



Vlajkový projekt
Lepší image
Olomouckého kraje

Akční plán realizace

Obsah

Poslání, očekávané přínosy a kontext projektu.....	3
Cíle projektu	4
Přehled konkrétních aktivit	5
1 Nastavení funkčních procesů a jednotné komunikace pro zlepšení image kraje ...	5
2 Nastavení systematického a průběžného oslovování a zapojování aktivních obyvatel do krajských rozvojových témat a projektů.....	8
3 Lákání talentů, investic a pracovní síly do kraje, snížení míry migrace z kraje	11
4 Zvýšit atraktivitu kraje v očích návštěvníků a návštěvnost kraje	15
Prioritizace cílů a aktivit.....	16
Harmonogram realizace klíčových aktivit	18

Poslání, očekávané přínosy a kontext projektu

Smyslem projektu je propojit klíčové aktéry v regionu a započít dlouhodobou spolupráci na zlepšení image Olomouckého kraje.

V kraji působí desítky či stovky organizací, institucí a lidí, kteří nějakým způsobem ovlivňují image kraje, nebo jsou image kraje ovlivněni ve své práci či běžném životě. Image je jedním z důležitých faktorů při vnímání a rozhodování na nejvyšší politické i běžné každodenní úrovni. Faktorů ovlivňujících image je přitom nespočet. Spolupráce má proto poskládat jednotlivé větší i menší dílky a spojit je do jednoho silnějšího proudu.

Projekt usiluje o nastavení výchozích klíčových témat a parametrů změny image či práce s image kraje.

Cílem projektu je zajistit systematickou spolupráci v oblasti spoluvytváření a řízení brandu regionu a zlepšování image u vybraných cílových skupin a zvýšení sounáležitosti občanů s krajem.

Akční plán nastavuje cíle v oblasti společného řešení image kraje i jednotlivé aktivity vedoucí jejich naplnění. Definuje změnu i garanty jednotlivých cílů a témat v krátkodobém či střednědobém horizontu.

Klíčovými partnery projektu jsou:

- Olomoucký kraj
 - o Odbor kancelář hejtmána – oddělení cestovního ruchu a vnějších vztahů
 - o Odbor strategického rozvoje kraje
 - o Odbor sportu, kultury a památkové péče
 - o Odbor kancelář ředitele
- Město Olomouc, město Přerov, město Prostějov, město Šumperk, město Jeseník
- Univerzita Palackého v Olomouci
- Krajská hospodářská komora
- Inovační centrum Olomouckého kraje
- a další partneři

Nositelem projektu je Olomoucký kraj, externím zpracovatelem společnost BeePartner. Projekt vznikl konzultacemi nositele a zpracovatele s využitím strukturovaných rozhovorů s partnery v území a na základě společného workshopu s partnery (8.10. 2021) v období červenec – říjen 2021.

Cíle projektu

Projekt má více cílů, které budou vyžadovat rozdílný přístup k řízení a koordinaci, rozdílné nástroje realizace a vlastní ukazatele úspěchu. Všechny cíle by měly sloužit ke společné vizi, kterou je:

...spolupracovat na koncepčním řízení image kraje společně s partnery z veřejného, soukromého a akademického sektoru.

...zvýšovat spokojenost obyvatel s životem v kraji a jejich sounáležitost s krajem, snížit míru migrace z kraje

...lákat do kraje návštěvníky, talenty, investice, pracovní síly

Cíl 1 Nastavení funkčních procesů a jednotné komunikace pro zlepšení image kraje

Cíl 2 Systematické a průběžné oslovování a zapojování aktivních obyvatel do krajských rozvojových témat a projektů

Cíl 3 Lákání talentů, investic a pracovní síly do kraje

Cíl 4 Zvýšit atraktivitu kraje v očích návštěvníků a návštěvnost kraje

Cíl 1 Nastavení funkčních procesů a jednotné komunikace pro zlepšení image kraje		
Klíčové potřeby / problémy	Řešení	Partneři / Zdroje
<ul style="list-style-type: none"> • zlepšení vnímání kraje u obyvatel kraje, občanů ČR a vybraných cílových skupin • vnímání kraje mimo ČR • atraktivita kraje pro návštěvníky • změna vnímání zaběhaných stereotypů a klíše u obyvatel ČR mimo Olomoucký kraj 	<ul style="list-style-type: none"> • vytvoření platformy partnerů pro lepší image kraje • vytvoření institucionálního zázemí pro přípravu a realizaci marketingových kampaní • vytvoření sdílené identity kraje a společných prvků placebrandingu • řízení placebrandingu a marketingových kampaní 	<p><i>partneři:</i> stakeholdeři v regionu – velká města, univerzita, destinační management, Krajská hospodářská komora, Inovační centrum Olomouckého kraje a případně další</p> <p><i>zdroje:</i> rozpočet kraje a partnerů</p>
Cíl 2 Nastavení systematického a průběžného oslovování a zapojování aktivních obyvatel do krajských rozvojových témat a projektů		
Klíčové potřeby / problémy	Řešení	Partneři / Zdroje
<ul style="list-style-type: none"> • nízká míra participace při přípravě a realizaci rozvojových plánů a projektů kraje, měst a obcí • nízká sounáležitost lidí s krajem • různá míra informovanosti o rozvojových aktivitách kraje, měst a obcí 	<ul style="list-style-type: none"> • dlouhodobá podpora komunikace a participace na úrovni měst a obcí (např. dotační program kraje) • aktivní komunikace a participace krajských rozvojových plánů, projektů a aktivit • platforma pro sdílení dobré praxe v participaci na úrovni kraje a obcí 	<p><i>partneři:</i> Olomoucký kraj, obce, nositelé strategických projektů</p> <p><i>zdroje:</i> krajský rozpočet, vlastní zdroje nositelů projektů, evropské zdroje (OPZ+) – nutno ověřit</p>
Cíl 3 Lákání talentů, investic a pracovní síly do kraje		
<ul style="list-style-type: none"> • Odliv obyvatel v produktivním věku • Odliv vysokoškoláků vzápětí po ukončení studia • Vnímání kraje spíše jako zemědělského • Nedostatek atraktivních pracovních míst • Odliv absolventů středních škol, kteří odcházejí studovat vysokou školu do jiného kraje a po studiu se již nevrací 	<ul style="list-style-type: none"> • Změna image kraje • Větší podpora podnikatelských projektů a inovací • Přilákání nových investorů • Realizace projektů na podporu podnikavého myšlení 	<p><i>partneři:</i> stakeholdeři v regionu – velká města, univerzita, Krajská hospodářská komora, Inovační centrum Olomouckého kraje, podnikatelská sféra</p> <p><i>zdroje:</i> rozpočet kraje a partnerů</p>
Cíl 4 Zvýšit atraktivitu kraje v očích návštěvníků a návštěvnost kraje		
- viz Program cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2021-2027		



Přehled konkrétních aktivit

1 Nastavení funkčních procesů a jednotné komunikace pro zlepšení image kraje

Popis cíle

Propojení klíčových hráčů a partnerů, vytvoření zázemí pro společný marketing kraje, sdílené identity a placebrandingu a marketingové strategie umožní sjednotit a zesílit komunikaci navenek kraje nebo k vybraným cílovým skupinám tak, aby lidé vnímali silné stránky kraje, znali značku a uměli si s ní asociovat požadované atributy. Posílí tak pozice kraje nejen u obyvatel, ale také v očích politiků nebo stakeholderů či jiných vybraných skupin dle zaměření komunikace a kampaní. Umožní to také zatraktivnit kraj v očích potenciálních návštěvníků.

Podmínky potřebné pro naplnění cíle

- motivovat klíčové hráče v regionu k dlouhodobé spolupráci a hledání shody na společné komunikaci (vytvoření identity, společných prvků pro placebranding, kampaní) a rozšiřovat platformu o nové partnery
- vyčlenit nebo získat zdroje a kapacity (i odborné) na vytvoření zázemí a provoz společné organizace zodpovědné za marketing a komunikaci kraje
- vytipovat a vtahovat do hry (ideálně místní) experty na marketing a komunikaci za účelem nastavení a realizace placebrandingu a marketingových kampaní
- sledovat a průběžně vyhodnocovat kampaně a komunikační aktivity

Klíčové aktivity a projekty

- 1.1. Regionální partnerství pro lepší image kraje
- 1.2. Sdílená identita kraje a placebranding
- 1.3. Task Force pro lepší image kraje
- 1.4. Marketingová strategie kraje

Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)

- aktivní pravidelná účast min. 20 stakeholderů
- existence sdílené identity
- existence společných prvků pro placebranding
- zprovoznění Task Force / organizace
- existence marketingové strategie
- min. 10 subjektů a 5 externích expertů zapojených do tvorby marketingové strategie

Název aktivity / projektu	1.1 Regionální partnerství pro lepší image kraje
Jak naplňuje cíl	Ustálení platformy stakeholderů, která se bude pravidelně setkávat a mít vliv na rozhodnutí v plánování aktivit podporující image kraje, deklarovat společné zájmy, hledat synergie, minimalizovat nahodilosti a nejednotnost komunikace a aktivit.
Garance a odpovědnost	Olomoucký kraj
Konkrétní činnosti pro naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none"> - Vytvoření, facilitace a aktivní udržování (případně rozšiřování) platformy stakeholderů za účelem společného place branding a řízení image. - Shoda na společných cílech, aktuálních potřebách, či problémech - Koordinace společných aktivit – harmonogram, aktivity, zdroje, oslovení cílových skupin v čase, sdílení informací o plánovaných aktivitách. - Sdílení úspěšných příkladů dobré praxe a inspirace odjinud.
Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	Min. 2x setkání ročně (Pozvánka, zápis, prezentace, záznam)
Zdroje financování	Vlastní zdroje zapojených partnerů

Název aktivity / projektu	1.2 Sdílená identita kraje a placebranding
Podrobnější popis	Prostřednictvím moderovaných workshopů se stakeholdery definovat společnou identitu kraje (kdo kraj je, jak o něm mluvím, jak chci, aby jej vnímali ostatní) a prvky pro společný placebranding. Obojí bude podkladem pro zpracování marketingové strategie a realizaci kampaní a komunikačních aktivit.
Garance a odpovědnost	Olomoucký kraj / externí partneři
Konkrétní činnosti pro naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none"> - zpracování analytických podkladů (např. průzkum veřejného vnímání spokojenosti s životem v kraji, analýza asociací značky OK pro obyvatele kraj/mimo kraj apod.) - definovat identitu kraje - definovat společné prvky pro placebranding
Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	3x workshop za účasti stakeholderů sdílená identita sdílené definované prvky pro placebranding
Zdroje financování	Vlastní zdroje zapojených partnerů

Název aktivity / projektu	1.3 Task Force pro lepší image kraje
Podrobnější popis	Vytvoření funkčního a institucionalizovaného zázemí pro brand management a placebranding = vytvoření profesionálního týmu, vedeného silným leadershipem v oblasti PR, marketingu a komunikace, společně s dalšími experty a vykonavateli úkolů a zadání, které vzejdou z doporučení Regionálního partnerství
Garance a odpovědnost	Olomoucký kraj / externí partneři
Konkrétní činnosti pro naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none"> - Vytvoření stabilního zázemí (lidi, zdroje, kapacity, prostory) pro realizaci řešení - Vytvoření jednotného kompetentního týmu, který je připraven vykonávat úkoly - Shromažďování dat, analýz a průzkumů - Vytvoření marketingové strategie - Tvorba a realizace marketingových kampaní - sledování vývoje vybraných ukazatelů (% znalost kraje a jeho atributů, návštěvnost kraje, spokojenost obyvatel s životem v kraji apod.)
Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	funkční organizace
Zdroje financování	Vlastní zdroje zapojených partnerů

Název aktivity / projektu	1.4 Marketingová strategie
Podrobnější popis	Na základě získaných vstupů a zadání od stakeholderů a za účasti a přispění místních expertů vznikne marketingová strategie a její akční plán. Nastaví se tak dlouhodobá koncepce společného marketingu a vznikne základ pro realizaci marketingových kampaní.
Garance a odpovědnost	Task Force pro lepší image kraje
Konkrétní činnosti pro naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none"> - vznik marketingové strategie (se zapojením stakeholderů i odborníků) - nastavení vize, cílů, marketingových aktivit a kampaní
Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	sdílená vize marketingová strategie a akční plán
Zdroje financování	Vlastní zdroje zapojených partnerů



2 Nastavení systematického a průběžného oslovování a zapojování aktivních obyvatel do krajských rozvojových témat a projektů

Popis cíle

Systematická, průběžná a dlouhodobá otevřená a transparentní komunikace rozvojových plánů, projektů a aktivit a zapojování veřejnosti do jejich tvorby a realizace přispěje k vyššímu uvědomění o rozvoji kraje, ke zvýšení spokojenosti s prací politiků a veřejné správy a současně i s větší akceptací při realizaci rozvojových projektů a aktivit. Umožní také srozumitelnou a atraktivní formou komunikovat fakta a data o stávajícím stavu, vývoji a trendech rozvoje kraje.

Podmínky potřebné pro naplnění cíle

- shoda na potřebě dlouhodobé komunikace a participace na úrovni vedení kraje a úřadu
- kapacity, lidské a finanční zdroje na podporu otevřené komunikace a participativního přístupu v plánování rozvoje kraje
- zdroje na podporu komunikace a participace měst a obcí v kraji

Klíčové aktivity a projekty

2.1 Komunikace a participace rozvoje kraje

2.2 Program podpory participace měst a obcí

2.3 Platforma dobré praxe v participaci municipalit

Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)

- existence plánu komunikace a participace rozvoje kraje
- existence funkčních dlouhodobých nástrojů pro participaci rozvoje kraje
- min. 20 měst a obcí využívajících podporu na participaci / rok
- min. 10 měst a obcí s nastavenými dlouhodobými cíli a nástroji pro participaci svého rozvoje / rok
- min. 10 zástupců subjektů pravidelně se účastnících platformy dobré praxe v participaci / rok (případně dlouhodobý cíl, např. min. 50 zástupců subjektů jako součást platformy)

Název aktivity / projektu	2.1 Komunikace a participace rozvoje kraje
Jak naplňuje cíl	Dlouhodobá koncepční komunikace a participace rozvojových plánů, projektů a aktivit Olomouckého kraje bude posilovat otevřenou komunikaci vedení kraje a úřadu směrem k občanům, zvyšovat podíl lidí aktivně se zajímajících o rozvoj kraje a aktivně se do rozvojových aktivit zapojujících. To povede k vyšší spokojenosti s rolí kraje a potenciálně také k vyšší sounáležitosti s životem v kraji.
Garance a odpovědnost	Olomoucký kraj
Konkrétní činnosti pro naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none"> - vytvoření plánu komunikace a participace - vytvoření nástrojů pro otevřenou komunikaci a participaci - zajištění lidských a finančních zdrojů a kapacit a nastavení procesů uvnitř krajského úřadu pro dlouhodobou realizaci komunikace a participace (v opoře o externí partnery) - vytipovávání projektů vhodných ke komunikaci - sběr a srozumitelná prezentace faktů a dat o rozvoji kraje - vytipovávání min. 3 projektů/aktivit ročně vhodných k participaci - vytipovávání participativní přípravy koncepčních dokumentů - transparentní a atraktivní komunikace rozvojových projektů kraje - průběžná realizace participačních aktivit (na míru, unikátních dle specifik plánů, projektů) - propojování externích partnerů / nositelů projektů s cílem získávat data a podněty pro komunikaci a participaci
Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	<p>plán komunikace a participace kraje</p> <p>existence funkčních nástrojů pro komunikaci a participaci (web, dashboard, aktivní nástroje – např. soc. sítě, newslettering apod.)</p> <p>Příprava/realizace min. 3 projektů se zapojením veřejnosti/cílových skupin</p> <p>min. 1000 získaných podnětů rok (může být nastaveno s ohledem na vybrané aktivity/projekty pro participaci)</p> <p>funkční platforma partnerů pro komunikaci a participaci</p>
Zdroje financování	<p>Vlastní zdroje</p> <p>případně zdroje zapojených partnerů</p> <p>evropské zdroje OPZ+ (nutno ověřit)</p>



Název aktivity / projektu	2.2 Program podpory participace měst a obcí
Jak naplňuje cíl	Podporou participace na úrovni měst a obcí Olomouckého kraje bude dosaženo větší aktivit měst a obcí v komunikaci a participaci směrem k občanům, což zvýší spokojenost obyvatel s fungováním samosprávy a posílí nebo zvýší sounáležitost občanů měst a obcí
Garance a odpovědnost	Olomoucký kraj
Konkrétní činnosti pro naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none"> - oslovení vybraných měst a obcí a zjištění zájmu o program na podporu komunikace a participace - alokace zdrojů na vznik programu podpory komunikace a participace měst a obcí - specifikace podmínek programu a podpory - motivace měst a obcí k využití alokovaných zdrojů - spuštění programu podpory - podpora vybraných měst a obcí
Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	<ul style="list-style-type: none"> - počet subjektů zapojených do programu podpory - počet získaných podnětů v rámci participačních aktivit podpořených měst a obcí
Zdroje financování	Vlastní zdroje Národní zdroje – nutno ověřit

Název aktivity / projektu	2.3 Platforma dobré praxe v participaci municipalit
Jak naplňuje cíl	Kraj jako aktivní lídr komunikace a participace rozvojových aktivit a díky cílené podpoře participativního přístupu v městech a obcích vytvoří podmínky pro sdílení dobré praxe v komunikaci a participaci. Tím nejen posílí svou pozici, ale umožní další šíření participativního přístupu v městech a obcích a dlouhodobě tak bude zvyšovat spokojenost obyvatel kraje (měst a obcí) a jejich sounáležitost.
Garance a odpovědnost	Olomoucký kraj
Konkrétní činnosti pro naplnění cíle	<ul style="list-style-type: none"> - oslovení a propojení vybraných subjektů (municipalit) s podobným přístupem nebo chutí k participaci rozvojových aktivit a projektů - vytvoření platformy (interní, případně i externí – např. web – s cílem sdílet dobrou praxi a inspiraci, dělat věci lépe a rozšiřovat potenciální okruh zájemců
Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	<ul style="list-style-type: none"> - počet subjektů zapojených do platformy - počet příkladů sdílené dobré praxe
Zdroje financování	Vlastní zdroje



3 Lákání talentů, investic a pracovní síly do kraje, snížení míry migrace z kraje

Výchozí stav

Olomoucký kraj byl v roce 2018 na třetím místě ve srovnání krajů podle úbytku počtu obyvatel, úbytek je znatelný zejména u lidí v produktivním věku (15-64 let), aktuálně cca 400 000 a počet dále klesá. Z výzkumu UPOL vyplývá, že 64 % absolventů z jiného, než Olomouckého kraje a 59 % absolventů kraj po ukončení studia opustí. Absolventi, kteří v kraji zůstanou, tak učiní kvůli rodinnému zázemí a množství volnočasových aktivit a kulturního vyžití. Pouze 1,5 % zůstalo díky dostatečnému finančnímu ohodnocení v zaměstnání. Navzdory tomu se zvyšuje ekonomická výkonnost a ekonomika v kraji roste v posledních pěti letech rychleji, než v průměru v celé ČR a jiných krajích. Razantně také roste město Olomouc. Z výzkumu společnosti BermanGroup dále vyplývá, že řadu podniků limituje nedostatek místa k růstu a roste počet pracovníků zaměstnaných ve výzkumu a vývoji.

Popis cíle

Zlepšit vnímání kraje jako místa vhodného pro podnikání a práci, nejen pro kulturní vyžití a volný čas, což souvisí s cílem 1., se zaměřením na ekonomicky aktivní obyvatelstvo, podnikatele a potencionální investory. Je nutné více posílit propojení akademické sféry s podnikatelským sektorem a také ve větší míře dostat do povědomí obyvatel kraje, ale i ČR, příklady konkrétních úspěšných firem, podnikatelů či výzkumných projektů. Spolu s podporou malých a středních podnikatelů a podnikavosti obecně tak potenciálně vznikne více možnosti uplatnit se v rámci kraje, což povede ke snížení úbytku obyvatel.

Podmínky potřebné pro naplnění cíle

- Ochota kraje dlouhodobě a strategicky spolupracovat s podnikatelským sektorem
- Nastavit podporu podnikání a podnikavosti jako prioritu
- Větší zapojení UPOL, ale i dalších škol v kraji do inovační infrastruktury kraje
- Vytipování lokalit vhodných pro další rozvoj podnikání
- Rozšíření portfolia aktivit Inovačního centra Olomouckého kraje
- Stát se aktivním hráčem / členem v rámci podnikatelské komunity v kraji

Klíčové aktivity a projekty

- 3.1 Vytvoření aktivní podnikatelské komunity v rámci kraje, práce s ní a péče o ni (viz např. Startup community MSK) – kraj jako community manažer
- 3.2 Propagace úspěšných podnikatelských či výzkumných úspěchů i konkrétních lidí
- 3.3 Přímá podpora začínajících podnikatelů, pomocí vlastních dotačních titulů
- 3.4 Cílená soutěž / hackaton zaměřený na podnikatelské či neziskové projekty, řešící aktuální problémy kraje (ne pouze IT)
- 3.5 Program pro zapojování studentů do podnikatelské reality – Navázání přímé spolupráce mezi UPOL a Inovačním centrem (jako např. Business Gate Academy Karviná)
- 3.6 Podpora podnikavosti na všech typech škol
- 3.7 Vytvoření nabídky konkrétních lokalit, (nejen brownfieldů) pro další rozvoj podnikatelských aktivit či pro investory

Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)

- Vznik podnikatelské komunity
- Pravidelné setkání komunity min. 4x ročně
- Existence vlastního dotačního programu pro začínající podnikatele



- Existence programu pro větší zapojování studentů do praxe
- Uspořádání soutěže / hackatonu min. 1x ročně
- Minimálně jeden event / cyklus eventů za rok na podporu podnikavosti na školách zřizovaných krajem
- Funkční webová prezentace s nabídkou konkrétních lokalit k rozvoji podnikání

Název aktivity / projektu	3.1 Aktivní podnikatelská komunita
Podrobnější popis	Vytvoření aktivní podnikatelské komunity v rámci kraje, práce s ní a péče o ni.
Garance a odpovědnost	ICOK / Olomoucký kraj
Cíle	<ul style="list-style-type: none"> - Pravidelná výměna informací mezi všemi organizacemi podporující podnikání v kraji na jednom místě, fyzicky - Neformální networking podnikatelů - Vznik platformy pro komunikaci kraje s podnikatelským sektorem - Lepší zapojení podnikatelského sektoru do řešení konkrétních problémů kraje
Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	Min. 4x setkání ročně (Pozvánka, zápis, prezentace, záznam)
Zdroje financování	Vlastní zdroje / externí partneři

Název aktivity / projektu	3.2 Propagace úspěšných podnikatelských příběhů
Podrobnější popis	Vytvoření online i offline prezentace úspěšných podnikatelských příběhů či aplikovaných vědeckých úspěchů s národním a nadnárodním přesahem.
Garance a odpovědnost	ICOK / Olomoucký kraj
Cíle	<ul style="list-style-type: none"> - Budování image kraje jako místa vhodného pro podnikání a inovace s přesahem - Větší motivace obyvatel k podnikání / snížení odlivu obyvatel - Zvýšení atraktivity kraje pro talenty a investory
Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	Vytvoření online i off-line prezentace a její pravidelná aktualizace minimálně na roční bázi
Zdroje financování	Vlastní zdroje

Název aktivity / projektu	3.3 Přímá podpora začínajících podnikatelů
Podrobnější popis	Vytvoření vlastního systému podnikatelských voucherů pro začínající podnikatele a startupy ve fázi realizace nápadu.
Garance a odpovědnost	ICOK / Olomoucký kraj
Cíle	<ul style="list-style-type: none"> - Větší motivace obyvatel k podnikání - Snížení odlivu obyvatel - Budování živé startupové scény - Vznik nových pracovních míst



Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	Existující metodika výběru a hodnocení projektů, min. 20 podpořených subjektů ročně
Zdroje financování	Vlastní zdroje / externí partneři

Název aktivity / projektu	3.4 Cílená soutěž / hackaton
Podrobnější popis	Cílená soutěž / hackaton zaměřený na podnikatelské či neziskové projekty a nápady, řešící aktuální problémy kraje (ne pouze IT).
Garance a odpovědnost	ICOK / Olomoucký kraj
Cíle	<ul style="list-style-type: none"> - Větší motivace obyvatel k podnikání - Snížení odlivu obyvatel - Budování živé startupové scény - Nalezení relevantních řešení problémů uvnitř kraje - Užší vazba kraje a podnikatelské scény - PR a image
Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	Uspořádání min. 1 soutěže ročně (min 30 přihlášených relevantních projektů)
Zdroje financování	Vlastní zdroje / externí partneři

Název aktivity / projektu	3.5 Program pro zapojování studentů do podnikatelské reality
Podrobnější popis	Navázání přímé spolupráce mezi UPOL a Inovačním centrem, kdy sestavené týmy studentů pracují na reálných zadáních firem z kraje po dobu jednoho semestru.
Garance a odpovědnost	UPOL / ICOK
Cíle	<ul style="list-style-type: none"> - Snížení odlivu studentů po dokončení studia - Lepší uplatnitelnost studentů na trhu práce - Zlepšení provazby akademické sféry s podnikatelskou (možná aplikace vědy a výzkumu do praxe) - Zvýšení atraktivity kraje pro studenty z jiných částí ČR
Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	Min. 20 zapojených studentů a 4 podnikatelské subjekty za semestr
Zdroje financování	Vlastní zdroje / UPOL / externí partneři

Název aktivity / projektu	3.6 Podpora podnikavosti na všech typech škol
Podrobnější popis	Uspořádání besedy s místními podnikateli nebo jednodenní event typu „startupweekend“ či „design sprint“ pro každou školu nebo hromadně. (ideálně, ale ne nutně, ve spolupráci se studenty a subjekty z bodu 2.5)
Garance a odpovědnost	Olomoucký kraj / ICOK
Cíle	<ul style="list-style-type: none"> - Větší motivace k podnikání - Identifikace talentů - Snížení odlivu studentů po dokončení studia



Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	Min. 50 % zapojených vzdělávacích institucí, pozitivní zpětná vazba žáků a studentů
Zdroje financování	Vlastní zdroje / externí partneři

Název aktivity / projektu	3.7 Nabídka lokalit vhodných k podnikání
Podrobnější popis	Vytvoření nabídky konkrétních lokalit, (nejen brownfieldů) pro další rozvoj podnikatelských aktivit, či pro investory formou webové aplikace. Alternativně vytvoření krajské agentury, která má za úkol vyhledávat opuštěné areály, budovy či brownfieldy a napomáhat nalezení jejich nového využití. Po dohodě s majitelem ne nutně za tržní cenu pro začínající startupy či podnikatele ve spolupráci s ICOK
Garance a odpovědnost	Olomoucký kraj, CzechInvest
Cíle	<ul style="list-style-type: none"> - Větší motivace k rozšíření podnikatelských činností stávajících podniků v kraji - Přilákání nových podnikatelských subjektů či investorů - Nová pracovní místa
Objektivně měřitelné ukazatele (vč. zdroje k ověření)	Vznik webové aplikace / založení agentury, min. 100 propojení ročně.
Zdroje financování	Vlastní zdroje



4 Zvýšit atraktivitu kraje v očích návštěvníků a návštěvnost kraje

Tento cíl i téma cestovního jsou podrobně rozpracovány v Programu cestovního ruchu OK na období 2021-2027 a dalších koncepčních dokumentech, které jsou v kompetenci jednoho z partnerů vlajkového projektu, Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje.

Prioritizace cílů a aktivit

Prioritizaci navržených cílů a aktivit provedli účastníci inspirativního workshopu k vlajkovému projektu Lepší image Olomouckého kraje, který proběhl 8. 10. 2021 v Olomouci za účasti 25 sezených partnerů.

	počet bodů	% ze 100 %
1 Funkční procesy a jednotná komunikace	56	32
1.1 Regionální partnerství pro image	17	24
1.2 Sdílená identita a placebranding	6	9
1.3 Task force pro lepší image	16	23
1.4 Marketingová strategie	31	44
2 Oslovování a zapojování lidí do rozvojových témat a projektů	39	22
2.1 Komunikace a participace kraje	14	20
2.2 Program podpory participace měst a obcí	27	39
2.3 Platforma dobré praxe participace muncpalit	28	41
3 Lákání talentů, investic a pracovní síly	64	36
3.1 Aktivní podnikatelská komunita	16	23
3.2 Propagace podnikatelských a VaV výsledků	23	33
3.3 Podpora začínajících podnikatelů	8	12
3.4 Soutěže/hackathony	3	4
3.5 Zapojování studentů a žáků	3	4
3.6 Podnikavost na školách	5	7
3.7 Lokality pro podnikání	12	17
4 Zvýšit atraktivitu kraje pro návštěvníky	17	10

Jak číst výsledky?

Největší prioritu ze čtyř navržených **cílů** má podle účastníků workshopů **cíl 3 Lákání talentů, investic a pracovní síly do kraje, snížení míry migrace z kraje (36 % ze 100 %)**, následován **cílem 1 Nastavení funkčních procesů a jednotné komunikace pro zlepšení image kraje (32/100)**. Nejmenší prioritu naopak účastníci workshopu udili atraktivitě kraje pro návštěvníky. Výsledek může být ovlivněn složením účastníků



workshopu, mezi nimiž byly početně silně zastoupeni lidé z organizací věnujících se zaměstnanosti a podnikání. Menší priorita pro cestovní ruch může být způsobená jednak aktuálním pokrytím tématu i jeho pouze omezené prezentací na workshopu.

Mezi dílčími **aktivitami** u jednotlivých cílů (nutno hodnotit zvlášť prioritizaci cílů a zvlášť prioritizaci aktivit přiřazeným k cílům) získali **největší prioritu**:

...u cíle 1:

- zpracování **marketingové strategie (44 % ze 100 %)**, následované ustanovením platformy stakeholderů (24/100) a organizačním zajištěním pro řešení image kraje (23/100). Nejméně lidé označovali aktivitu sdílené identity a placebrandingu, což může být způsobeno částečně neznalostí tématu, které samo o sobě musí být rozpracováno zvlášť anebo v marketingové strategii.

...u cíle 2:

- **platforma dobré praxe municipalit (41/100)**, těsně následovaná vytvořením **programu podpory participace ve městech a obcích (39/100)**. Nejmenší prioritu účastníci workshopu přisoudili Participačním aktivitám kraje jako takového (20/100)

...u cíle 3:

- **aktivita propagace podnikatelských a VaV výsledků (33/100)**, následované aktivitou vytvoření aktivní podnikatelské komunity (23/100) a nabídkou lokalit pro podnikání (17/100)

Pozn.: Prioritizace probíhala ve dvou krocích, kdy účastníci workshopu nejdříve přisuzovali prioritu jednotlivým cílům a až následně prioritu aktivitám u každého z cílů zvlášť. Výsledky je proto nutné číst samostatně – tzn. samostatně míru priority cílů a samostatně míru priority aktivit u každého z cílů.



Harmonogram realizace klíčových aktivit

	2021		2022				2023			
	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1 Nastavení funkčních procesů a jednotné komunikace pro zlepšení image kraje										
Vytvoření vlajkového projektu Lepší Image Olomouckého kraje	•	•								
Sdílení vlajkového projektu partnerům		•								
1.1 Prezentace vlajkového projektu vedení kraje a případně dalším stakeholderům v regionu		•								
1.1 Ustanovení a pravidelné kvartální setkávání platformy stakeholderů pro řízení image			•	•	•	•	•	•	•	•
1.2 Vytvoření Sdílené identity Olomouckého kraje – workshop/série workshopů			•	•						
1.3 Ustanovení a pravidelné kvartální setkávání platformy partnerů pro image kraje (výkonní pracovníci)				•	•	•	•	•	•	•
1.3 Vytvoření organizačního zázemí pro sdílené řešení image kraje (přípravná fáze)			•	•	•	•				
1.3 Placebranding – na základě marketingové strategie							•	•	•	•
1.4 Vytvoření marketingové strategie – facilitace/workshopy			•	•	•	•				
2 Systematické a průběžné zapojování aktivních obyvatel do krajských rozvojových témat a projektů										
2.1 Plán komunikace a participace rozvojových projektů a aktivit kraje			•	•						
2.1 Realizace participační aktivit kraje				•	•	•	•	•	•	•
2.2 Vytvoření dotačního programu podpory participace měst a obcí v kraji			•	•	•	•				
2.2 Realizace dotačního programu podpory participace měst a obcí v kraji							•	•	•	•
2.3 Vytvoření a pravidelné setkávání platformy dobré praxe municipalit v kraji					•	•	•	•	•	•
3 Lákání talentů, investic a pracovní síly do kraje										
3.1 Vytvoření aktivní podnikatelské komunity a práce s komunitou – viz aktivity ICOK										
3.2 Propagace podnikatelských a VaV výsledků – viz aktivity ICOK a marketingová strategie										
3.3 Program podpory začínajících podnikatelů – viz aktivity ICOK a marketingová strategie										
3.4 Soutěže/hackathony – viz aktivity ICOK a marketingová strategie										
3.5 Zapojování studentů a žáků do podnikatelské reality – viz aktivity ICOK a marketingová strategie										
3.6 Podpora podnikavosti na všech typech škol – viz aktivity ICOK a marketingová strategie										
3.7 Nabídka lokalit vhodných k podnikání – viz aktivity ICOK, RK CzechInvest a dalších partnerů v území										
4 Zvýšit atraktivitu kraje v očích návštěvníků a návštěvnost kraje										
(viz strategie, plány a aktivity Centrály Cestovního ruchu Olomouckého kraje)										

