

## SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha 1** Kvantitativní dotazník – uživatelé CKI center
- Příloha 2** Kvantitativní dotazník – ne uživatelé CKI center
- Příloha 3** Struktura rozhovoru – představitelé CKI center
- Příloha 4** Struktura rozhovoru – představitelé Magistrátu města Brna
- Příloha 5** Rozhovor s představitelem UNIFERu – Stanislavem Gálíkem
- Příloha 6** Rozhovor s představitelem JIC – Petrem Chládkem
- Příloha 7** Rozhovor s představitelem ImpactHUB Brno – Zdeňkem Rudolským
- Příloha 8** Rozhovor s představitelkou Magistrátu města Brna–Ivetou Štarhovou
- Příloha 9** Kompetenční model společnosti UNIFER
- Příloha 10** Fotogalerie UNIFER
- Příloha 11** Fotogalerie JIC
- Příloha 12** Fotogalerie HUB
- Příloha 13** Fotogalerie dalších CKI center
- Příloha 14** Infografika znázorňující fungování ImpactHUBu
- Příloha 15** Pravidla uživatelů ImpactHUBu

# PŘÍLOHY

## Příloha 1 Kvantitativní dotazník – uživatelé CKI center

Ahoj,

v rámci své diplomové práce bych tě tímto ráda požádala o zhruba 8 minut tvého času. Práce má za cíl zjistit, zda-li coworkingová, kreativní a inovační centra v Brně pozitivně ovlivňují jeho rozvoj. Jedním z dílčích cílů práce je zjistit uživatelů těchto centrech, tedy lidí, kteří zde pracují nebo zde aktivně působí. Čeká tě 14 jednoduchých otázek, za jejichž vyplnění ti budu velmi vděčná.

Děkuji a přeji úspěšný den, Míša

1. Se kterými brněnskými coworkingovými, kreativními a inovačními centry máš přímou zkušenost?
  - ImpactHUB Brno
  - UNIFER
  - JIC (Jihomoravské inovační centrum)
  - Cowo Brno
  - Cowo Mitrowski
  - TechSquat
  - Jiné
  
2. Jak ses o těchto centrech poprvé dozvěděl/a?
  - Na sociálních sítích
  - Od kamaráda/dky
  - Z informačního mailu
  - Na stránkách fakulty
  - Z letáku / plakátu
  - Jiné
  
3. Jak tuto zkušenost hodnotíš?
  - Pozitivně
  - Spíše pozitivně
  - Spíše negativně
  - Negativně
  
4. Z jakého důvodu byla tvá zkušenost pozitivní nebo negativní?

5. Máš pocit, že přítomnost coworkingových, kreativních a inovačních center v Brně pozitivně ovlivňuje jeho rozvoj?
- Ano
  - Spíše ano
  - Spíše ne
  - Ne
6. V jakých oblastech vidíš přínosy těchto center pro město Brno?
- Pomáhají rozvíjet lidský kapitál (formou vzdělávání, seberozvoje,...)
  - Vedou ke vzniku rozvojových projektů / start upy
  - Vedou k rozvoji podnikání
  - Podporují příchod investorů do regionu / města
  - Pomáhají budovat pozitivní jméno města
  - Podporují příchod zahraničních vědců / mentorů / studentů do města
  - Žádný přínos pro město nemají
7. Jak bys v maximálně pěti slovech popsal/a osobnostní charakteristiky typického uživatele coworkingového či inovačního centra?
8. Co poskytují nebo umožňují coworkingová, kreativní a inovační centra svým uživatelům?

	Ano	Spíše ano	Spíše ne	Ne
Poskytují dostatek možností ke vzdělávání				
Umožňují najít mentora pro projekt/ podnikatelský záměr				
Poskytují možnost poznat lidi se stejným zaměřením.				
Umožňují účastnit se networkingových akcí				
Umožňují osobnostní rozvoj (vzdělání, zpětná vazba,...)				
Svým fyzickým prostředím (barvy, nábytek, pestrost místností, zeleň) motivují své uživatele k práci				

9. Jaká byla tvá hlavní motivace pro zapojení do coworkingového, kreativního a inovačního centra? Vyber maximálně 3 možnosti, které jsou pro tebe nejdůležitější. Chtěl/a jsem:

- Nabýt praktické dovednosti
- Poznat zajímavé lidi
- Smysluplně trávit čas
- Vytvořit a realizovat podnikatelský záměr
- Rozvíjet své měkké i tvrdé dovednosti
- Jiné

10. Jaká je podle tebe úroveň spolupráce těchto center s městem Brnem?

- Dostatečná
- Spíše dostatečná
- Spíše nedostatečná
- Nedostatečná

11. Jsi:

- Žena
- Muž

12. Věk:

- 18-21 let
- 21-25 let
- 26 let a starší

13. Jakou školu aktuálně studuješ nebo jsi studoval/a?

- Střední školu
- Vysokou školu

14. Pokud jsi student/ka nebo absolvent/ka vysoké školy, jaké je tvé studijní zaměření?

- Ekonomické
- Technické
- Přírodovědné
- Humanitní
- Jiné

## **Příloha 2 Kvantitativní dotazník – povědomí o coworkingových, kreativních a inovačních centrech v Brně**

Ahoj,

v rámci své diplomové práce bych tě tímto ráda požádala o zhruba 4 minuty tvého času. Práce má za cíl zjistit, zda-li coworkingová, kreativní a inovační centra v Brně pozitivně ovlivňují jeho rozvoj. Jedním z dílčích cílů práce je zjistit povědomí o těchto centrech u jejich neuživatelů, tedy lidí, kteří zde nepracují nebo je pravidelně nenavštěvují. Čeká tě 9 jednoduchých otázek, za jejichž vyplnění ti budu velmi vděčná.

Děkuji a přeji úspěšný den, Míša

1. Slyšel/a jsi někdy o coworkingových, kreativních a inovačních centrech v Brně?
  - Ano
  - Ne
  
2. Pokud ano, jak ses o coworkingových, kreativních a inovačních centrech dozvěděl/a?
  - Na sociálních sítích
  - Od kamaráda/dky
  - Z informačního emailu
  - Na stránkách fakulty
  - Z letáku/plakátu
  - Jinak
  
3. Jakou přímou zkušenost s nimi máš?
  - Ano, navštívil/a jsem je.
  - Ano, uvažuji, že bych se aktivně zapojil/a.
  - Ne, ale chystám se tam podívat.
  - Ne, nemám a do budoucna ji neplánuji.
  
4. Z jakých důvodů se domníváš, že by centra mohla být pro své uživatele přínosná?
  - Příjemné pracovní prostředí
  - Možnost pro seberozvoj a vzdělávání
  - Možnost najít investora / mentora

- Možnost zapojit se do komunity podobně smýšlejících lidí
  - Možnost smysluplně trávit čas
  - Nemám pocit, že jsou centra pro své uživatele přínosná
  - Přínos těchto center není pro uživatele vyšší než při práci kdekoli jinde.
  - Jiné
5. V jakém případě bys uvažoval/a o aktivním zapojení do tohoto typu center?  
V případě, že bych:
- Měl/a dostatek volného času
  - Měl/a chuť poznat nové lidi
  - Chtěl/a najít kolegy / mentora pro vlastní projekt či podnikání
  - Chtěl/a získat investora pro vlastní projekt či podnikání
  - Ztratil/a stálé zaměstnání
  - Hledal/a alternativu při podnikání na volné noze či práci z domova
  - Získal/a doporučení kamaráda / známého
  - Získal/a více informací o fungování a benefitech těchto center
  - Jiné
6. Jsi:
- Žena
  - Muž
7. Věk:
- 18-21 let
  - 22-25 let
  - 26 let a starší
8. Jakou školu aktuálně studuješ nebo jsi studoval/a?
- Střední školu
  - Vysokou škol
9. Pokud jsi student/ka nebo absolvent/ka vysoké školy, jaké je tvé studijní zaměření?
- Ekonomické
  - Technické
  - Přírodovědné
  - Humanitní
  - Jiné

### **Příloha 3    Struktura rozhovoru – představitelé CKI center**

#### **Obecné otázky:**

1. Jak byste v jedné větě popsal činnost Vašeho CKI centra člověku, který ji nezná?
2. Jak se Vám daří naplňovat Vaši vizi?
3. Kolik lidí (tedy zaměstnanců a uživatelů) stojí za Vaším CKI centrem?
4. Jaké jsou aktuální priority v oblasti rozvoje Vašeho CKI centra?

#### **Dílčí cíl 1:    Význam CKI center pro rozvoj města**

5. V čem vidíte největší přínos fungování CKI center?
6. Jak podle Vás přispívá Vaše či ostatní CKI centra k rozvoji města? Která ostatní centra znáte?
7. Máte nastavenou nějakou spolupráci či strategické partnerství s městem Brnem či Jihomoravským krajem, jakou? Realizovali jste společně nějaké projekty? Jak reagujete na priority rozvoje JMK či města Brna v rámci svých priorit či projektů?

#### **Dílčí cíl 2:    Osobnostní charakteristiky typického uživatele CKI centra**

8. Kdo je Vaše cílová skupina, kdo jsou Vaši uživatelé?
9. Jaké má Vaše CKI centrum vydefinované hodnoty? Znájí je Vaši uživatelé?
10. Kdybyste mohl popsat Vašeho typického uživatele – jaké má vlastnosti a rysy?
11. Součástí kultury Vašeho CKI centra je v jedné řadě vzdělávání, ve druhé řadě pořádání eventů, díky kterým se mezi sebou mohou Vaši uživatelé poznat a navázat spolupráci. Jaké jsou hlavní oblasti vzdělávání, které Vašim uživatelům nejčastěji chybí? Uveďte konkrétní příklad, jakými aktivitami Vaše centrum rozvíjí lidský kapitál.

#### **Dílčí cíl 3:    Přínos CKI centra pro uživatele a jejich motivace**

12. Proč by měli uživatelé navštěvovat Vaše CKI centra?
13. V čem se naopak liší Vaše centrum od těch konkurenčních?

14. Jakou zpětnou vazbu od svých uživatelů dostáváte? Co na Vašem centru oceňují a co se jim naopak líbí méně?

**Dílčí cíl 4: Budoucí vývoj CKI center**

15. Kde vidíte CKI centra za pět let ve světě, České republice a v Brně?

16. Plánujete v budoucnu více spolupracovat s Magistrátem města Brna?



## **Příloha 4    Struktura rozhovoru– představitelé Magistrátu města Brna**

### **Obecné otázky:**

1. Jak byste v jedné větě popsala hlavní činnosti Kanceláře strategie města člověku, který ji nezná?
2. Jak se Vám daří naplňovat vizi této strategie a Vaší činnosti?
3. Kolik zaměstnanců aktuálně čítá Kancelář strategie města?
4. Jaké jsou Vaše aktuální priority v oblasti vzdělávání a výzkumu, inovací a podnikání?

### **Dílčí cíl 1:    Význam CKI center pro rozvoj města**

5. V čem vidíte největší přínos fungování CKI center?
6. Jak podle Vás přispívají CKI centra k rozvoji města? Která ostatní centra znáte?
7. Máte nastavenou nějakou spolupráci či strategické partnerství s některými CKI centry?

### **Dílčí cíl 2:    Osobnostní charakteristiky typického uživatele CKI centra**

8. Kdo je podle Vás cílová skupina a uživatelé CKI center?
9. Jaké vlastnosti a rysy má podle Vás typický uživatel těchto center?
10. Jaké jsou hlavní oblasti vzdělávání, které podle Vás mladým lidem v Brně nejčastěji chybí?

### **Dílčí cíl 3:    Přínos CKI centra pro uživatele a jejich motivace**

11. Proč by měli uživatelé navštěvovat CKI centra?
12. Jakou zpětnou vazbu od lidí v Brně v této oblasti dostáváte? Co se jim ve městě líbí a co jim naopak schází?

**Dílčí cíl 4: Budoucí vývoj CKI center**

13. Kde vidíte CKI centra za pět let ve světě, České republice a v Brně?
14. Plánujete v budoucnu více spolupracovat s CKI centry?

## **Příloha 5    Rozhovor s představitelem UNIFERu – Stanislavem Gálíkem**

### **Obecné otázky:**

1. Jak byste v jedné větě popsal činnost Vašeho CKI centra člověku, který ji nezná?

*UNIFER je UNIFER. Je to centrum inovativní spolupráce, kde se studenti učí od profesionálů a pracují na reálných projektech.*

2. Jak se Vám daří naplňovat Vaši vizi?

*Já bych řekl, že adekvátně mým očekáváním, daří se mi dostávat do kontaktu s dalšími vzdělávacími institucemi, ministerstvem a tak, berou nás a v tomto je moje hlavní motivace. Mám pocit, že na to společnost kladně reaguje.*

3. Kolik lidí (tedy zaměstnanců a uživatelů) stojí za Vaším CKI centrem?

*V úzkém managementu máme aktuálně 6 lidí, dále zhruba 34 zaměstnanců a 200 zapojených studentů na projektech.*

4. Jaké jsou aktuální priority v oblasti rozvoje Vašeho CKI centra?

*Mezi největší aktuální priority patří zaměření na inovace, které jsou ztělesněny projektem XPrize, finance management, obchod, kvalita, budování značky a rozvoj lidí.*

### **Dílčí cíl 1:    Význam CKI center pro rozvoj města**

5. V čem vidíte největší přínos fungování Vašeho CKI centra?

*Poskytování příležitostí k rozvoji praktických dovedností studentů, dělají skutečné projekty a ze sterilního prostředí vysokých škol se dostávají do kontaktu s firmami.*

6. Jak podle Vás přispívá Vaše či ostatní CKI centra k rozvoji města? Která ostatní centra znáte?

*Podobné UNIFERu žádné, JIC extrémně, HUB taky, ale zase úplně jiným způsobem. Dále městu přispívají studentské spolky, například Students a Co., dále Business Academy, AIESEC a další.*

7. Máte nastavenou nějakou spolupráci či strategické partnerství s městem Brnem či Jihomoravským krajem, jakou? Realizovali jste společně nějaké projekty? Jak reagujete na priority rozvoje JMK či města Brna v rámci svých priorit či projektů?

*My reagujeme na ně, oni příliš nereagují na nás. My priority města známe a snažíme se na ně reagovat, město však relativně pomalu reaguje na naše působení. Mě se bohužel potvrzuje to, že oni podle mě reálně nemají chuť ty věci proaktivně řešit. Kdyby alespoň řekli, s UNIFERem spolupracovat nechceme, jste moc malí, abychom Vás brali vážně, ale bohužel od nich nemám žádnou zpětnou vazbu. Od Petra Chládky i Marie Zezůlkové jsem dostal zprávu, že je to zajímavé, ale nic víc.*

## **Dílčí cíl 2: Osobnostní charakteristiky typického uživatele CKI centra**

8. Kdo je Vaše cílová skupina, kdo jsou Vaši uživatelé?

*Cílovou skupinou jsou studenti, dáváme jim hodnotu, kterou jinde nenajdou a druhou cílovou skupinou jsou ekonomicky činné subjekty v České republice.*

9. Jaké má Vaše CKI centrum vydefinovány hodnoty? Znájí je Vaši uživatelé?

*Našimi hodnotami jsou zodpovědnost, efektivita, přidaná hodnota a inspirace. Znájí je u nás všichni nebo téměř všichni. Na společných setkáních o nich mluvíme, pořádáme oceňovací večery, kde volíme tzv. „hodnoťáky“ v jednotlivých hodnotách a každý nový člověk, který do UNIFERu přijde je s nimi seznámen.*

10. Kdybyste mohl popsat Vašeho typického uživatele – jaké má vlastnosti a rysy?

*Proaktivní, člověk přijímající zodpovědnost za sebe a své okolí, já osobně je považuju za top 5 % současné generace, ať už ve schopnostech, dovednostech či pracovních návycích.*

11. Součástí kultury Vašeho CKI centra je v jedné řadě vzdělávání, ve druhé řadě pořádání eventů, díky kterým se mezi sebou mohou Vaši uživatelé poznat a navázat spolupráci. Jaké jsou hlavní oblasti vzdělávání, které Vašim uživatelům nejčastěji chybí? Uveďte konkrétní příklad, jakými aktivitami Vaše centrum rozvíjí lidský kapitál.

*Nevím, co chybí těm, kteří u nás už nějakou dobu pracují. Těm, co přicházejí chybí time management, efektivní komunikace, a pak hard skilly za které jsou zákazníci ochotní platit. Lidský kapitál rozvíjíme každý den, formou vzdělávání, udělováním zodpovědnosti za určité oblasti, učení se od mentorů a od sebe navzájem.*

### **Dílčí cíl 3: Přínos CKI centra pro uživatele a jejich motivace**

12. Proč by měli uživatelé navštěvovat Vaše CKI centra?

*Protože nic neeskaluje rozvoj schopností tak jako praktická zkušenost.*

13. V čem se naopak liší Vaše centrum od těch konkurenčních?

*Interní kulturou, sofistikovaným systémem propojování studentů a mentorů tak, aby byl zabezpečeno tržně úspěšné řešení.*

14. Jakou zpětnou vazbu od svých uživatelů dostáváte? Co na Vašem centru oceňují a co se jim naopak líbí méně?

*Líbí se jim kolektiv, pracovní prostředí, příležitosti, které jsou před ně položeny, nelíbí se jim časová náročnost, někdy nedostatečný mentoring a nízké finanční ohodnocení.*

#### **Dílčí cíl 4: Budoucí vývoj CKI center**

15. Kde vidíte CKI centra za pět let ve světě, České republice a v Brně?

*To je dobrá otázka, protože to není jen UNIFER, ale celý ten segment. Nevím, já si myslím, že je to natolik mladý průmysl, že neumím říct kde za pět let bude. Myslím si, že 80 % současných CKI center bude muset modifikovat svoje byznys modely, pokud se budou chtít na trhu udržet, ale nevím, do jaké podoby. HUB může přijít na to, že bude mít více příjmů z vzdělávacích akcí. UNIFER se může posunout více do oblasti řešení problémů, různé instituce chtějí dělat věci jinak, my generujeme nápady a inovace. JIC se možná přemění do toho, že budou sami investory. Já vidím tu budoucnost tak, že průmysl je natolik mladý, že u mnohých dojde k zásadní změně konceptu. U tradičnějších byznysů jsme schopni předpokládat budoucnost. U tohoto fakt nevím, protože co může nastat, například se zjistí, že coworking není nejefektivnější formu práce, ono je to celé jeden velký experiment. Může přijít restrukturalizace školství, která změní životy mladých lidí. Sama univerzita může převzít iniciativu, např. Newton College, já bych se jim nedivil, kdyby koupili UNIFER, úlohou bude převádět studenty do praxe. To jsem si úplně vymyslel, ale jisté je podle mě to, že za 5 let si budeme říkat, to by mě nenapadlo, že to bude takto. Musíme být flexibilní a adaptivní.*

16. Plánujete v budoucnu více spolupracovat s Magistrátem města Brna?

*Chci, ano. Nadále chci setrvat ve své snaze s nimi velmi úzce spolupracovat. Vytrvale komunikovat naše snahy a úmysly a hledat prostory pro propojení sil a synergický efekt.*

## **Příloha 6    Rozhovor s představitelem JIC – Petrem Chládkem**

### **Obecné otázky:**

1. Jak byste v jedné větě popsal činnost Vašeho CKI centra člověku, který ji nezná?

*Veřejná organizace, která se stará o podporu lidí, aby mohli zakládat a rozvíjet znalosti z oblasti podnikání.*

2. Jak se Vám daří naplňovat Vaši vizi?

*Daří, jsou tam čísla, která jsou naplněna z 10 % dneska, ta vize byla formulována v roce 2014, roční posun je o 10%, očekává se, že to poroste.*

3. Kolik lidí (tedy zaměstnanců a uživatelů) stojí za Vaším CKI centrem?

*Nyní máme plné kapacity a postupujeme v plnění dle plánu. Služeb JIC již využilo více než 100 technologických firem. Každý program má určitou kapacitu: JIC ENTER za rok může využít cca 15 – 20 projektů (rozběhl se v lednu a máme teď 13 projektů, další větší várku budeme nabírat v srpnu/v září), JIC STARCUBE se koná jednou za rok a nabírá max. 10 projektů, JIC MASTER nabírá kvartálně cca 3 projekty, takže za rok cca 12, JIC PLATIN cca 30-40 firem za rok.*

4. Jaké jsou aktuální priority v oblasti rozvoje Vašeho CKI centra?

*Více zkonsolidovat 4 hlavní programy, které máme, aby to běželo a bylo to efektivní a na úrovni. Obecnější priority – více využívat potenciál vysokých škol, investovat do výzkumu, JIC invest – dceřinná firma, možnost investovat do začínajících firem, dílna FabLab. Pak jsou interní priority, jako zvyšování efektivity. Aktivity JICu jsou podřízeny RISu a ty jsou podřízeny Strategii pro Brno.*

### **Dílčí cíl 1:    Význam CKI center pro rozvoj města**

5. V čem vidíte největší přínos fungování Vašeho CKI centra?

*To, že klienti s námi dostávají hodnotu, kterou jinde nenajdou. JIC neposkytuje tržní služby, nesmí, je to veřejná organizace placená z veřejných peněz, takže reaguje*

*na fungování/selhání trhu. Klienti takové podmínky nenajdou. Pomáháme jim naplňovat jejich vizi a cíle.*

6. Jak podle Vás přispívá Vaše či ostatní CKI centra k rozvoji města? Která ostatní centra znáte?

*Tím, že podporuje firmy, které vytvářejí vysoce kvalifikovaná místa, což je regionální multiplikátor, vytváří podmínky, aby se lidé seberealizovali. Vznikají firmy, které exportují a přinášejí peníze do města. JIC nabízí programy Enteru či Masteru, aby lidi zůstali v Brně. Co na VŠ chybí studentům dle analýz, které máme, tak je to nízké povědomí o podnikání jako o jedné z voleb budoucí profese. Třeba na FP VUT chce pouze 6 % být podnikateli. Možností, jak situaci změnit, je celá řada, například by měly změnit výukové programy, kde se tyto dovednosti lidi naučí.*

7. Máte nastavenou nějakou spolupráci či strategické partnerství s městem Brnem či Jihomoravským krajem, jakou? Realizovali jste společně nějaké projekty?

*Příkladem může být projekt Kreativního Brna, na to navazuje projekt Designových voucherů, kdy firmy mohou nakupovat znalost od dodavatelů kreativních služeb, je to po vzoru britských nástrojů a smyslem je vzbudit poptávku po kreativních produktech. Město chová se jako zřizovatel JICu, město má člověka ve valné hromadě a úkoluje management JICu a současně přispívá na aktivity, přispívá na provoz, aktuálně v poměru 50 : 50, poměr by se měl zvýšit ve prospěch vlastní činnosti 60:40.*

## **Dílčí cíl 2: Osobnostní charakteristiky typického uživatele CKI centra**

8. Kdo je Vaše cílová skupina, kdo jsou Vaši uživatelé?

*To vychází z náplně jednotlivých programů, jsou to především lidi se zájmem o podnikání nebo ti, co již podnikají a jsou na začátku, nebo to jsou SME, které potřebují rozvinout. Je to hlavně podpora malých firem a jejich spolupráci s velkými firmami.*



9. Jaké má Vaše CKI centrum vydefinovány hodnoty? Znájí je Vaši uživatelé?  
*Mezi naše hodnoty patří, že jsme průkopníky na poli inovací v České republice, že jsme spolehlivými partnery pro naše zákazníky, že vytváříme prostředí vzájemné důvěry a poskytujeme transparentní služby. Když to shrnu, jsou to inovace, partnerství, důvěra a transparentnost.*

10. Kdybyste mohl popsat Vašeho typického uživatele – jaké má vlastnosti a rysy?  
*Nedá se to zobecnit, JIC je otevřený komukoliv. Průměrný člověk, co má zájem o podnikání je v rozmezí 23-35 let, ale může to být zavádějící.*

11. Součástí kultury Vašeho CKI centra je v jedné řadě vzdělávání, ve druhé řadě pořádání eventů, díky kterým se mezi sebou mohou Vaši uživatelé poznat a navázat spolupráci. Jaké jsou hlavní oblasti vzdělávání, které Vašim uživatelům nejčastěji chybí? Uveďte konkrétní příklad, jakými aktivitami Vaše centrum rozvíjí lidský kapitál.

*Pomocí rozvíjení podnikatelských záměrů. Je tady přibližně 50 mentorů na skvělé úrovni.*

### **Dílčí cíl 3: Přínos CKI centra pro uživatele a jejich motivace**

12. Proč by měli uživatelé navštěvovat Vaše CKI centra?

*Nejlepší služby svého druhu v Česku, nejlepší portfolio mentorů, velký brand, při získávání investorů je to velmi přínosné. Nově možnost získat spolufinancování u nových firem.*

13. V čem se naopak liší Vaše centrum od těch konkurenčních?

*Znám, ale nechtěl bych to dávat do jednoho pytle. Nijak s většinou z nich nespolečně pracujeme. Společně pracujeme akorát s HUBem a s Industrou, ale máme jinou cílovku. Nám nepřísluší to hodnotit.*

14. Jakou zpětnou vazbu od svých uživatelů dostáváte? Co na Vašem centru oceňují a co se jim naopak líbí méně?

*Pravidelně vyhodnocujeme zpětnou vazbu od našich uživatelů. Lidem se hodně líbí eventy, které pořádáme, doporučilo by je 8 lidí z 10. V rámci spokojenosti našich klientů by naše služby doporučilo 9 z 10 firem. Firmy oceňují především velmi kvalifikované experty, networking a existenci a funkčnost ekosystému, který kolem sebe vytváříme. Podle zpětné vazby bychom měli zapracovat na dostupnosti a více parkovacími místy.*

#### **Dílčí cíl 4: Budoucí vývoj CKI center**

15. Kde vidíte CKI centra za pět let ve světě, České republice a v Brně?

*Nemůžu o nich mluvit dohromady, kreativní centra se v Česku teprve rodí a tento termín není vůbec konsolidovaný. Ke coworkingům těžko něco říct, často nepřinášejí vyšší přidanou hodnotu, akorát pořádají akce. Inovační centra mají veřejné poslání. Budoucnost inovačních center vidím ve velmi úzké specializaci na znalostně intenzivní obory a soustředění se na určité niky, na věci, které se týkají mechatroniky a dalších úzkých a specializovaných oblastí. Inovační centra si nemyslím, že jsou na vzestupu, sem tam se něco objeví, ale neřekl bych, že jsou na vzestupu. Ty formy se mění, ale v této oblasti jsem dost konzervativní viz Wayra v Praze, která byla na konci února zavřena a kterou provozovala společnost O2.*

16. Plánujete v budoucnu více spolupracovat s Magistrátem města Brna?

*Záleží na Magistrátu. Magistrát je zřizovatelem, takže je na něm, jak je spokojený. Podle mě je spolupráce příkladná. Inovační politika se dělá lépe na jižní Moravě než v Karlových Varech. Jde i o to, že Brno má priority v této oblasti, proto je v ní aktivní.*

## **Příloha 7 Rozhovor s představitelem ImpactHUB Brno – Zdeněkem Rudolským**

### **Obecné otázky:**

1. Jak byste v jedné větě popsal činnost Vašeho CKI centra člověku, který ji nezná?

*Ideální místo pro lidi, kteří začínají podnikat nebo jsou v 1-3 roku podnikání.*

2. Jak se Vám daří naplňovat Vaši vizi?

*Docela dobře, s přibývajícím časem je víc a víc lidí, kteří přirostou k HUBu a naopak, což je proč to začínáme stavět na komunitě – je zde hodně lidí s podobným smýšlením, čím více tomu lidi dají, tím více přemýšlí dobrým směrem, je tam větší synergie, snažíme se naše členy učit ekologicky přemýšlet. Po 5 letech jsme na 40 % naplnění vize v počtu HUBáků, kteří se této myšlenky účastní. Měříme to tím, že se s nimi setkáváme a dáváme pozor, čeho se účastí a jak se vyvíjejí.*

3. Kolik lidí (tedy zaměstnanců a uživatelů) stojí za Vaším CKI centrem?

*V brněnském týmu je nás 10 a v HUBU je téměř 120 lidí za 27 dní činnosti, plánujeme během dvou let dosáhnout obdobných čísel jako v Praze, tzn. 500 lidí v běžném měsíci a pěti-až deseti násobně účastníků eventů.*

4. Jaké jsou aktuální priority v oblasti rozvoje Vašeho CKI centra?

*Větších týmů už máme dostatek, nyní očekáváme nárůst jednotlivců / členů, kanceláře jsou 100% plné, členové by měli přibývat rychlou řadou, chceme generovat nápady na eventy a dělat jich tady hodně, aby se dalo vědět, že je hub naživu. Dále chceme rozvinout jeden až tři akcelerační programy.*

## **Dílčí cíl 1: Význam CKI center pro rozvoj města**

5. V čem vidíte největší přínos fungování CKI center?

*Ve zdravém městě zdravý HUB, ze zkušenosti můžu říct, že když se HUB otevíral, tak tady máme bohatou diverzitu lidí a jakmile se to podaří rozpohybovat, tak na konci vzniká nové srdce města, které podporuje probuzení podnikání, úspěch lidí v komunitě. Po nějaké době, když je HUB dost plný, tak se začne vymezovat a začneme zaplňovat i další centra. Myslíme si, že můžeme být dobrým partnerem města, univerzit a center inovace, protože najdeme spojitost pro synergii, snažíme se víc přinášet než brát.*

6. Jak podle Vás přispívá Vaše či ostatní CKI centra k rozvoji města? Která ostatní centra znáte?

*Víme o většině center inovací, v Brně je důležitý JIC, zajímavá je také Industria a Cowo, Každý z nich přináší hodnotu městu z jiného úhlu pohledu.*

7. Máte nastavenou nějakou spolupráci či strategické partnerství s městem Brnem či Jihomoravským krajem, jakou? Realizovali jste společně nějaké projekty? Jak reagujete na priority rozvoje JMK či města Brna v rámci svých priorit či projektů?

*Myslím, že proběhla první neformální setkání, bylo to zatím jen náhodně, když jsme se potkali na akcích s lidmi z města. Budeme se muset potkat formálněji. Myslím, že je potřeba se setkat a říct, co my umíme a v tom prvopočátku budeme rádi, když město bude vědět, že jsme nositelem toho, po čem touží. Centra inovací vytvářejí ohniska zájmu. Přicházíme tam s tím, že umíme pomoci v tom, co město chce, nic nepotřebujeme od nich.*

## **Dílčí cíl 2: Osobnostní charakteristiky typického uživatele CKI centra**

8. Kdo je Vaše cílová skupina, kdo jsou Vaši uživatelé?

*Myslím si, že jedna část HUBu je pro všechny, kteří se o sebe chtějí sami postarat, mají nápad a chtějí ho rozjet. Další cílovka jsou lidé, kteří mají firmu a chtějí být v prostoru dalších firem, aby rostli všichni. Dále jsou to lidé, kteří chtějí zázemí pro svůj event. A pro všechny, kteří chtějí být mezi lidmi a přemýšlí, co dál.*

*Pojítkem u všech je otevřenost novým věcem a používat věci, hodnoty, sdílení. A na konci toho chtějí všichni vydělat peníze.*

9. Jaké má Vaše CKI centrum vydefinovány hodnoty? Znají je Vaši uživatelé?

*Na to odpovídám nerad. Udržitelnost, důvěra, otevřenost, odvaha. Celý ten prostor se vymýšlel s lidmi pro lidi a snažíme se, aby už ta první zkušenost byla dobrá, že nejsou překážky, je tady otevřeno, aby lidi, kteří se o lidi starají dokázali tyto hodnoty sdílet. Není tady žádná kontrola, věříme lidem, nekontrolujeme účet na baru, snažíme se všem pomoci, motivovat je. Veškeré naše aktivity, akcelerační programy a hosting směřuje k té důvěře, čestnosti. Tak, aby to všechno fungovalo.*

10. Kdybyste mohl popsat Vašeho typického uživatele – jaké má vlastnosti a rysy?

*Charakteristika člena – diverzita, každý je trochu jiný, novodobé start upy u nás nejsou jen lidi, kteří jsou po škole, ale je nová generace 40tníků. Profil těch lidí je, takový, že mají něco společného – přidaná hodnota, chtějí dělat něco, co je baví, někteří z nich proto produkují hodnotu, která něco vrací do společnosti, baví je to a přemýšlí udržitelně.*

11. Součástí kultury Vašeho CKI centra je v jedné řadě vzdělávání, ve druhé řadě pořádání eventů, díky kterým se mezi sebou mohou Vaši uživatelé poznat a navázat spolupráci. Jaké jsou hlavní oblasti vzdělávání, které Vašim uživatelům nejčastěji chybí? Uveďte konkrétní příklad, jakými aktivitami Vaše centrum rozvíjí lidský kapitál.

*Myslím si, že u těch mladších je vidět, že vzdělání v Česku jim nenabízí dostatečné napojení na reálný trh. Samotné fungování HUBu k tomu směřuje, v tom prostředí*

*nabývají první zkušenosti, snažíme se, aby přemýšleli rychle a orientovaně na výsledky, aby se postarali nejen o sebe ale i o ostatní. Proto máme hosty, proto děláme eventy, proto děláme poradenství pro akcelerátory.*

### **Dílčí cíl 3: Přínos CKI centra pro uživatele a jejich motivace**

12. Proč by měli uživatelé navštěvovat Vaše CKI centra?

*Já si myslím, že nejlépe se věci dělají v prostředí, které je na to vymyšlené. HUB je navržen, aby ti bylo dobře, když začínáš. Je to vhodnější než kavárna, park, byt, restaurace. Není to pracovní prostředí. Tohle místo nabízí klady, které najdeš všude jinde (relax, jídlo, pití), ale na druhou stranu je tady pracovní zázemí pro jednotlivce i tým, je tady technické zázemí, začínající firma tady má 90 % svých potřeb, dalších 10% nejsme schopni pokrývat.*

13. V čem se naopak liší Vaše centrum od těch konkurenčních?

*Já si myslím, že jsme globální síť, což je hodnota jen pro některé, ale je to silné. HUB je v 70 městech na 5 kontinentech, pak si myslím, že nabízíme poměrně silné komunitní zázemí, to je možná v českém prostředí největší, naše prostory se designovaly s lidmi, kteří dali podněty pro HUB a následně se to řešilo s architekty a investory. Všichni nabízí akcelerační programy, my děláme spoustu aktivit pro bono a za všemi aktivitami stojí zakladatelé, kteří za sebou mají velký počet let vedení firem či poradenství, mají zkušenost s malými i velkými firmami.*

14. Jakou zpětnou vazbu od svých uživatelů dostáváte? Co na Vašem centru oceňují a co se jim naopak líbí méně?

*Krátkodobě, což je způsobeno také vlnou emocí vzhledem k nedávnému otevření máme z 99 % pozitivní ohlasy, uživatelům se líbí prostor, obecné principy fungování, komunita a ochota zaměstnanců. O věcech, které se nelíbí zatím nemáme informace, je to otázka dlouhodobějšího rozměru. V Praze jsme opakovaně přidávali kapacitu wifi, musíme se vždy ujistit, aby to bylo dostačující.*

#### **Dílčí cíl 4: Budoucí vývoj CKI center**

15. Kde vidíte CKI centra za pět let ve světě, České republice a v Brně?

*Rozdíl mezi ve světě a ČR je už velké časové rozlišení, u nás tato centra přibývají, ale v USA se řeší jejich úbytek, jsme tedy v jiné části vývoje trhu. Myslím, že za pět nebo deset let budeme zjišťovat, jestli přežijeme a lidi budou chtít chodit. Možná změním obchodní model, podle trhu. První český HUB bude za pět let slavit 10 let, tak uvidíme, jaká bude rekapitulace. Možná budeme dělat více eventů, investovat do nových nápadů nebo poskytovat více míst. Možná úplně změním zaměření. Dost často mám pocit, že názor investorů a uživatelů se trochu rozchází. Trvá, než se všichni sladí a budou mít stejné očekávání. Je na to diskuzi, jestli jich bude méně, ale zvažuje se, jestli ta dravější forma, ty akcelerátory nepřemýšlí, jak lidem pomoci, ale stává se to byznysem. Dospělo to k tomu, že to zkouší mnoho lidí a těch globálních nápadů taky tolik není.*

*Já myslím, že v Česku je malý stát a Praha Brno Ostrava společně potřebují prostředí, aby to bylo potenciální pro zahraniční expanzi a učít to pak ostatní.*

16. Plánujete v budoucnu více spolupracovat s Magistrátem města Brna?

*Já vnímám, že samotné HUBí konání by městu něco přinášet mělo, když se během roku potkáme s městem a krajem, tak se můžeme bavit, co uděláme, nedával bych tam deadline, my budeme dělat to svoje a věříme v odezvu.*

## **Příloha 8 Rozhovor s představitelkou Magistrátu města Brna – Ivetou Štarhovou**

### **Obecné otázky:**

1. Jak byste v jedné větě popsala hlavní činnosti Kanceláře strategie města člověku, který ji nezná?

*Naše kancelář podporuje propojování vědy a podnikání, současně s cílem rozvoje znalostní ekonomiky tak, aby vznikaly vhodné podmínky pro podnikání a do města přicházeli investoři. Nejvíce spolupracujeme s JIC a Jihomoravským centrem pro mezinárodní mobilitu.*

2. Jak se Vám daří naplňovat vizi této strategie a Vaší činnosti?

*O tom Vám určitě už říkal pan Chládek, že? Strategie pro Brno je už starší, teď budeme vytvářet novou, platnou od příštího roku. Řekla bych, že Strategie je celkem úspěšně naplňována, čísla vypovídají o tom, že město se stává centrem vědy a výzkumu, což by 15 let zpátky nikdo neočekával. Brno má velkou váhu pro region a kraj, nicméně aktivity vymezeny ve Strategii jsou koncentrovány čistě v Brně, v kraji jsou na jihu jiné problémy než na severu, Strategie tedy nemůže obsáhnout všechno. RIS bylo podmínkou pro čerpání dotací a je navázána na Evropa2020, celou koncepci schvalovalo ministerstvo pro místní rozvoj.*

3. Kolik zaměstnanců aktuálně čítá Kancelář strategie města?

*Aktuálně nás v této kanceláři je 24, a to v různých sekcích, například v Referátu rozvoje znalostní ekonomiky jsme celkem 4, mezi další sekce dále patří například Referát tvorby strategie a regionální spolupráce a pak jsou specializované pozice v rámci celého útvaru.*

4. Jaké jsou Vaše aktuální priority v oblasti vzdělávání a výzkumu, inovací a podnikání?

*Co se týče priorit, ty jsou následující – snažíme se aktivně řešit nezaměstnanost absolventů, zejména humanitních oborů, kteří nenachází, na rozdíl od technických a přírodovědných oborů, vhodné uplatnění. Proto jsme třeba spolupracovali při tvorbě VIDY, což je zábavní vzdělávací park, který by měl oblast vědy*



*zpopularizovat. Současně vidíme problém v tom, že studenti mají malou praxi a že stále většina škol vidí nerada, že studenti při studiu pracují, což je podle mě velkou konkurenční výhodou, která by měla být více podporována.*

*Další prioritou je jednoznačně zajištění udržitelnosti výzkumných institucí, kterých v poslední době vzniklo zhruba 15 a je potřeba, aby byly schopny samostatně fungovat a zajistit požadovaný transfer technologií.*

### **Dílčí cíl 1: Význam CKI center pro rozvoj města**

5. V čem vidíte největší přínos fungování CKI center?

*Myslím si, že jejich přínos je obrovský. Město není schopno tyto služby lidsky ani finančně zajistit. Tyto centra, která propojují podnikání a případně výzkum jsou super. Například společnost YSoft, která vznikla jako startup v rámci JICu a teď je úspěšným zaměstnavatelem desítek zaměstnanců. Úřad je byrokratický a zkosnatělý aparát, který se snaží tyto neefektivity minimalizovat, přesto není schopen tyto služby zajišťovat a nechává to na okolních subjektech.*

6. Jak podle Vás přispívají CKI centra k rozvoji města? Která ostatní centra znáte? *Podle mě 100% zvyšují počet podnikatelů a rozvíjí spolupráci mezi vědou a výzkumem, přitahují do Brna vědce světového formátu (například Marka Mráze, funguje to dobře na příkladu CEITECu), zvyšují uplatnění studentů v Brně, kteří u nás pak zůstávají, dochází k přílivu investic do Brna a rosteme a současně nabízíme přidanou hodnotu.*

7. Máte nastavenou nějakou spolupráci či strategické partnerství s některými CKI centry?

*Intenzivně pracujeme s JICem, neboť jsme jeho zřizovatelé. S ImpactHUBem jsme nedávno navázali kontakt, líbí se mi, protože podporují sociální podnikání s orientací na environmentální aspekty. UNIFER pro nás zase zpracovával drobné studie. Pro nás je však důležitý také MUNIS, špatně se nám totiž obhazuje, že například UNIFER je komerční instituce. Zároveň se nám u MUNISu osvědčilo, když spolu týmy soutěží, je to pak více kvalitní.*

## **Dílčí cíl 2: Osobnostní charakteristiky typického uživatele CKI centra**

8. Kdo je podle Vás cílová skupina a uživatelé CKI center?

*Myslím si, že to jsou kreativní, podnikaví a talentovaní studenti, kteří chtějí podnikat. Jsou to ti studenti, kteří chceme, aby ve městě po studiu zůstávali. Jsou to vlastně obecně studenti, kteří chtějí rozvíjet své soft a hard skills, myslím si, že je to atraktivní pro lidi mezi 3.-5. ročníkem studia.*

9. Jaké vlastnosti a rysy má podle Vás typický uživatel těchto center?

*Typický uživatel by měl být kreativní, nápaditý, s chutí dělat věci, dále by měl být cílevědomý, komunikativní. Rozhodně by měl být schopen prodat svou myšlenku a nápad.*

10. Jaké jsou hlavní oblasti vzdělávání, které podle Vás mladým lidem v Brně nejčastěji chybí?

*Podle mě tato centra reagují na to, že studenti neví, jak prezentovat sami sebe a nemají ve škole dostatečnou zpětnou vazbu. V těchto centrech mají skvělou možnost na tom pracovat. Taky z tohoto důvodu by měli tato centra využívat, pomáhat si, budovat si síť kontaktů a začít podnikat. I ideálně pak zůstat v Brně.*

## **Dílčí cíl 3: Přínos CKI centra pro uživatele a jejich motivace**

11. Proč by měli uživatelé navštěvovat CKI centra?

*Na to jsem myslím odpověděla výše.*

## **Dílčí cíl 4: Budoucí vývoj CKI center**

12. Kde vidíte CKI centra za pět let ve světě, České republice a v Brně?

*V Brně to bude podle mě ještě růst, ale za dva tři roky bude trh naplněn, například JIC se stále zvětšuje, záleží však jak ty nové nebo menší centra najdou financování, v menších městech není tolik kapitálu ani lidských zdrojů. Tato centra mají potenciál ve větších městech, takže v Praze, Brně, Ostravě, Zlíně či Olomouci. My*

*jsme oproti zahraničí pozadu, my se od nich inspirujeme a v zahraničí to podle mě trochu stagnuje.*

13. Plánujete v budoucnu více spolupracovat s CKI centry?

*Spolupráci s HUBem plánujeme rozvinout, s JICem 100% ano, s UNIFERem moc ne. Ideální je situace, že tato centra přijdou za námi. Oni mají otevřenou mysl než Magistrát. Spolupráci jsme určitě otevřeni, jsme omezeni rozpočtem, ale pokud to dává smysl, tak jsme pro.*

## **Příloha 9 Kompetenční model společnosti UNIFER**

### **Efektivní organizace**

Hlídá a dodržuje termíny a čas (přijde včas i na samotné AC a dodržuje přestávky). Je schopen si určovat priority a plánuje jednotlivé kroky ke splnění cíle. Je schopen delegovat úkony v rámci modelové situace. Nebojí se říci o pomoc. Kontroluje průběh práce, má přehled o tom, co se děje, kontroluje i výsledky práce. Dokáže efektivně pracovat s informacemi (správně porozumí daným informacím, je schopný je selektovat a využít). Umí se orientovat v problému, neztrácí přehled, orientuje se jak na cíl, tak i mezikroky. Vnímá skupinu a dění v ní. Nelpí na zbytečných detailech, ale je pečlivý v parametrech, které jsou požadovány. Je disciplinovaný – neodbíhá od daných úkolů.

### **Komunikace**

Komunikace rozdělena na 2 oblasti:

**Osobní prezentace:** Dokáže komunikovat své názory, postoje a pocity jasným, souvislým a srozumitelným způsobem. Používá přiměřená gesta, tempo řeči, intonaci, výběr slov vzhledem k situaci, nepoužívá tzv. parazitní slova (hmm, vlastně...). Disponuje prezentačními dovednostmi, mluvení před publikem mu nečiní potíže. Má bohatou slovní zásobu a jeho projev je logicky strukturovaný (úvod, obsah, závěr). Využívá adekvátní neverbální komunikaci (postoj, výraz, gestikulace, oční kontakt). Vyjadřuje se srozumitelně.

**Společenská rovina** (empatie, vztah k ostatním): Přizpůsobuje komunikační rovinu partnerovi. Reaguje pohotově, ale ne bez rozmyslu. Má pozitivní přístup k lidem, který se v komunikační rovině projevuje vřelostí. Dokáže komunikovat svůj odlišný názor nekonfrontačním způsobem. Neužívá komunikačních faulů (neshazuje ostatní, neužívá přezdívky,...). Aktivně naslouchá, neskáče do řeči a dává partnerovi prostor, neorientuje se pouze na sebe, ale na partnera.

### **Zodpovědnost**

Zná hranice svých schopností, když vidí, že je něco nad jeho síly, vyhledá pomoc a umí přiznat chybu, kterou chce řešit. Je schopný sebereflexe (vyhodnotit adekvátně svůj výkon, je si vědom svého přínosu). Na druhou stranu dokáže nést

následky za své chyby. Dodržuje slovo – splní, co slíbí. Plní zadané povinnosti. Je ochotný dělat úkoly, které má, i když se mu nechce. Průběžně i zpětně kontroluje a vyhodnocuje svou práci.

### **Proaktivita**

Projevuje zájem o daný úkol a je iniciativní. Sám navíc vyhledává příležitosti a je ochoten vybočit z komfortní zóny. Je schopný pracovat samostatně. Je otevřený novým možnostem a nebojí se pustit do věcí, které dobře nezná – nebojí se vstoupit do neznáma. Projevuje touhu a chuť se neustále zlepšovat a pracovat na sobě. Má vizi a pozitivní přístup. Přistupuje k daným úkolům adekvátním způsobem.

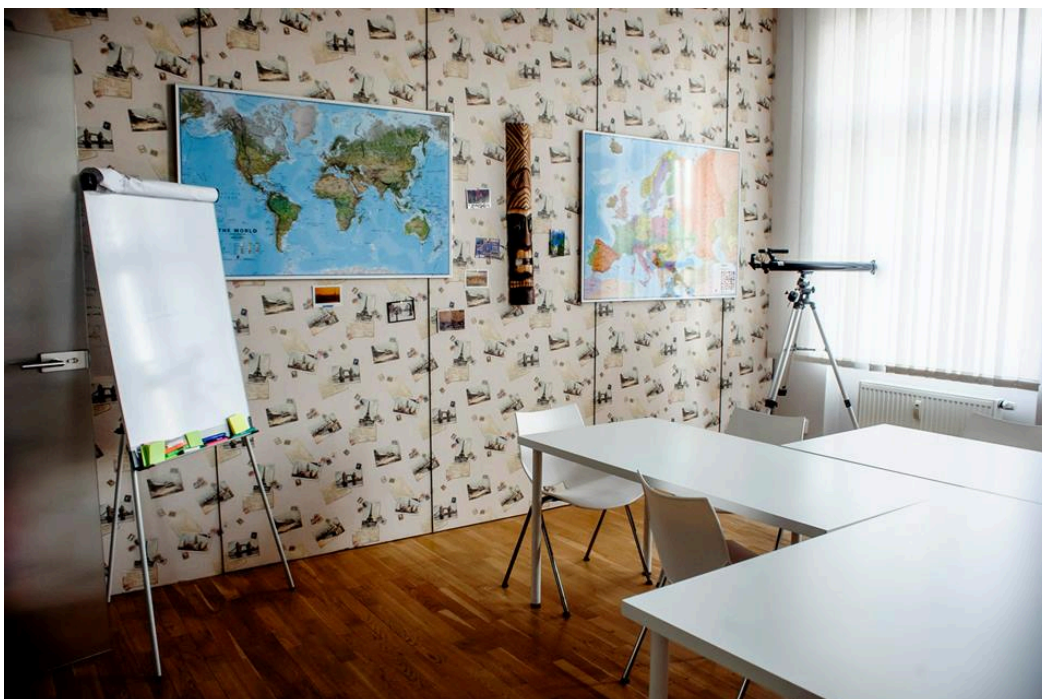
### **Adaptabilita**

Projevuje pozitivní reakce na změnu. Je schopen adekvátně reagovat na nečekanou situaci a dokáže řešit komplikované problémy. Reaguje rychle a pohotově, avšak ne bez rozmyslu. Dokáže včas postřehnout, že došlo ke změně vývoje situace, tuto změnu vyhodnotit a přizpůsobit se jí. Je vytrvalý a flexibilní, je schopný se přenastavit na různé procesy. Přichází z několika možnostmi řešení problému, neulpívá jen na jednom způsobu řešení. Je schopný využít stávající informace novým způsobem.

## Příloha 10 Fotogalerie UNIFER



Obr. 1. Odpočinková zóna (Zdroj: [www.unifer.cz](http://www.unifer.cz))

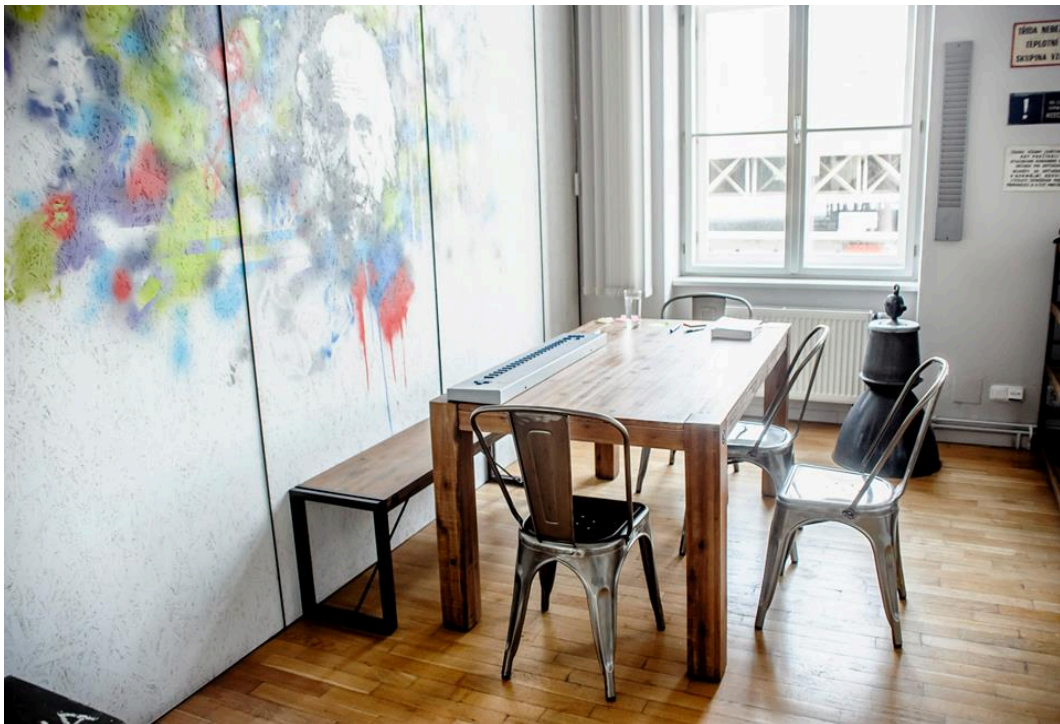


Obr. 2. Cestovatelská zasedací místnost (Zdroj: [www.unifer.cz](http://www.unifer.cz))





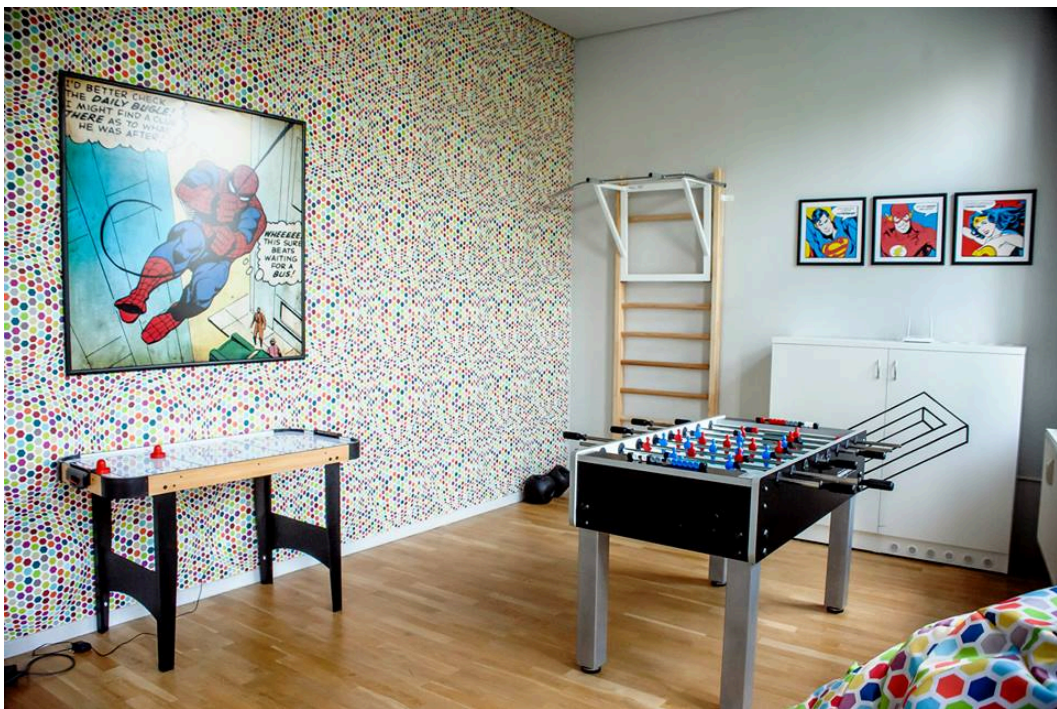
**Obr. 3. Divadelní zasedací místnost** (Zdroj: [www.unifer.cz](http://www.unifer.cz))



**Obr. 4. Technická zasedací místnost** (Zdroj: [www.unifer.cz](http://www.unifer.cz))



Obr. 5. Open Space (Zdroj: [www.unifer.cz](http://www.unifer.cz))



Obr. 6. Herna (Zdroj: [www.unifer.cz](http://www.unifer.cz))



## Příloha 11 Fotogalerie JIC



Obr. 7. Nová budova JIC (Zdroj: google.com)



Obr. 8. Zasedací místnost JIC (Zdroj: www.google.com)



**Obr. 9. Moderní prostory JIC (Zdroj: [www.google.com](http://www.google.com))**



## Příloha 12 Fotogalerie HUB



Obr. 10. Open Space v HUBu (Zdroj: [www.google.com](http://www.google.com))



Obr. 11. Networkingová akce HUB is loading: 30% (Zdroj: [www.google.com](http://www.google.com))



Obr. 12. Open Space v HUBu (Zdroj: [www.google.com](http://www.google.com))



Obr. 13. Model rozložení prostor HUBu (Zdroj: [www.google.com](http://www.google.com))



## Příloha 13 Fotogalerie dalších CKI center



Obr. 14. Locus Workspace Praha (Zdroj: [www.navolnenoze.cz](http://www.navolnenoze.cz))



Obr. 15. In-Spiro Praha (Zdroj: [www.navolnenoze.cz](http://www.navolnenoze.cz))



**Obr. 16. Image Office Praha** (Zdroj: [www.navolnenoze.cz](http://www.navolnenoze.cz))



**Obr. 17. Artek Praha** (Zdroj: [www.navolnenoze.cz](http://www.navolnenoze.cz))





**Obr. 18. Top Centrum podnikatelek Brno (Zdroj: [www.navolnenoze.cz](http://www.navolnenoze.cz))**



**Obr. 19. Locus Workspace Praha (Zdroj: [www.navolnenoze.cz](http://www.navolnenoze.cz))**



**Obr. 20. Coworking Center České Budějovice** (*Zdroj: [www.navolnenoze.cz](http://www.navolnenoze.cz)*)



Příloha 14 Infografika znázorňující fungování ImpactHUBu



## **Příloha 15** Pravidla uživatelů ImpactHUBu

(Zdroj: [www.slideshare.cz](http://www.slideshare.cz))

### **1. PRAVIDLO DŮVĚRY**

Důvěřujeme Vám, že si sami hlídáte své hodiny strávené v HUBu a platíte na baru za zakoupené jídlo a pití. Vy zase můžete důvěřovat nám, že uděláme všechno proto, abyste se u nás cítili fajn.

### **2. PRAVIDLO KNEDLO-VEPŘO**

V OpenSpace nejíme velká jídla. Patří na bar, do lounge nebo na terasu.

### **3. PRAVIDLO VIBRACE**

Telefony prosím přepněte na vibraci. Není potřeba se ostatním členům chlubit svou vyzváněcí melodií.

### **4. PRAVIDLO 20. DNE**

Do každého 20. dne v měsíci můžete upravovat svůj členský tarif na další období nebo jej zrušit. Po tomto datu už to bohužel kvůli probíhající fakturaci nejde.

### **5. PRAVIDLO 3 DO HODINY**

Pokud máte na schůzce tři a více lidí a jednání trvá více než hodinu, rezervujte si prosím pro takovou příležitost zasedačku.

### **6. PRAVIDLO HRDÉ MÁMY**

Uklízejte po sobě nádobí, myčka Vám ráda pomůže. A když je v procesu, stará dobrá ruční práce funguje taky skvěle.

### **7. PRAVIDLO CIRKULACE**

Pokud svoje místo u stolu opouštíte na déle než hodinu, uklid'te si svoje věci a dejte prostor někomu jinému. Až se vrátíte, můžete si vybrat jiné.

### **8. PRAVIDLO ODPOVĚDÍ**

Kde není otázka, není odpověď. Jestli Vás cokoliv zajímá, ptejte se, ptejte se a ptejte se. Hostitelé jsou tu pro tebe.