

Секция «7. Развитие управленческого потенциала в инновационной экономике»

Коворкинг-центры в России

Нагибин Г.В.¹, Подкопаев А.А.²

1 - Финансовый университет при Правительстве РФ, Факультет менеджмента, 2

*- Финансовый университет при Правительстве РФ, Факультет менеджмента,
Москва, Россия*

E-mail: nagibin.georgiy@mail.ru

Научный руководитель

к. э. н. Артемьева Ольга Александровна

В последнее время все более и более становится популярным термин «коворкинг». В переводе с английского языка, «co-working» означает «совместно работающие». Отсюда появилось понятие коворкинг-центра.

Обращаясь к свободной интернет-энциклопедии «Wikipedia», коворкинг центр (далее просто коворкинг) - это модель работы, в которой участники, оставаясь независимыми и свободными, используют общее пространство для своей деятельности. В частности, коворкинг популярен среди фрилансеров, удаленных сотрудников, переводчиков, программистов, дизайнеров и начинающих предпринимателей. Коворкинг занимает промежуточное место между работой из дома и использованием отдельного офиса.

Коворкинг – это уникальное рабочее пространство, в котором объединены воедино технологии, творчество и свобода. Это необычная рабочая модель, в которой специалисты различных профессий работают в одном помещении. При этом они независимы друг от друга: каждый работает над собственным проектом. Их объединяет лишь рабочая среда, пространство, помещение.

Идея создания общего рабочего пространства для нескольких независимых работников принадлежит Бреду Ньюбергу. Будучи молодым программистом, в 2005 году он стоял на распутье: пойти работать в офис или же заняться фрилансом. В первом случае его ждала стабильность и постоянное общение с коллегами (это, наверное, самый весомый плюс офисной работы). А второй вариант подразумевал полную свободу и независимость (к чему стремятся многие современные граждане).

Бред выбрал фриланс, но отказался лишаться всех прелестей офиса. Он решил, что вовсе необязательно выбирать что-то одно. Он придумал, как можно объединить обе рабочие модели в одну. Началось все с аренды большого офиса в центре города, после чего Бред предложил другим «свободным работникам» необычную схему работы. Идея была воспринята на ура. А саму модель организации рабочего пространства Бред назвал «коворкингом».

За прошедшие несколько лет, схема функционирования коворкинг-центров практически не изменилась. Она лишь расширилась. Теперь это не просто рабочее пространство, но и место проведения переговоров, деловых встреч, тренингов.

Как уже было отмечено, целевой аудиторией являются фрилансеры, удаленные работники, переводчики, а также люди различных творческих специальностей: художники, дизайнеры, писатели, копирайтеры, рекламисты. Кроме них, услугами коворкинг-центров часто становятся бизнес-тренеры, ораторы, начинающие стартаперы. Но это

далеко не все категории потенциальных клиентов. На самом деле, коворкинг может объединять представителей практически любых сообществ – от флористов до молодых мам. И вот тут нужно уяснить одну важную деталь.

Ни один из коворкингов не сможет создать пространство, подходящее для всех сообществ сразу. Каждая профессия, хобби или увлечение требует разного подхода к внутреннему оснащению. Кроме того, некоторые категории клиентов просто не смогут ужиться друг с другом. Например, нельзя держать в одном помещении писателей, любящих тишину и спокойствие, и музыкантов, от которых всегда много шума.

Исходя из выше сказанного, Вам следует выбирать: работать в коворкинге с одним рабочим пространством или выбрать коворкинг-центр, поделенный на несколько рабочих зон.

Коворкинг-центр имеет свои преимущества и недостатки.

К преимуществам относят:

- Сообщество.
- Ускорение проектов.
- Комфортная атмосфера.
- Свобода.
- Низкие арендные ставки.
- Взаимопомощь.
- Повышение степени мотивации.

К недостаткам относят:

- Дорога.
- Безопасность.
- Шум и отвлекающие события.
- Незнакомые люди.

Говоря об истории, первый коворкинг-центр был открыт американцем Бредом Ньюбергом в 2005 году в США. Вслед за США, коворкинг центры стали появляться и в Европе. Уже через 3 года коворкинги стали распространяться по всему миру.

В настоящее время, коворкинги открываются почти во всех крупных городах России. В Москве их так же, как и в Питере около 20. Коворкинги успешно работают и развиваются в Новосибирске, Екатеринбурге, Перми, Омске, Электростали, Тольятти, Ростове-на-Дону, Чебоксарах, Кирове, Самаре, Нижнем Новгороде, Майкопе, Уфе, Туле, Набережных Челнах, Астрахани и Оренбурге.

В заключении хочется отметить, что коворкинг – нечто современное, нечто подходящее для современного общества.

Русское общество не только приняло идею, оно ее развивает и дополняет. Всего за 3 года, в Москве и Санкт-Петербурге открылось более 20 коворкингов в каждом. Более 50 коворкингов уже активно работают по всей стране.

Не смотря на такой быстрое развитие коворкингов России, были и неудачные примеры открытия коворкингов. Первые два российских коворкинга «прогорели». И в данный момент, открывая свой коворкинг, есть большой шанс не выйти на окупаемость, из-за чего придется закрыть проект.

Для того, чтобы не было таких ситуаций, нужно отчетливо разработать маркетинговую стратегию. Но ведь это только начало и коворкинги будут дальше развиваться в России и во всем мире.

Литература

1. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру. Как создать, завоевать и удержать рынок. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006
2. Электронный ресурс – режим доступа – URL: <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения – 23.11.13)
3. Электронный ресурс – режим доступа – URL: <http://habrahabr.ru> (дата обращения – 23.11.13)