

+inovace

Zvyšujeme konkurenceschopnost regionu přímou podporou inovací, vědy a výzkumu

KULTURNĚ-KREATIVNÍ PRŮMYSL (KKP)

V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI

Závěrečná zpráva | Připraveno exkluzivně pro Centrum investic, rozvoje a inovací | Březen – duben 2023

Výdaje budou hrazeny v rámci projektu Smart akcelerátor+ Královéhradeckého kraje I (CZ.02.01.02/00/22_009/0003506).



Spolufinancováno
Evropskou unií

MŠMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



CIRI CENTRUM
INVESTIC, ROZVOJE
A INOVACÍ
OD MYŠLENKY K REALIZACI

**RESPONSE
NOW**





+inovace

CÍLE A METODIKA

**Typ projektu**

- Ad hoc kvantitativní projekt

**Hlavní cíle**

- Hodnocení **kultury, architektury a tvůrčí činnosti** (resp. **KKP**) v porovnání s ostatními doménami
- Pojem **KKP** – asociace a definice
- **Hodnocení jednotlivých oblastí KKP** – vliv na každodenní život v Královéhradeckém kraji

**Cílová skupina**

- Reprezentativní populace obyvatel Královéhradeckého kraje ve věku 18 až 65 let (s požadavkem na dostatečné zastoupení všech okresů)
- **Výsledky váženy** pro zajištění reprezentativity z hlediska pohlaví, věku a velikosti místa bydliště

**Dotazování**

- Kvantitativní **CAWI** (Computer Administered Web Interviewing) výzkum
- Kvótní výběr respondentů ze stanovené cílové skupiny s využitím stabilního reprezentativního online panelu
- Celkový počet **350 respondentů**
- Dotazováno **23. – 28. března 2023**

+inovace

HLAVNÍ ZÁVĚRY



KULTURA A TVŮRČÍ ČINNOST OBECNĚ

Respondenti hodnotili 7 domén, se kterými se mohou setkat v Královéhradeckém kraji.

- *Kultura, architektura a tvůrčí činnost (=Kulturně kreativní průmysl)* mají podle **73 %** respondentů pozitivní vliv na každodenní život a z hodnocených domén vychází v tomto hledisku nejlépe.

Dále respondenti hodnotili 9 výroků, které se týkají kultury a tvůrčí činnosti.

- Respondenti nejvíce souhlasí s tvrzením, že **Kulturně kreativní průmysl má pozitivní vliv na děti a jejich rozvoj** – souhlasí **87 %** respondentů.
- Je to **důležitá oblast pro zachování identity a dalšího rozvoje kraje** – souhlasí 80 % respondentů. Kultura a tvůrčí činnost jsou **nepostradatelnými součástmi kvalitního života**, je to **efektivní strávení volného času** – souhlasí 77 % respondentů.

POJEM KULTURNĚ-KREATIVNÍ PRŮMYSL

38 % respondentů si pod pojmem nepředstaví nic nebo neví.

Pokud si respondenti představí něco konkrétního, pak nejčastěji uvádí **divadlo** (12 %), **společenské akce** (9 %) a **tvůrčí činnosti** (8 %), následují další pojmy:



Předložené definici KKP rozumí 72 % respondentů.

Kulturně-kreativní průmysl – definice představená respondentům:

KKP zahrnuje odvětví, která jsou založena na kulturních hodnotách, uměleckých projevech a především kreativitě každého z nás. Kreativita má potenciál obohacovat, zvyšovat přidanou hodnotu výrobků/služeb a inovovat. Bez kreativity se neobejdou obory jako je architektura, design, řemesla, film, knihy, ICT (informační a komunikační technologie) a další, které jsou označovány za odvětví kulturně-kreativního průmyslu.

JEDNOTLIVÉ OBLASTI KKP

Pro respondenty jsou nejlépe představitelné oblasti **kulturní akce, festivaly a koncerty** – 77 % respondentů si něco konkrétního dokáže vybavit, a **kulturní a paměťové instituce** – 72 % respondentů si něco konkrétního dokáže vybavit.

U všech zkoumaných oblastí respondenti hodnotí jejich vliv na každodenní život výrazně více pozitivně než neutrálně nebo negativně. Největší pozitivní vliv mají **kulturní akce, festivaly a koncerty** (92 % respondentů, kteří mají o této oblasti přehled, tvrdí, že má pozitivní vliv na život v KHK), **kulturní a paměťové instituce** (94 % respondentů, kteří mají o této oblasti přehled, tvrdí, že má pozitivní vliv na život v KHK) a **architektura a tvorba veřejného prostoru** (93 % respondentů, kteří mají o této oblasti přehled, tvrdí, že má pozitivní vliv na život v KHK).

OBLAST	PŘEDSTAVÍ SI NĚCO KONKRÉTNÍHO	POZITIVNÍ VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT
Provozování kulturních akcí, festivalů a koncertů	77%	92% (N = 268)
Činnost kulturních a paměťových institucí (např. muzea, galerie, knihovny, divadla apod.)	72%	94% (N = 251)
Výroba hudebních nástrojů	59%	82% (N = 202)
Architektura a tvorba veřejného / městského prostoru	39%	93% (N = 134)
Tradiční a umělecká řemesla (zpracování dřeva a výroba nábytku, výroba oděvů, kovodělné výrobky apod.)	32%	87% (N = 111)
Výroba her a hraček	20%	84% (N = 70)
Tvorba multimediálních obsahů (videospoty, filmy, fotografie)	16%	82% (N = 55)
Tvorba a vývoj software, her a aplikací	7%	87% (N = 24!)

Připomeňme, že v kvalitativní části výzkumu respondenti vybrali tyto TOP 3 činnosti, které jsou jim nejbližší a které mají nejvyšší potenciál pro rozvoj kraje:

- Provozování kulturních akcí, festivalů a koncertů
- Činnost paměťových a kulturních institucí
- Umělecká řemesla

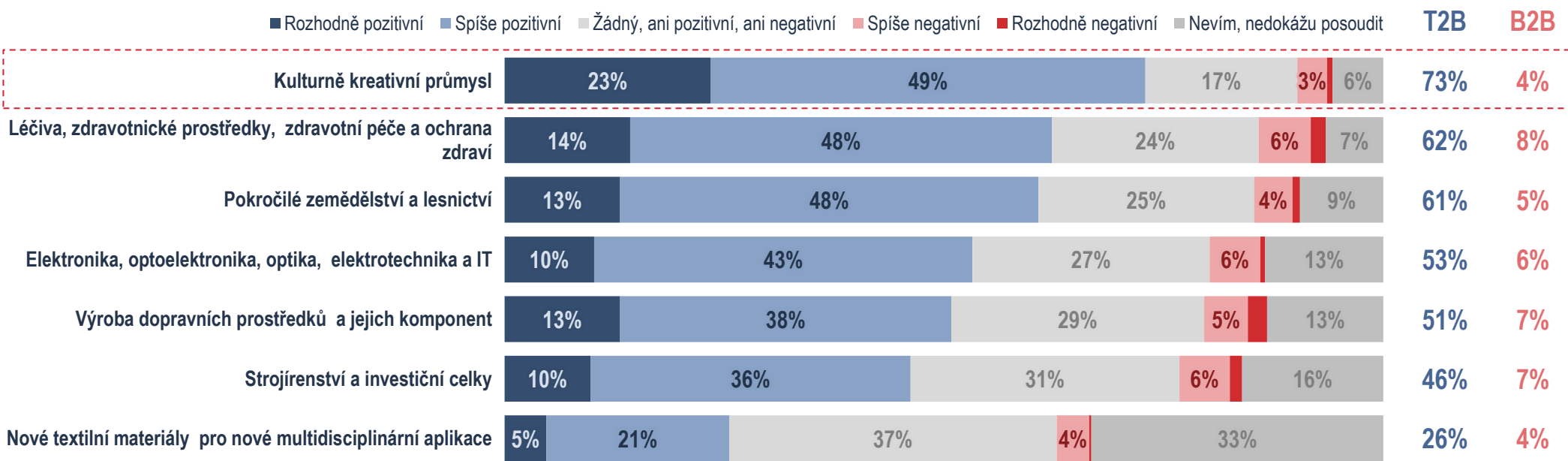


+inovace

**ŽIVOT V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI
A KREATIVITA**

VLIV DOMÉN NA ŽIVOT V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI

Z hodnocených 7 domén je nejlépe vnímána doména *kultura, architektura a tvůrčí činnost (=Kulturně kreativní průmysl)*. Podle 73 % respondentů má tato doména pozitivní vliv na každodenní život v Královéhradeckém kraji. Pozitivněji je Kulturně kreativní průmysl vnímán mezi respondenty z větších měst (nad 20 000 obyvatel), mezi respondenty z okresu Hradec Králové a mezi kreativními respondenty. Čím je respondent mladší, tím častěji vnímá vliv Kulturně kreativního průmyslu jako pozitivní.



T2B = součet dvou nejvíce pozitivních odpovědí
 B2B = součet svou nejvíce negativních odpovědí

OKRES:
 HK = Hradec Králové
 JC = Jičín
 NA = Náchod
 RK = Rychnov nad Kněžnou
 TU = Trutnov

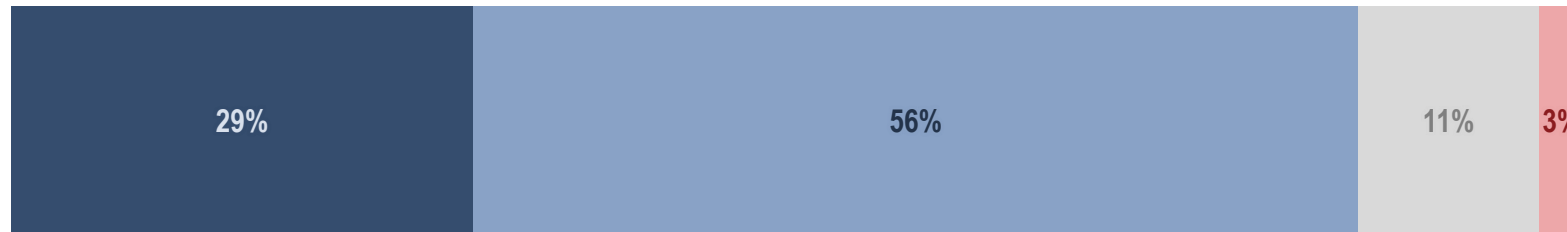
T2B	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES					KREATIVNÍ Často
		Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU	
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169
Kulturně kreativní průmysl	73%	72%	74%	82%	74%	64%	71%	69%	83%	82%	67%	61%	75%	78%	83%
Léčiva, zdravotnické prostředky, zdravotní péče	62%	65%	59%	71%	62%	55%	62%	60%	67%	77%	54%	64%	66%	48%	67%
Pokročilé zemědělství a lesnictví	61%	60%	62%	66%	62%	55%	61%	60%	61%	61%	59%	57%	67%	62%	66%
Elektronika, optoelektronika, optika	53%	53%	53%	65%	52%	45%	52%	50%	60%	61%	51%	43%	56%	53%	61%
Výroba dopravních prostředků a jejich komponent	51%	54%	48%	54%	53%	45%	43%	58%	57%	54%	39%	52%	53%	56%	56%
Strojírenství a investiční celky	46%	52%	40%	50%	53%	36%	44%	50%	45%	44%	34%	49%	55%	52%	50%
Nové textilní materiály pro nové aplikace	26%	27%	24%	34%	28%	16%	28%	22%	26%	29%	23%	20%	32%	24%	32%

SPOKOJENOST S ŽIVOTEM V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI

86 % respondentů uvedlo, že jsou rozhodně nebo aspoň spíše spokojeni se životem v Královéhradeckém kraji.

■ Rozhodně spokojen/a
 ■ Spíše spokojen/a
 ■ Ani tak, ani tak
 ■ Spíše nespokojen/a
 ■ Rozhodně nespokojen/a

T2B **INDEX**



86% **78%**

INDEX = průměr odpovědí přepočtený na škálu 0-100%, kde 100% je dosažitelné maximum (např. všichni respondenti uvedli rozhodně ano)

T2B = součet dvou nejvíce pozitivních odpovědí

OKRES:

- HK = Hradec Králové
- JC = Jičín
- NA = Náchod
- RK = Rychnov nad Kněžnou
- TU = Trutnov

	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES					KREATIVNÍ
		TOTAL	Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169
T2B	86%	87%	84%	89%	84%	85%	84%	85%	90%	90%	82%	82%	85%	88%	89%
INDEX	78%	78%	78%	78%	78%	79%	78%	76%	82%	82%	75%	75%	78%	79%	80%

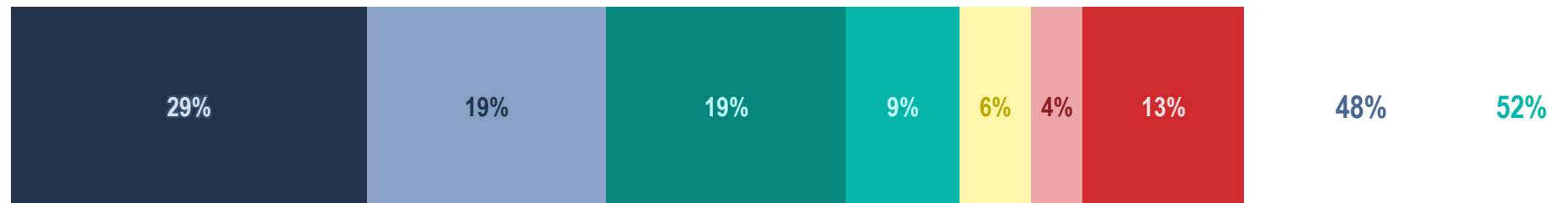
48 % respondentů o sobě tvrdí, že jsou kreativní aspoň 2-3krát za měsíc.

Tvorba nových věcí je častější u obyvatel okresů Rychnov n/K a Trutnov. Čím menší je obec, ze které respondenti pochází, tím častěji uvádí, že tvoří alespoň 2-3x měsíčně.

ČASTO = aspoň 2-3x za měsíc
MÉNĚ ČASTO = 1x za měsíc a méně často

- Aspoň 1x týdně
- Přibližně 2-3x za měsíc
- Přibližně 1x za měsíc
- Aspoň 1x za čtvrt roku
- Aspoň 1x za půl roku
- Aspoň 1x za rok
- Méně často nebo vůbec

ČASTO **MÉNĚ ČASTO**

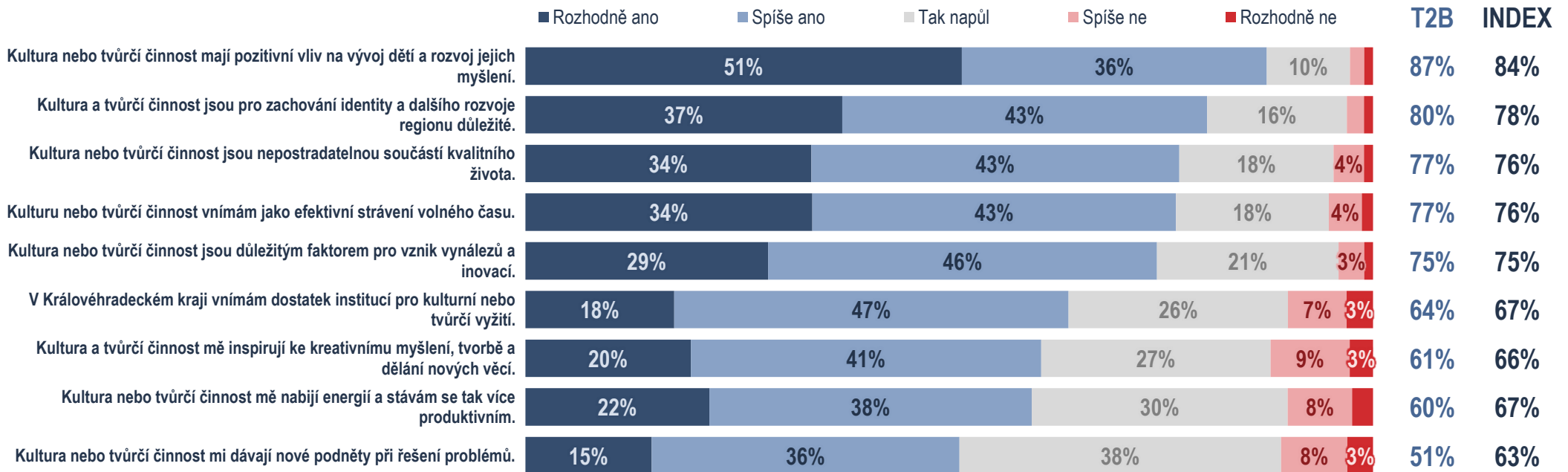


OKRES:
HK = Hradec Králové
JC = Jičín
NA = Náchod
RK = Rychnov nad Kněžnou
TU = Trutnov

	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES				
		TOTAL	Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72
ČASTO	48%	46%	51%	49%	51%	45%	51%	47%	44%	45%	41%	47%	56%	54%
MÉNĚ ČASTO	52%	54%	49%	51%	49%	55%	49%	53%	56%	55%	59%	53%	44%	46%

KULTURNĚ KREATIVNÍ PRŮMYSL A JEHO VLIV

Respondenti nejvíce souhlasí s tvrzením, že **Kulturně kreativní průmysl má pozitivní vliv na děti a jejich rozvoj – 87 %**.
 Je to **důležitá oblast pro zachování identity a dalšího rozvoje kraje – souhlasí 80 %** respondentů. Kultura a tvůrčí činnost jsou **nepostradatelnými součástmi kvalitního života, je to efektivní strávení volného času – souhlasí 77 %** respondentů.
 S většinou tvrzení ve větší míře více souhlasí kreativní respondenti.



INDEX = průměr odpovědí přepočtený na škálu 0-100%, kde 100% je dosažitelné maximum (např. všichni respondenti uvedli rozhodně ano)

T2B = součet dvou nejvíce pozitivních odpovědí

OKRES:
 HK = Hradec Králové
 JC = Jičín
 NA = Náchod
 RK = Rychnov nad Kněžnou
 TU = Trutnov

T2B	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES					KREATIVNÍ
	TOTAL	Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU	často
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169
... mají pozitivní vliv na vývoj dětí	87%	85%	90%	88%	90%	85%	87%	89%	86%	91%	90%	91%	82%	80%	92%
... jsou pro zachování identity a rozvoje důležité	80%	79%	82%	82%	82%	77%	82%	76%	83%	84%	74%	85%	81%	77%	88%
... jsou nepostradatelnou součástí kvalitního života	77%	72%	82%	74%	78%	79%	75%	82%	74%	81%	73%	82%	77%	72%	87%
... vnímám jako efektivní strávení volného času	77%	73%	81%	78%	78%	74%	77%	77%	75%	80%	79%	73%	80%	71%	84%
... jsou důležitým faktorem pro vznik inovací	75%	70%	79%	73%	73%	77%	76%	72%	75%	81%	73%	71%	75%	71%	78%
V KHK je dost institucí pro kulturní/tvůrčí využití	64%	62%	66%	67%	64%	62%	63%	70%	58%	67%	59%	66%	68%	60%	68%
... mě inspirují ke kreativnímu myšlení / tvorbě	61%	57%	65%	63%	66%	53%	60%	59%	64%	66%	50%	66%	62%	59%	74%
... mě nabíjí energií a stávám se více produktivním	60%	55%	65%	57%	67%	54%	63%	57%	58%	61%	57%	63%	65%	54%	69%
... mi dávají nové podněty při řešení problémů	51%	51%	51%	50%	57%	45%	50%	54%	50%	54%	46%	50%	60%	47%	61%

A person wearing a striped shirt and glasses is holding a tablet computer. The tablet screen displays a dashboard with various charts, including a pie chart and a bar chart. The person is also holding a pen and pointing at the screen. The background is a dark blue gradient with faint geometric shapes.

+inovace

KULTURNĚ-KREATIVNÍ PRŮMYSL

POJEM KULTURNĚ-KREATIVNÍ PRŮMYSL SPONTÁNNÍ ASOCIACE

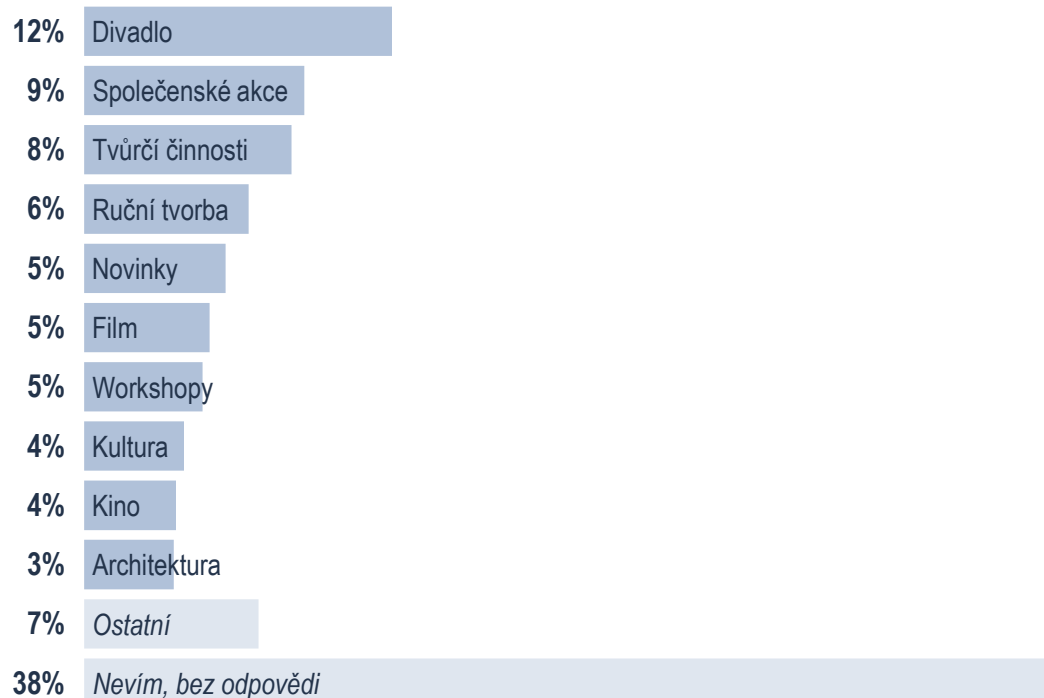
TOP 10

KÓDOVANÁ
OTÁZKA

38 % respondentů si pod pojmem nepředstaví nic nebo neví.

Pokud si respondenti něco v souvislosti s KKP vybavují, pak to jsou obecně pojmy spojené s kulturou. Nejčastěji respondenti uvádí divadlo (12 %), společenské akce (9 %) a tvůrčí činnosti (8 %). Ženy, lidé do 34 let a kreativní respondenti si pod pojmem KKP častěji představí něco konkrétního (než aby řekli, že neví).

Konkrétní zajímavé odpovědi respondentů uvádíme na následujícím slidu. Podobně jako v kvalitativní části průzkumu jsou odpovědi respondentů rozmanité.



OKRES:

HK = Hradec Králové

JC = Jičín

NA = Náchod

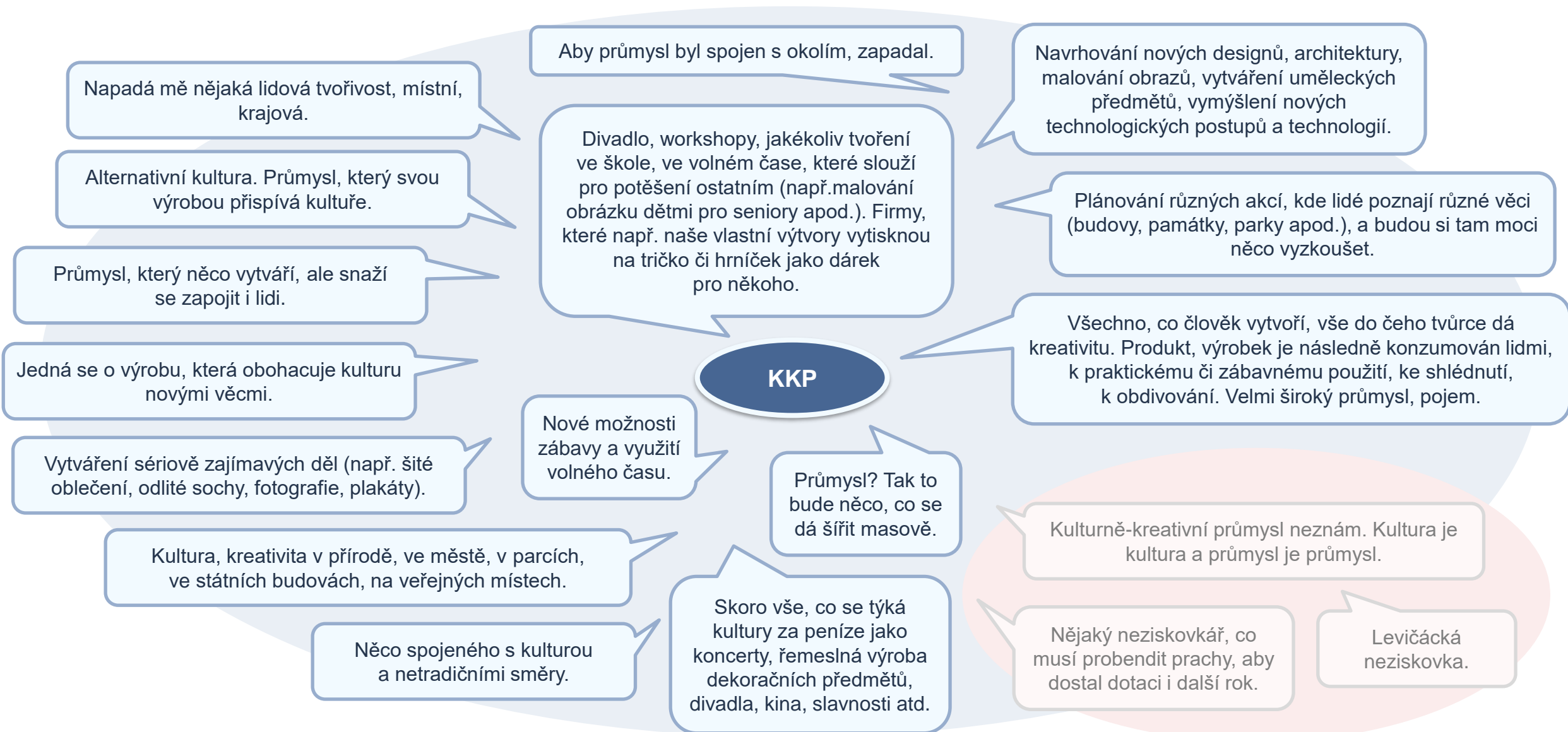
RK = Rychnov nad Kněžnou

TU = Trutnov

TOP 3 + NEVÍM	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES					KREATIVNÍ často
		Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU	
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169
Divadlo	12%	10%	14%	19%	9%	9%	12%	10%	14%	11%	12%	9%	10%	16%	11%
Společenské akce	9%	6%	11%	9%	9%	8%	9%	10%	5%	3%	12%	14%	7%	8%	9%
Tvůrčí činnosti	8%	6%	10%	9%	10%	5%	11%	5%	6%	8%	6%	6%	13%	9%	11%
Nevím, bez odpovědi	38%	43%	32%	22%	45%	43%	37%	36%	41%	46%	29%	40%	33%	38%	30%

POJEM KULTURNĚ-KREATIVNÍ PRŮMYSL

VÝBĚR ZAJÍMAVÝCH ODPOVĚDÍ



Pro 72 % respondentů je předložená definice kulturně-kreativního průmyslu srozumitelná. Větší míru porozumění deklarují ženy, respondenti ve věku 18-34 let a kreativní respondenti (což jsou zároveň i ty skupiny, které si častěji pod pojmem KKP něco spontánně představí, než aby řekli, že neví – viz předchozí otázka).

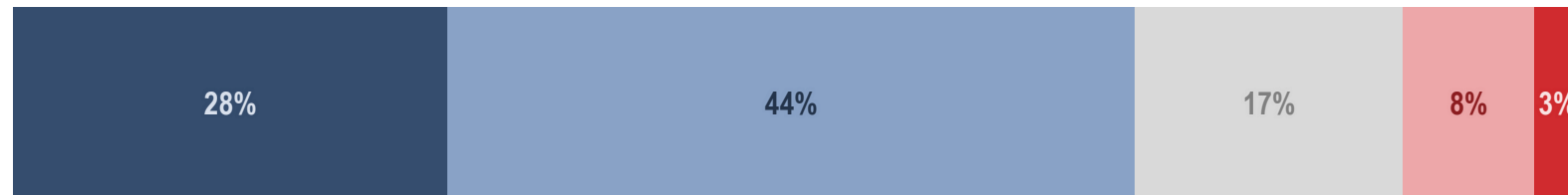
Kulturně-kreativní průmysl – definice představená respondentům:

KKP zahrnuje odvětví, která jsou založena na kulturních hodnotách, uměleckých projevech a především kreativitě každého z nás. Kreativita má potenciál obohacovat, zvyšovat přidanou hodnotu výrobků/služeb a inovovat. Bez kreativity se neobejdou obory jako je architektura, design, řemesla, film, knihy, ICT (informační a komunikační technologie) a další, které jsou označovány za odvětví kulturně-kreativního průmyslu.

■ Rozhodně srozumitelný
 ■ Spíše srozumitelný
 ■ Ani tak, ani tak
 ■ Spíše nesrozumitelný
 ■ Rozhodně nesrozumitelný

T2B

B2B



T2B = součet dvou nejvíce pozitivních odpovědí
 B2B = součet dvou nejvíce negativních odpovědí

	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES					KREATIVNÍ
		TOTAL	Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169
T2B	72%	64%	80%	78%	70%	68%	77%	68%	66%	69%	76%	67%	73%	73%	78%
B2B	11%	14%	9%	9%	10%	15%	10%	15%	9%	10%	14%	16%	8%	8%	9%

A person wearing a striped shirt and glasses is pointing at a tablet held by another person. The tablet displays a bar chart and a pie chart. The background is a dark blue gradient with faint geometric shapes.

+inovace

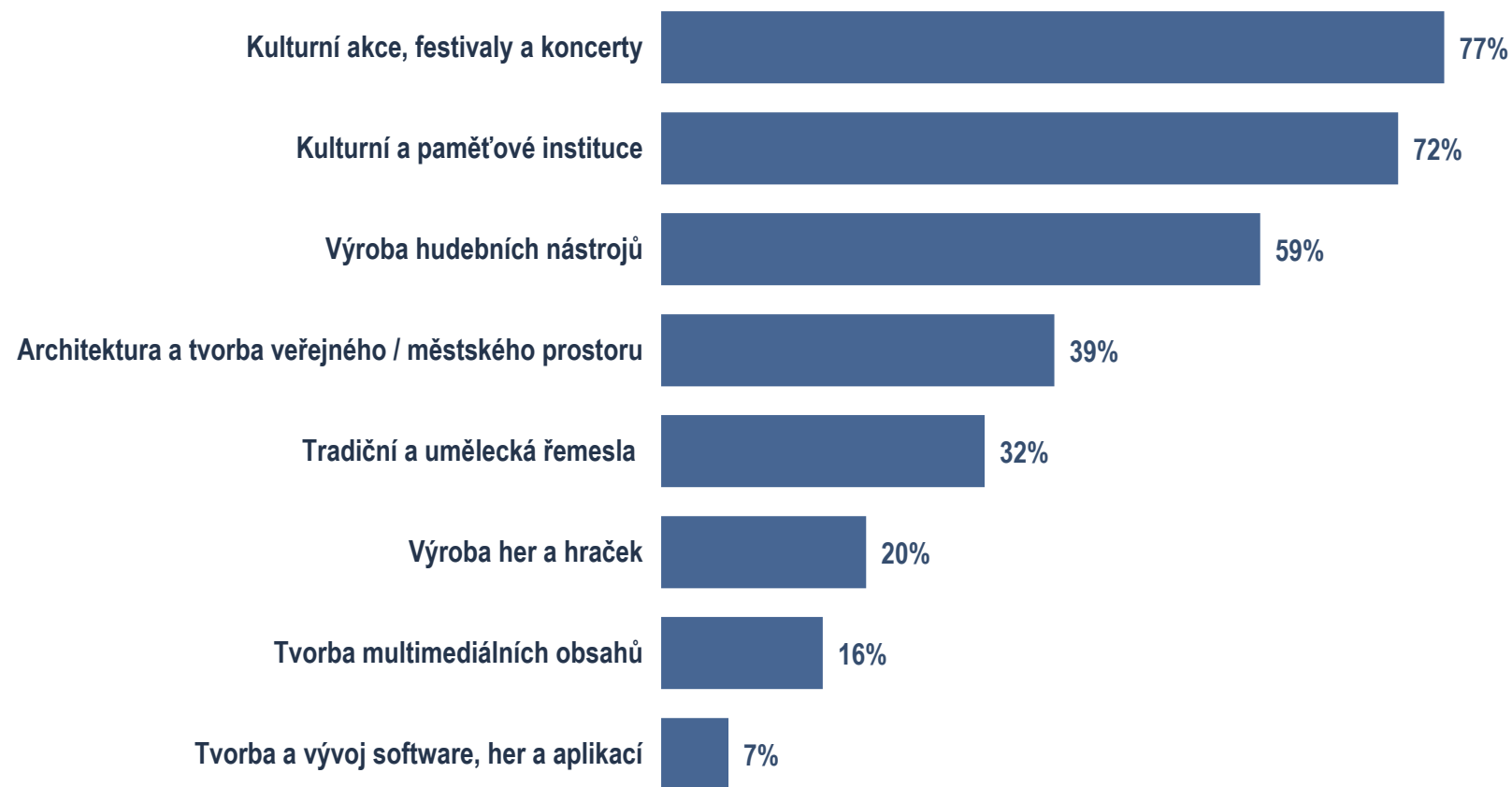
**ODVĚTVÍ A JEJICH VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT
V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI**

PŘEDSTAVÍ SI POD ODVĚTVÍM NĚCO KONKRÉTNÍHO

SHRNUTÍ

Pro respondenty jsou nejvíce uchopitelné oblasti **kulturní akce, festivaly a koncerty** - 77 % respondentů si něco konkrétního dokáže vybavit, a **kulturní a paměťové instituce** (s nápovědou: např. muzea, galerie, knihovny, divadla apod.) – 72 % respondentů si něco konkrétního dokáže vybavit.

Naopak nejméně asociované oblasti jsou **tvorba multimediálních obsahů** a **tvorba a vývoj software**. Zejména u těchto dvou oblastí výsledky odpovídají výstupům z kvalitativní části výzkumu – pro respondenty to jsou málo srozumitelná témata.



VLIV OBLASTÍ NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT

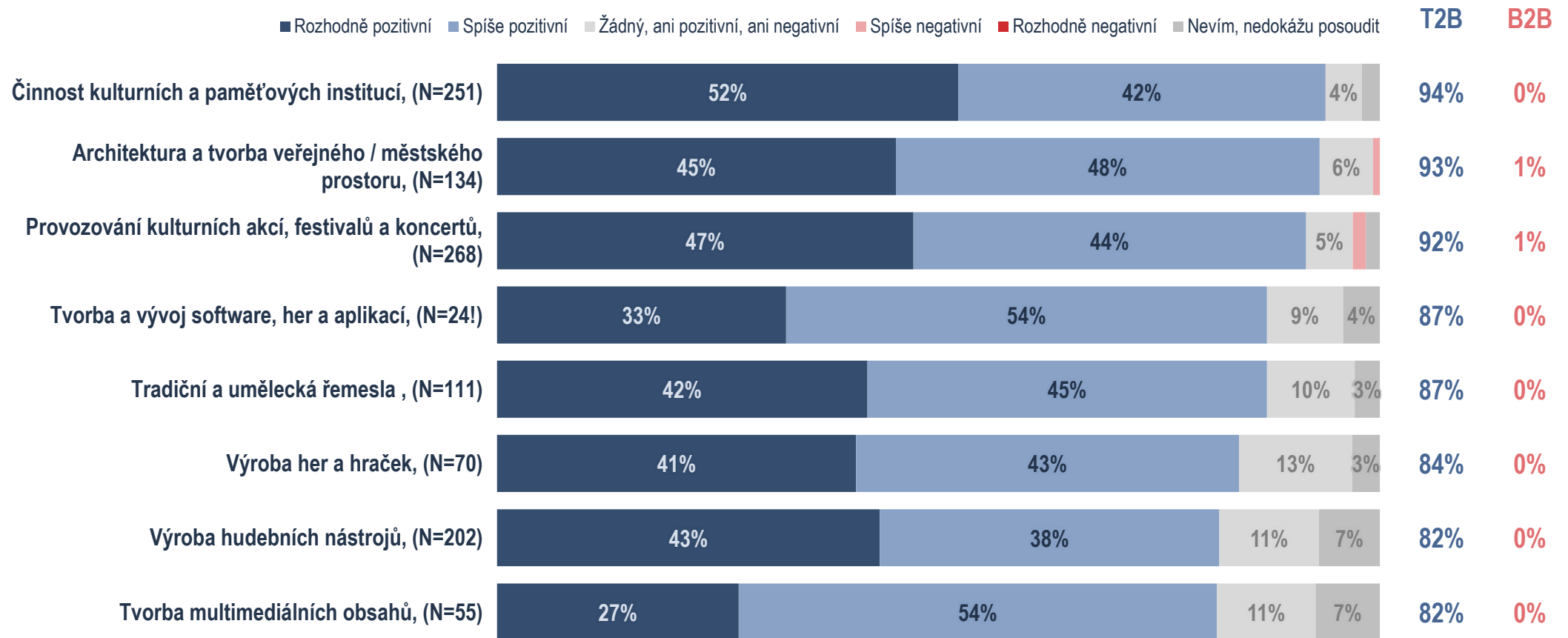
SHRNUTÍ

U všech zkoumaných oblastí respondenti hodnotí jejich vliv na každodenní život výrazně více pozitivně než neutrálně nebo negativně.

Obecně platí: pokud respondenti hodnotí nějaké odvětví neutrálně, pak z důvodu, že jim toto odvětví připadá málo zajímavé, je provozováno v malém rozsahu, netýká se jich osobně nebo je málo propagováno.

Negativní hodnocení u festivalů je navíc spojeno s nepořádkem v místě konání.

(Tyto závěry jsou pouze indikativní, neutrální a negativní hodnocení zmínilo málo respondentů).



T2B = součet dvou nejvíce pozitivních odpovědí

B2B = součet dvou nejvíce negativních odpovědí

ODVĚTVÍ A JEJICH VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT TRADIČNÍ A UMĚLECKÁ ŘEMESLA

32 % respondentů si pod odvětvím **tradiční a umělecká řemesla** dokáže něco představit - zejména tvorbu truhlářů a jiných zpracovatelů dřeva, výrobu oděvů a textilu (Kara, Veba), kovovýrobu (činnost kovářů), výrobu vánočních ozdob, výrobu krajek, prodej výrobků na trzích a jarmarcích.

Podle 87 % respondentů, kteří mají povědomí o tradičních a uměleckých řemeslech, má toto odvětví pozitivní vliv na každodenní život v Královéhradeckém kraji.

DOKÁŽÍ SI POD TÍMTO ODVĚTVÍM PŘEDSTAVIT KONKRÉTNÍ PRODUKT, ZNAČKU NEBO FIRMU:

32 %

CO SI RESPONDENTI PŘEDSTAVUJÍ (N = 111):

- Truhlářství (28%)
- Oděvy (15%)
- Kara (10%)
- Kovovýroba (6%)
- Dřevostavby (6%)
- Výroba vánočních ozdob (5%)
- Prodej na trzích, jarmarcích (5%)
- Učiliště, střední odborné školy (4%)
- Kožené výrobky (4%)
- Polstrin (4%)
- Atomrat (4%)
- Krajky Vamberk (4%)
- Keramika (2%)
- Amadea (2%)
- Ostatní (13%)

VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI (N = 111):

- Rozhodně pozitivní
- Spíše pozitivní
- Žádný, ani pozitivní, ani negativní
- Spíše negativní
- Rozhodně negativní
- Nevím, nedokážu posoudit

T2B



OKRES:

HK = Hradec Králové

JC = Jičín

NA = Náchod

RK = Rychnov nad Kněžnou

TU = Trutnov

	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES					KREATIVNÍ často
		Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU	
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169
Dokáží si představit něco konkrétního (ANO)	32%	26%	37%	25%	34%	35%	36%	32%	22%	25%	27%	34%	38%	38%	40%
POČET RESPONDENTŮ	111	49	62	27	43	41	60	36	15	20	20	23	21	27	68
Pozitivní vliv (T2B)	87%	81%	92%	93%	81%	90%	92%	83%	80%	94%	80%	87%	90%	85%	86%

VŠICHNI RESPONDENTI

ODVĚTVÍ A JEJICH VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT

VÝROBA HER A HRAČEK

20 % respondentů si pod odvětvím **výroba her a hraček** dokáže něco představit – vede firma Merkur, následují Albi, Kovap a Kaden.

Podle 84 % respondentů, kteří mají povědomí o výrobě her a hraček, má toto odvětví pozitivní vliv na každodenní život v Královéhradeckém kraji.

DOKÁŽÍ SI POD TÍMTO ODVĚTVÍM PŘEDSTAVIT KONKRÉTNÍ PRODUKT, ZNAČKU NEBO FIRMU:

20 %

CO SI RESPONDENTI PŘEDSTAVUJÍ (N = 70):

- Merkur (42%)
- Albi (16%)
- Kovap (14%)
- Kaden (11%)
- Dřevohračky (9%)
- Ostatní (11%)

VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI (N = 70):

- Rozhodně pozitivní
- Spíše pozitivní
- Žádný, ani pozitivní, ani negativní
- Spíše negativní
- Rozhodně negativní
- Nevím, nedokážu posoudit

T2B



OKRES:

HK = Hradec Králové

JC = Jičín

NA = Náchod

RK = Rychnov nad Kněžnou

TU = Trutnov

	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES					KREATIVNÍ
		TOTAL	Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169
Dokáží si představit něco konkrétního (ANO)	20%	18%	22%	10%	25%	24%	20%	25%	13%	13%	5%	47%	20%	20%	24%
POČET RESPONDENTŮ	70	33	37	11	31	28	33	28	9	10	4	31	11	14	41
Pozitivní vliv (T2B)	84%	78%	89%	92%	83%	82%	85%	89%	67%	89%	74%	81%	92%	84%	90%

ODVĚTVÍ A JEJICH VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT

VÝROBA HUDEBNÍCH NÁSTROJŮ

59 % respondentů si pod odvětvím **výroba hudebních nástrojů** dokáže něco představit – vede firma Petrof, respondenti si vybaví i firmu Bechstein nebo klavír / piano obecně.

Podle 82 % respondentů, kteří mají povědomí o výrobě hudebních nástrojů, má toto odvětví pozitivní vliv na každodenní život v Královéhradeckém kraji.

DOKÁŽÍ SI POD TÍMTO ODVĚTVÍM PŘEDSTAVIT KONKRÉTNÍ PRODUKT, ZNAČKU NEBO FIRMU:

59 %

CO SI RESPONDENTI PŘEDSTAVUJÍ (N = 202):

- Petrof (87%)
- Klavír/Piano (8%)
- Bechstein (2%)
- Ostatní (5%)

VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI (N = 202):

- Rozhodně pozitivní
- Spíše pozitivní
- Žádný, ani pozitivní, ani negativní
- Spíše negativní
- Rozhodně negativní
- Nevím, nedokážu posoudit

T2B

43%

38%

11%

7%

82%

OKRES:

HK = Hradec Králové

JC = Jičín

NA = Náchod

RK = Rychnov nad Kněžnou

TU = Trutnov

	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES					KREATIVNÍ
		TOTAL	Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169
Dokáží si představit něco konkrétního (ANO)	59%	58%	59%	45%	65%	63%	53%	58%	70%	81%	46%	49%	67%	46%	59%
POČET RESPONDENTŮ	202	105	97	47	81	74	88	66	48	65	34	33	37	33	98
Pozitivní vliv (T2B)	82%	84%	80%	85%	84%	77%	78%	82%	87%	89%	65%	88%	73%	88%	88%

ODVĚTVÍ A JEJICH VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT

KULTURNÍ AKCE, FESTIVALY, KONCERTY

77 % respondentů si pod odvětvím **kulturní akce, festivaly a koncerty** dokáže něco představit – nejvíce si respondenti asociují open-air festivaly Rock for People, Trutnoff, Brutal Assault, dále obecně majálesy nebo akci Jičín – město pohádky.

Podle 92 % respondentů, kteří mají povědomí o kulturních akcích a festivalech, má toto odvětví pozitivní vliv na každodenní život v Královéhradeckém kraji.

Rock for people a majálesy jsou více zmiňovány lidmi do 34 let.

DOKÁŽÍ SI POD TÍMTO ODVĚTVÍM PŘEDSTAVIT NĚJAKOU KONKRÉTNÍ AKCI:

77 %

CO SI RESPONDENTI PŘEDSTAVUJÍ (N = 268):

- Rock for people (21%)
- Majáles (17%)
- Trutnoff (9%)
- Jičín - město pohádky (7%)
- Brutal assault (6%)
- Divadelní festival (5%)
- Letní parket Výrava (4%)
- Jiráskův Hronov (4%)
- Festival park HK (4%)
- Hip hop kemp (3%)
- Porcinkule (3%)
- Pivní festival (3%)
- Divadlo evropských regionů (3%)

VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI (N = 268):

- Rozhodně pozitivní
- Spíše pozitivní
- Žádný, ani pozitivní, ani negativní
- Spíše negativní
- Rozhodně negativní
- Nevím, nedokážu posoudit

T2B



OKRES:

HK = Hradec Králové

JC = Jičín

NA = Náchod

RK = Rychnov nad Kněžnou

TU = Trutnov

	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES					KREATIVNÍ
		TOTAL	Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169
Dokáží si představit něco konkrétního (ANO)	77%	73%	80%	80%	71%	79%	72%	84%	77%	78%	73%	76%	84%	74%	83%
POČET RESPONDENTŮ	268	135	133	86	89	93	118	96	54	63	54	51	47	53	141
Pozitivní vliv (T2B)	92%	89%	94%	92%	91%	93%	93%	95%	84%	90%	92%	96%	96%	85%	93%

VŠICHNI RESPONDENTI

ODVĚTVÍ A JEJICH VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT KULTURNÍ A PAMĚŤOVÉ INSTITUCE

72 % respondentů si pod **činností kulturních a paměťových institucí** dokáže něco představit – nejvíce si respondenti vybavují Východočeské muzeum a Klicperovo divadlo, dále další muzea a divadla nebo knihovny v kraji.

Podle 94 % respondentů, kteří mají povědomí o činnosti kulturních a paměťových institucí, má toto odvětví pozitivní vliv na každodenní život v Královéhradeckém kraji.

DOKÁŽÍ SI POD TÍMTO ODVĚTVÍM PŘEDSTAVIT NĚJAKOU KONKRÉTNÍ INSTITUCI:

72 %

CO SI RESPONDENTI PŘEDSTAVUJÍ (N = 251):

- Východočeské muzeum (22%)
- Klicperovo divadlo (20%)
- Muzeum (10%)
- Knihovna (10%)
- Galerie moderního umění (9%)
- Divadlo Drak (7%)
- Divadlo (5%)
- Ostatní (4%)
- Vědecká knihovna HK (4%)
- Uffo Trutnov (4%)
- Knihovna města HK (4%)
- Jiráskovo divadlo (3%)
- Regionální muzeum Jičín (3%)
- Galerie (3%)

VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI (N = 251):

- Rozhodně pozitivní
- Spíše pozitivní
- Žádný, ani pozitivní, ani negativní
- Spíše negativní
- Rozhodně negativní
- Nevím, nedokážu posoudit

T2B



OKRES:

HK = Hradec Králové

JC = Jičín

NA = Náchod

RK = Rychnov nad Kněžnou

TU = Trutnov

	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES					KREATIVNÍ často
		Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU	
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169
Dokáží si představit něco konkrétního (ANO)	72%	68%	76%	71%	69%	76%	67%	76%	76%	79%	65%	73%	70%	71%	80%
POČET RESPONDENTŮ	251	125	126	76	86	89	111	87	53	64	48	49	39	51	134
Pozitivní vliv (T2B)	94%	94%	93%	97%	92%	92%	95%	95%	90%	93%	96%	94%	97%	90%	96%

VŠICHNI RESPONDENTI

ODVĚTVÍ A JEJICH VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT

ARCHITEKTURA A TVORBA VEŘEJNÉHO / MĚSTSKÉHO PROSTORU

39 % respondentů si pod **architekturou a tvorbou veřejného prostoru** dokáže něco představit – z konkrétních budov si respondenti nejvíce vybaví knihovnu nebo autobusové nádraží v Hradci Králové, dále respondenti zmiňují různá náměstí, parky, mosty, zámky (Kuks) nebo stavby architekta Josefa Gočára.

Podle 93 % respondentů, kteří mají povědomí o architektuře a tvorbě veřejného prostoru, má toto odvětví pozitivní vliv na každodenní život v Královéhradeckém kraji.

DOKÁŽÍ SI POD TÍMTO ODVĚTVÍM PŘEDSTAVIT NĚJAKOU KONKRÉTNÍ BUDOVU / VEŘEJNÝ PROSTOR:

39 %

CO SI RESPONDENTI PŘEDSTAVUJÍ (N = 134):

- Knihovna HK (9%)
- Autobusové nádraží HK (8%)
- Náměstí (7%)
- Parky (7%)
- Architektura J. Gočára (6%)
- Kuks (6%)
- Mosty a lávky (5%)
- Zámky (5%)
- Muzeum HK (5%)
- UFFO Trutnov (4%)
- Klášter/klášterní zahrada (4%)
- Divadla (3%)
- Bílá věž (3%)
- Galerie (3%)
- ČSOB budova (2%)
- Městský úřad (2%)

VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI (N = 134):

- Rozhodně pozitivní
- Spíše pozitivní
- Žádný, ani pozitivní, ani negativní
- Spíše negativní
- Rozhodně negativní
- Nevím, nedokážu posoudit

T2B



OKRES:

HK = Hradec Králové

JC = Jičín

NA = Náchod

RK = Rychnov nad Kněžnou

TU = Trutnov

	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ				OKRES					KREATIVNÍ často
		Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU		
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169	
Dokáží si představit něco konkrétního (ANO)	39%	34%	43%	37%	33%	46%	35%	42%	41%	42%	31%	40%	43%	36%	46%	
POČET RESPONDENTŮ	134	63	71	40	41	53	57	48	29	34	23	27	24	26	77	
Pozitivní vliv (T2B)	93%	90%	96%	92%	92%	95%	97%	92%	90%	91%	87%	89%	100%	100%	95%	

VŠICHNI RESPONDENTI

ODVĚTVÍ A JEJICH VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT

TVORBA MULTIMEDIÁLNÍCH OBSAHŮ

16 % respondentů si pod **tvorbou multimediálních obsahů** dokáže něco představit – respondenti uvádějí filmy s lokální tematikou (cestovatelské tipy, sport, horolezectví), jméno režiséra Tomáše Magnuska, jména lokálních fotografů, kina, regionální televize.

Podle 82 % respondentů, kteří mají povědomí o tvorbě multimediálních obsahů, má toto odvětví pozitivní vliv na každodenní život v Královéhradeckém kraji.

DOKÁŽÍ SI POD TÍMTO ODVĚTVÍM PŘEDSTAVIT KONKRÉTNÍ PRODUKT, ZNAČKU NEBO FIRMU:

16 %

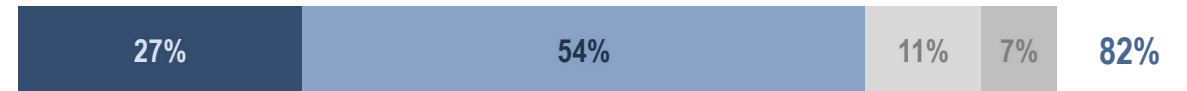
CO SI RESPONDENTI PŘEDSTAVUJÍ (N = 55):

- Filmografie (27%)
- Fotografie (20%)
- Kino (14%)
- Východočeská televize (12%)
- Seriál Zoo (6%)
- Regionální televize (4%)
- Český rozhlas HK (3%)
- Ostatní (16%)

VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI (N = 55):

- Rozhodně pozitivní
- Spíše pozitivní
- Žádný, ani pozitivní, ani negativní
- Spíše negativní
- Rozhodně negativní
- Nevím, nedokážu posoudit

T2B



OKRES:

HK = Hradec Králové

JC = Jičín

NA = Náchod

RK = Rychnov nad Kněžnou

TU = Trutnov

	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES					KREATIVNÍ
		TOTAL	Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169
Dokáží si představit něco konkrétního (ANO)	16%	14%	18%	17%	19%	12%	13%	19%	18%	13%	17%	15%	18%	17%	18%
POČET RESPONDENTŮ	55	26	29	18	23	14	21	22	12	10	13	10	10	12	30
Pozitivní vliv (T2B)	82%	77%	85%	81%	82%	81%	81%	86%	75%	70%	92%	80%	80%	85%	77%

ODVĚTVÍ A JEJICH VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT

TVORBA A VÝVOJ SOFTWARE, HER A APLIKACÍ

7 % respondentů si pod **tvorbou a vývojem software, her a aplikací** dokáže něco představit – respondenti uvádějí IT firmy, které mají sídlo i v Královéhradeckém kraji (BScom, T-mapy, Ortex aj.) nebo hry, které jsou od autorů z Královéhradeckého kraje (Mafia, Racing 300).

Podle 87 % respondentů, kteří mají povědomí o tvorbě a vývoji software, má toto odvětví pozitivní vliv na každodenní život v Královéhradeckém kraji.

DOKÁŽÍ SI POD TÍMTO ODVĚTVÍM PŘEDSTAVIT KONKRÉTNÍ PRODUKT, ZNAČKU NEBO FIRMU:

7 %

CO SI RESPONDENTI PŘEDSTAVUJÍ (N = 24!):

- Software / aplikace (45%)
- BScom (12%)
- Hry (12%)
- Ostatní (30%)

VLIV NA KAŽDODENNÍ ŽIVOT V KRÁLOVÉHRADECKÉM KRAJI (N = 24!):

- Rozhodně pozitivní
- Spíše pozitivní
- Žádný, ani pozitivní, ani negativní
- Spíše negativní
- Rozhodně negativní
- Nevím, nedokážu posoudit

T2B



OKRES:

HK = Hradec Králové

JC = Jičín

NA = Náchod

RK = Rychnov nad Kněžnou

TU = Trutnov

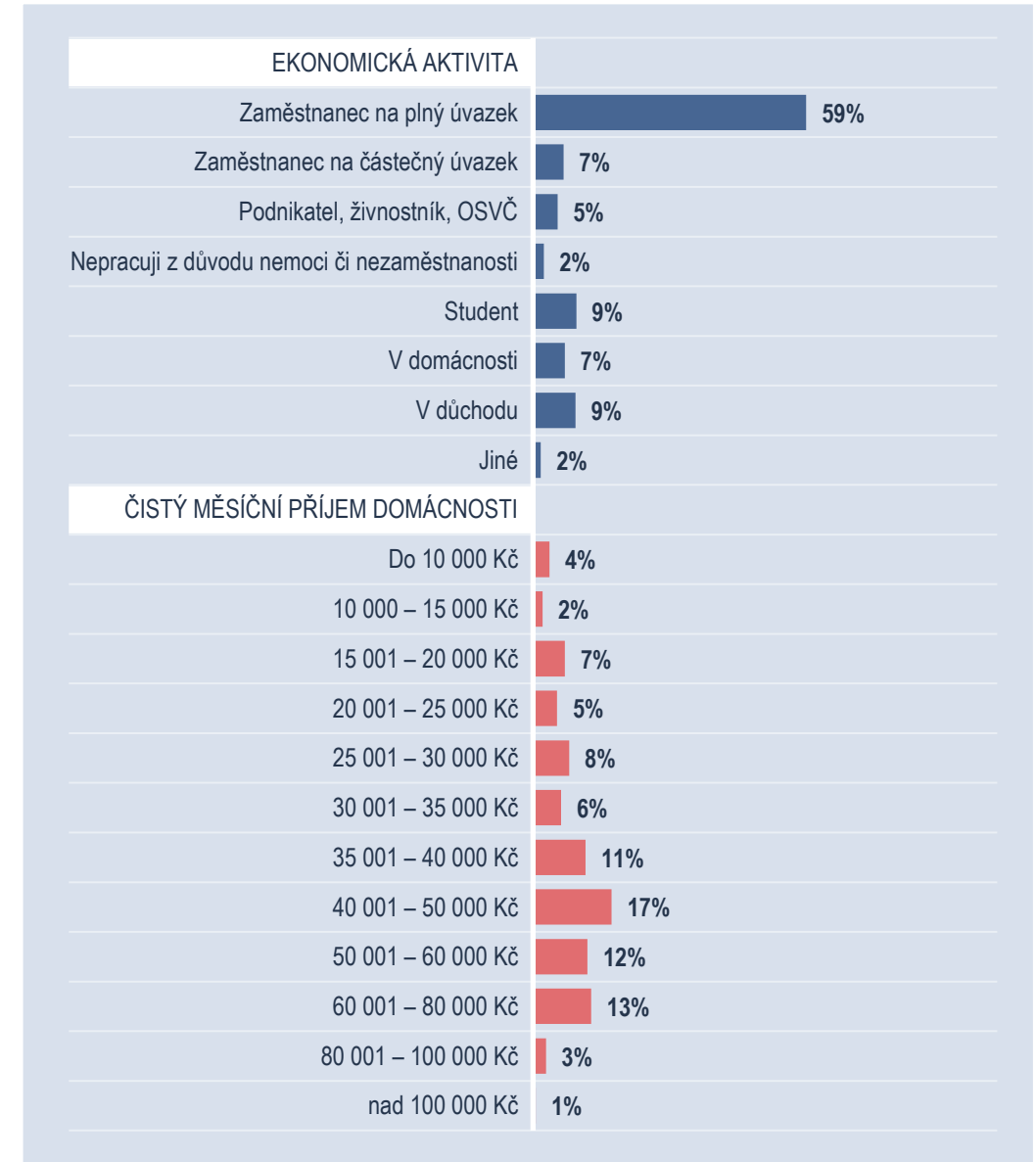
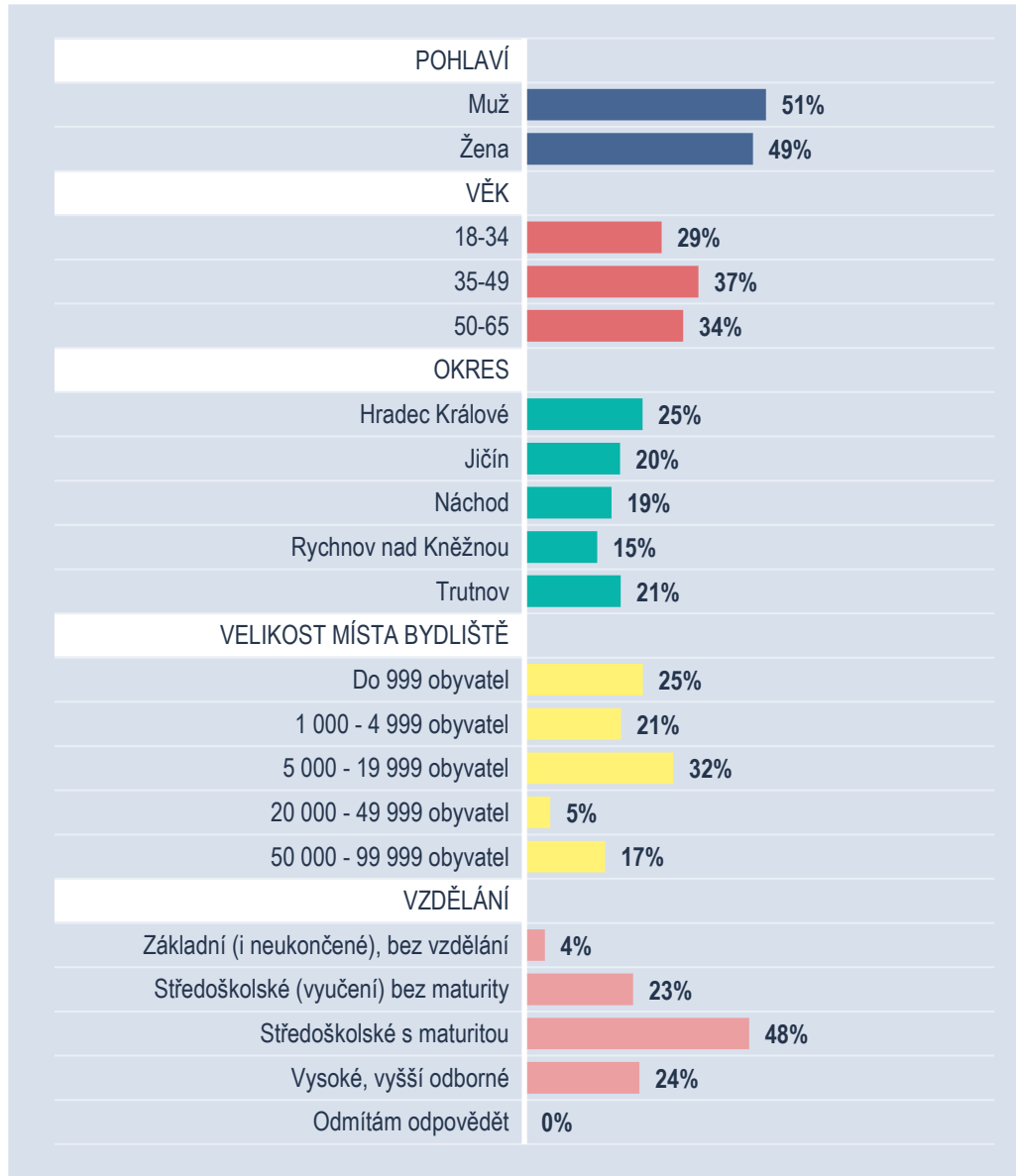
	TOTAL	POHLAVÍ		VĚK			VELIKOST BYDLIŠTĚ			OKRES					KREATIVNÍ
		TOTAL	Muži	Ženy	18-34	35-49	50-65	4 999 a méně	5 000-19 999	20 000 a více	HK	JC	NA	RK	TU
POČET RESPONDENTŮ	350	184	166	108	125	117	165	115	70	81	74	67	56	72	169
Dokáží si představit něco konkrétního (ANO)	7%	8%	5%	12%	6%	3%	5%	9%	8%	4%	8%	5%	9%	10%	7%
POČET RESPONDENTŮ	24	16	8	13	7	4	8	10	6	3	6	3	5	7	12
Pozitivní vliv (T2B)	87%	94%	76%	84%	86%	100%	87%	89%	85%	100%	100%	33%	100%	86%	92%

A person wearing a striped shirt and glasses is pointing at a tablet held by another person. The tablet displays various charts, including a pie chart and bar graphs. The background is a dark blue gradient with faint geometric shapes.

+inovace

STRUKTURA RESPONDENTŮ

STRUKTURA RESPONDENTŮ





Zvyšujeme konkurenceschopnost regionu přímou podporou inovací, vědy a výzkumu

DĚKUJEME ZA SPOLUPRÁCI

CENTRUM INVESTIC, ROZVOJE A INOVACÍ

+420 495 817 802 | info@cirihk.cz | <https://cirihk.cz>

Soukenická 54 | Hradec Králové 500 03 | Česká republika

+inovace

+420 720 026 499 | plusinovace@cirihk.cz | <https://plusinovace.cz>

Velké náměstí 1 | Hradec Králové 500 03 | Česká republika