola   |
| SVK HK       | Státní vědecká knihovna Hradec Králové                              |
| SWOT         | Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb            |
| TAČR         | Technologická agentura České republiky                              |
| TCHK         | Technologické centrum Hradec Králové                                |
| UHK          | Univerzita Hradec Králové   |
| UK           | Univerzita Karlova  |
| v.v.i.       | Veřejná výzkumná instituce  |
| VaV          | Věda a výzkum   |
| VaVal        | Výzkum, experimentálního vývoj a inovace                            |
| VIP          | Very important people   |
| VO           | Výzkumná organizace   |
| VOŠ          | Vyšší odborná škola   |
| VŠ           | Vysoká škola  |
| VVI          | Věda, výzkum, inovace   |
| z.s.         | Zapsaný spolek  |
| ZŠ           | Základní škola  |