

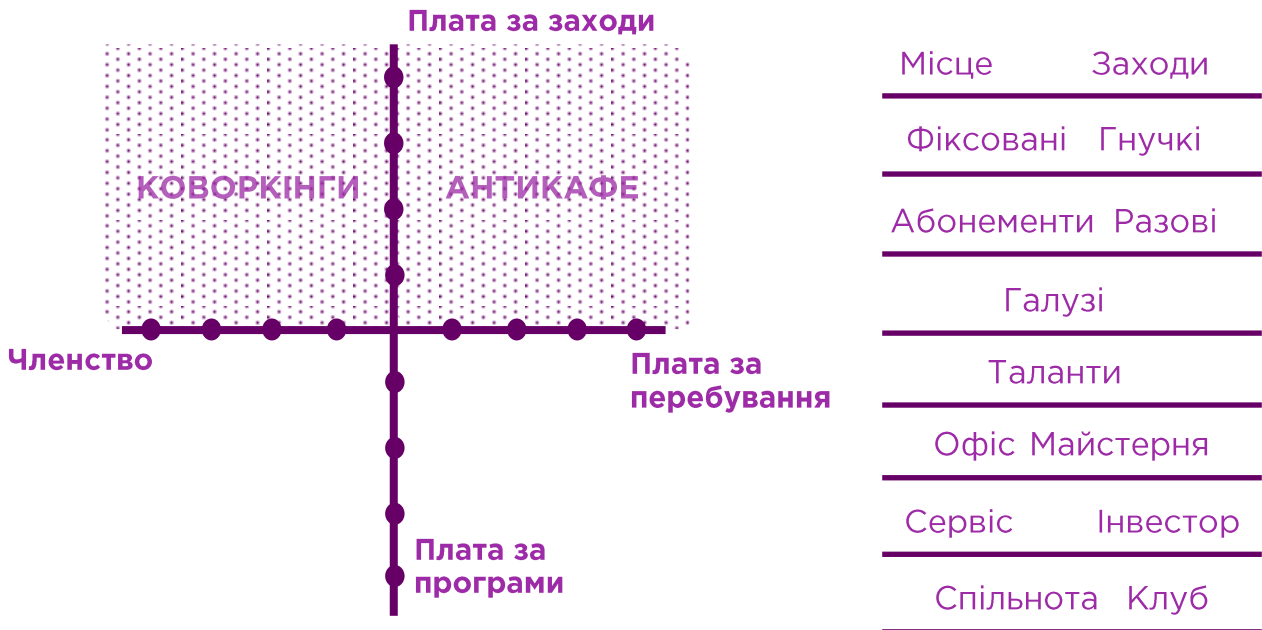
ЕКОНОМІКА КОЛЕКТИВНИХ ПРОСТОРІВ

Львів

2016

ТИПОЛОГІЯ КОЛЕКТИВНИХ ПРОСТОРІВ

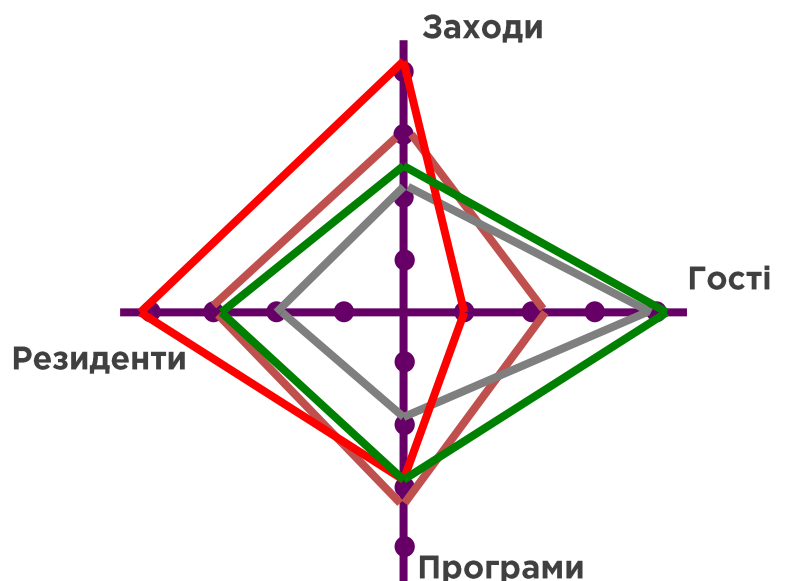
Колективні простори можуть приймати нескінченну кількість варіацій, залежно від галузевого фокусу (ІТ чи медійники, інженери чи фінансисти), від типу талантів-головних клієнтів (креативні, підприємницькі чи управлінські), типу приміщення (для заходів чи майстерня), виду послуг, що надаються (виключно сервіс з надання приміщення чи інвестор у компанії-резиденти), типу спільноти (відкрита спільнота чи закритий клуб), категорії членства (фіксоване чи гнучке) і конструкції бізнес-моделі.



Певно найбільш відомими типами колективних просторів є коворкінги, бізнес-інкубатори, антикафе та навчальні центри. Коворкінги як тип колективних просторів є найбільш поширеним в світі. Кількість коворкінгів зростає і тренд (згідно дослідження Deskmag за 2014р.) залишатиметься.

НА ЧОМУ ЗАРОБЛЯЮТЬ ПРОСТОРИ

Традиційними джерелами доходів для колективних просторів є плата за використання простору (погодинна оплата), членство (плата за використання простору впродовж певного часу у місяць і т.п.), оренда приміщення для проведення заходів та проведення платних навчальних програм.



В країнах ЄС плата за робоче місце (робочий стіл) далі переважає у доходах коворкінгів. Середній дохід з резидента на місяць (230 євро) ще набагато перевищує показники в Україні.

- Харківський простір Новое Место – простір у ТРЦ, проводить великі заходи (конференції, виступи, виставки) – € 1500 кв м з мінімальною орендою, плюс традиційний коворкінг.
- Львівський betaplace вже вийшов на самоокупність, маючи постійні команди-резиденти, бл 50 людей у вузькому колі власної спільноти. Простір не є великим проектом за оборотом, але є великим за якістю спільноти, яка переважно складається з майстрів (makers, hardware innovators) але захоплює й інші сфери.
- Дніпропетровський I coworking є похідним і складовою інкубатора.
- Київський Часопис – найбільший та найуспішніший колективний простір країни. Перший поверх (Креативний простір Часопис) заробляє у більшості на подіях (учасники платять за час перебування під час заходів), – у 2014р в Часописі пройшло 300+ подій. На 4-ому поверсі розташований Часопис коворкінг – класичний коворкінг (прайс). І Часопис розширюється далі у тому самому будинку на пл. Льва Толстого.

ВІЛЬНІ НІШІ ДЛЯ КОЛЕКТИВНИХ ПРОСТОРІВ

На мою думку в Україні для колективних просторів все тільки починається:

- **Кількість самозанятих ще відносно мала, але зростатиме** – зростає попит, відсутні нові робочі місця у компаніях (отже, люди відкриватимуть власні справи).
- **Вільні галузі для колективних просторів** – в країні ще дуже мало просторів, заточених під певну галузі чи сфери, наприклад, MediaHub (фокус – медійники), решта працюють на перетині ІТ, дизайну та консалтінгу – клієнти переважно з цих сфер. Натомість можна і треба спецілізуватись – мають бути місця для аніматорів та відеографістів, індустрії кіно, для кураторів та менеджерів з культурних індустрій, дизайнерів одягу т.д. Очевидно, що завжди будуть резиденти з інших сфер – колективні простори завжди матимуть дотичність з іншими сферами, що не забирає потребу у фокусі.
- **Триватиме еволюція бізнесу** – відбуватиметься перехід від тусовщиків до вільних фахівців / самозайнятих (коли мають проекти, за які платять), від самозайнятих до команд і від проектних команд до малого бізнесу. На кожному етапі є свої потреби і колективні простори можуть задовільняти ці потреби – і здатність задовільняти потреби визначатиме тип того чи іншого простору. Не всі будуть або мають бути інкубаторами і не всі мають пропонувати обслуговування СПД.



Місце
Атмосфера



Місце
Клієнти
Сервіси

Мережа



Клієнти
Сервіси
Навички

Мережа
Знання



Сервіси
Навички
Люди
Фінанси

Мережа
Знання
Фінанси

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВЛАСНИКІВ ЗА СТВОРЕННЯ РИНКІВ

Колективний простір – за визначенням гнучка та динамічна структура, – резиденти відпадають або доєднуються постійно (т.зв. churn rate – відсоток резидентів, які залишили простір у певний час, наприклад, за місяць). Колективні простори живляться з екосистеми – мають з'являтися охочі працювати, навчатись або тусуватись у колективних просторах. Отже, колективні простори кровно зацікавлені у розвитку ринків на свої послуги.

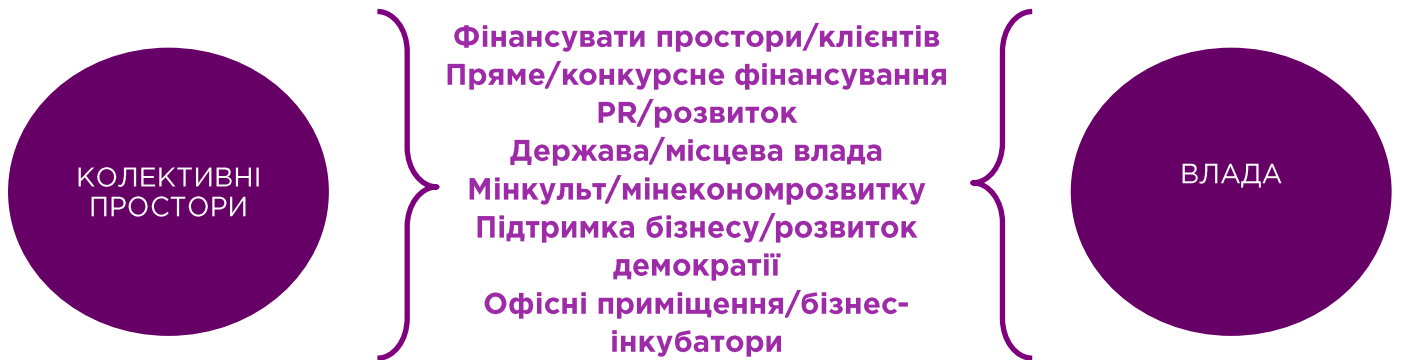
РОЛЬ ВЛАСНИКІВ ТА МЕНЕДЖЕРІВ

Що можуть робити власники, менеджери та аніматори просторів:

- **Допомагати з клієнтами** – активно просувати послуги своїх резидентів, рекламувати та просувати – чим більше історій про те, що простір допоміг знайти клієнтів – тим краще для ринку загалом
- **Розвивати бізнес-мислення** – впізнавати початківців або аматорів від бізнесу, які не мають продукту чи послуги і щиро дивуються, коли в них мало замовників. Радити яку мати бізнес-модель, як розширитись тощо. Добрий фінансовий стан резидентів – запорука економічного успіху колективного простору.
- **Формувати екосистему** – власники колективних просторів мають відгравати ключову роль у формуванні місцевих еко-систем – залучати інвесторів, допомагати знаходити місцевих інвесторів, знатися з інкубаторами, допомагати подіям та заходам. Особливо важливо комунікувати – у соц медіа, на заходах, на офіційних заходах. Це дуже добре, коли засновники колективних просторів стають публічними особами, центрами еко-системи бізнесу.

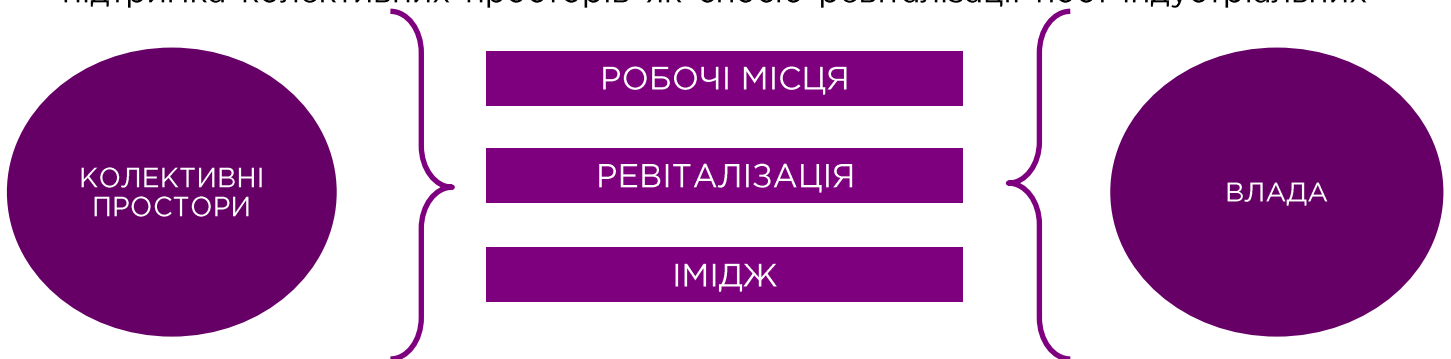
ВЛАДА ТА КОЛЕКТИВНІ ПРОСТОРИ

В багатьох країнах ЄС влада виділяє гранти на створення або розвиток колективних просторів. В Україні теж є такий приклад – створений на кошти норвезького гранту iHub Київ – центр інновацій та підприємництва. Зважаючи на екосистемне значення колективних просторів, здавалось би – чому ні, нехай влада виділяє гранти.



Водночас, грантова підтримка самих колективних просторів підриває ринок. Якщо твоя оренда оплачена – навіщо докладати додаткових зусиль, щоб знайти клієнтів, які здатні оплатити вищу вартість з орендою? Це – неправильні ринкові стимули.

Водночас треба і варто підтримувати проекти клієнтів колективних просторів – творчі проекти, тематичні події (навчальні семінари, конференції, хакатони і тд), підтримувати створення культурних та креативних продуктів та послуг. Ці проекти зможуть орендувати приміщення або ставати резидентами колективних просторів. Ще один можливий прийнятний варіант підтримки – підтримка колективних просторів як спосіб ревіталізації пост-індустріальних



або занедбаних приміщень із створенням нових публічних просторів для відповідної громади. Не впевнений щодо інкубаторів – інкубатори та подібні програми мають заробляти самі, маючи частку у бізнесах-бенефіціарах. Влада може підтримувати венчурні фонди, – але не тут і не зараз в Україні.

Ринок колективних просторів в Україні є і він зростає. Хоча цей ринок наразі є ще малим та кількісно і якісно малорозвиненим у порівнянні з іншими європейськими країнами.