

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA

FENOMÉN COWORKINGU V ČESKÉ REPUBLICE: PROVOZ
CENTER A MOTIVAČNÍ FAKTORY ZNALOSTNÍCH PRACOVNÍKŮ
PRO VYUŽÍVÁNÍ NEZÁVISLÉ DISTANČNÍ PRÁCE VE SDÍLENÉM
PROSTORU

Diplomová práce

Autor: Bc. Kamila Hrušková

Vedoucí práce: doc. Ing. Jaroslava Kubátová, Ph.D.

Olomouc 2015

Document for registration DIPLOMA STUDENT'S THESIS

Submits:	ADDRESS	PERSONAL NUMBER
Bc. HRUŠKOVÁ Kamila	Ostravská 331, Bílovec	F130310

TOPIC IN CZECH:

Fenomén coworkingu v České republice: provoz center a motivační faktory znalostních pracovníků pro využívání nezávislé distanční práce ve sdíleném prostoru

THESIS TITLE IN ENGLISH:

The Phenomenon of Coworking in the Czech Republic: the Centers' Operation and Motivating Factors for Knowledge Workers for an Independent Distance Work Carried Out from a Shared Office

SUPERVISOR:

Doc. Ing. Jaroslava Kubátová, Ph.D. - KAE

RESEARCH PLAN:

1. Znalostní pracovník a jeho specifika, coworking jako globální fenomén v kontextu znalostní ekonomiky 21. století
2. Rozvoj coworkingu v České republice, specifika vybraných center
3. Přínosy a výzvy coworkingu, identifikace potenciálních motivačních faktorů pracovníků pro coworking
4. Metodologie výzkumu, sumarizace výsledků interview s provozovateli vybraných center a dotazníkového šetření mezi klienty těchto center
5. Návrh přípravy nastupující generace znalostních pracovníků na coworking

List of recommended literature:

FOERTSCH, C. The 3rd Global Coworking Survey, In: Deskmag [online]. cit. 2014-04-28. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/coworking-spaces-forecast-global-survey-statistics-2013>.

JONES, A. M. The Fifth Age of Work: How Companies Can Redesign Work to Become More Innovative in a Cloud Economy. Portland: Night Owls Press, 2013. ISBN 978-19-3764-508-3.

MORAVEC, J. W. (Ed.). Knowmad Society. Minneapolis: Education Futures, 2013. ISBN 978-0615742090.

MORISSET, B. Building New Places of the Creative Economy. The Rise of Coworking Spaces [online]. cit. 2014-04-28. Dostupné z: http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/91/40/75/PDF/Morisset_Coworking_Paper-Utrecht-Conference_Jan-2014.pdf.

SPINUZZI, C. Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. Journal of Business and Technical Communication, 2012, roč. 26, č. 4, s. 399441 [online]. cit. 2014-04-28. Dostupné z: <http://jbt.sagepub.com/content/26/4/399>.

Student's signature:

Date: 5. 1. 2015

Supervisor's signature:

Date: 5. 1. 2015

Čestné prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem diplomovou práci na téma *Fenomén coworkingu v České republice: provoz center a motivační faktory znalostních pracovníků pro využívání nezávislé distanční práce ve sdíleném prostoru* vypracovala samostatně pod odborným dohledem doc. Ing. Jaroslavy Kubátové, Ph.D. a uvedla jsem všechny použité podklady a literaturu.

V Paříži dne 7. srpna 2015

Podpis

.....

Poděkování

Ráda bych vyjádřila uctivé poděkování doc. Ing. Jaroslavě Kubátové, Ph.D. za její odborné vedení, veškeré její rady a připomínky, bez nichž by tato práce nenabyla současné podoby. Poděkování směřuji i k provozovatelům coworkingových center zapojených do výzkumu za jejich sdílnost i spolupráci. V neposlední řadě děkuji mé rodině a mým nejbližším, jež při mě stáli i v náročných chvílích a podporovali mě v průběhu celého dosavadního studia.

Obsah

Obsah	1
Úvod	3
1 Proměny podob práce	6
1.1 Coworking	8
1.1.1 Rozvoj coworkingu ve světě	10
1.1.2 Coworking na území České republiky	18
2 Motivace pracovníků pro coworking a pro výběr coworkingových center na pozadí vybraných výzkumů	22
3 Metodologické vymezení výzkumu	26
4 Případové studie	28
4.1 Cowo Brno	28
4.1.1 Pojetí coworkingu	28
4.1.2 Založení centra a jeho provozní specifika	28
4.1.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled	30
4.1.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky	30
4.2 Coworking 2.0, Ostrava	32
4.2.1 Pojetí coworkingu	32
4.2.2 Založení centra a jeho provozní specifika	33
4.2.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled	35
4.2.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky	36
4.3 Coworking Centrum Příbor	37
4.3.1 Pojetí coworkingu	37
4.3.2 Založení centra a jeho provozní specifika	37
4.3.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled	39
4.3.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky	40
4.4 Coworking Olomouc	41
4.4.1 Pojetí coworkingu	41
4.4.2 Založení centra a jeho provozní specifika	42
4.4.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled	43
4.4.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky	43
4.5 Impact HUB Brno, Impact HUB Ostrava	45
4.5.1 Pojetí coworkingu	45
4.5.2 Založení centra a jeho provozní specifika	46
4.5.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled	48
4.5.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky	49
4.6 TIC Zlín	52
4.6.1 Pojetí coworkingu	52
4.6.2 Založení centra a jeho provozní specifika	53
4.6.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled	54
4.6.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky	54
4.7 Viva Ostrava	55
4.7.1 Pojetí coworkingu	55
4.7.2 Založení centra a jeho provozní specifika	56
4.7.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled	58
4.7.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky	59
4.8 VTP UP Olomouc	60

4.8.1	Pojetí coworkingu	60
4.8.2	Založení centra a jeho provozní specifika.....	61
4.8.3	Hodnocení provozu a budoucí výhled	62
4.8.4	Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky.....	62
4.9	Shrnutí výsledků řízených rozhovorů	63
5	Dotazníkové šetření	65
5.1	Shrnutí výsledků dotazníkového šetření	74
6	Návrh změny koncepce výuky v kontextu aktuálních trendů na trhu práce	77
6.1	Koncepce vzdělávání dle Knowmads Business School.....	77
6.2	Možné prvky inovace výuky na KAE	81
6.2.1	Kombinace pracovní praxe a studia	81
6.2.2	Dehierarchizace, výukové metody, podpora sdílení znalostí.....	83
6.2.3	Předmětová skladba, self-directed learning	84
	Závěr.....	86
	Summary	90
	Seznam pramenů a literatury	91
	Seznam zkratk	97
	Seznam tabulek, grafů a obrázků	98
	Přílohy	100

Úvod

Mění se ekonomická realita s sebou přináší i vývoj forem práce. Zaměstnavatelé musí pružně uzpůsobovat podobu práce nejen z důvodu změn poptávky, spotřebitelského chování a jiných vnějších faktorů, nýbrž i s ohledem na požadavky a nároky svých pracovníků. Rozšířením informačních a komunikačních technologií a jejich dynamickým vývojem dochází k modifikaci tradičních kancelářských zaměstnání do jejich nových, alternativních, mnohdy distančních forem. Jednou z aktuálních podob distanční práce je tzv. coworking.

Coworking je moderní forma práce či individuálního podnikání realizovaná ve sdíleném pracovním prostoru (tzv. coworkingovém centru) společně s jinými lidmi, kteří nezávisle na sobě vykonávají svou běžnou práci, a to zpravidla s využitím informačních a komunikačních technologií. Klientelu coworkingových center tvoří především freelanceři, tedy profesionálové bez stálého pracovního úvazku, ale také pracovníci s plným či částečným pracovním úvazkem, kterým zaměstnavatel umožňuje flexibilní práci, a stále častěji také studenti a pracovníci na mateřské či rodičovské dovolené. Pro coworking je typický vznik profesně heterogenní komunity, v níž dochází k navazování neformálních vztahů, sdílení znalostí a mnohdy i norem a hodnot podobně jako na běžném pracovišti v rámci organizace.

V důsledku rozvoje a dostupnosti informačních a komunikačních technologií pro práci i vzhledem ke specifickým požadavkům současné generace zaměstnanců či aktuálním trendům ve firemním řízení a na trhu práce nabývá coworking v kontextu znalostní ekonomiky na významu. Provozování coworkingu a zřízení coworkingových center v celosvětovém i národním měřítku tento aktuální trend velmi promptně reflektuje. Se vzrůstající oblibou coworkingu mezi znalostními pracovníky však musí firmy mj. čelit velmi naléhavé výzvě v podobě možných dopadů této formy práce na jejich sociální kapitál¹. V případě využívání coworkingu dochází ke značnému narušení či úplné absenci přímého osobního kontaktu mezi zaměstnanci dané organizace. Tato skutečnost se projeví omezeným rozvojem neformálních vztahů v organizaci a následně také nepříznivým ovlivněním procesu sdílení znalostí v rámci

¹ Sociální kapitál chápeme ve smyslu, jak ho definoval P. F. Bourdieu (1980), tedy jako souhrn sociálních kontaktů, kterých může jedinec využít ke svému prospěchu hmotnému či nehmotnému. Z hlediska organizace se jedná o veškeré zásoby znalostí, jimiž organizace disponuje díky existenci interpersonálních vztahů a kontaktů v rámci organizace i mimo ni.

organizace, pro něž je osobní kontakt klíčový. Na straně pracovníků je coworking velkou příležitostí k plnohodnotnému profesnímu uplatnění dle vlastních potřeb a bez limitů, které by přineslo tradiční zaměstnání. Je proto nutné zkoumat, z jakých důvodů se pracovníci k této inovativní formě práce uchylují. Díky těmto znalostem mohou subjekty ekonomického systému odpovídajícími způsoby reagovat.

S ohledem na absenci výzkumu tohoto novodobého fenoménu distanční práce v České republice je nezbytné fenomén coworkingu podrobně analyzovat a identifikovat motivační faktory znalostních pracovníků, kteří jej aktivně využívají. Znalosti z výzkumu budou vědecky hodnotné, neboť zachytí významný sociálně-ekonomický fenomén, a zároveň umožní adekvátně uzpůsobit přípravu současné i nadcházející generace znalostních pracovníků.

Cílem této diplomové práce je tedy zachytit rozvoj coworkingu na pozadí změn na trhu práce, a to s důrazem na provoz coworkingových center na vybraném území České republiky (kraj Olomoucký, Moravskoslezský, Jihomoravský a Zlínský), a dále pak identifikovat motivační faktory pracovníků pro využívání této formy práce. V neposlední řadě bude praktickým přínosem práce návrh inovativních prvků možné přípravy vysokoškolských studentů na zkoumanou alternativní formu zaměstnání.

V práci budeme hledat odpovědi na následující výzkumné otázky:

Z jakých důvodů využívají pracovníci služeb coworkingových center?

Jaké profese bývají nejčastěji zastoupeny v českých coworkingových centrech?

Jakým způsobem coworkingová centra podporují proces sdílení znalostí?

Lze budoucí znalostní pracovníky připravit na coworking? Jestliže ano, jakým způsobem?

Relevantní teoretické východisko pro výzkum realizovaný v rámci této diplomové práce představují články a průzkumy internetového profesního periodika *Deskmag*, avšak zásadním přínosem pro tuto oblast zkoumání je zejména studie C. Spinuzzi *Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity*², v níž autor analyzuje rozdílné náhledy na distanční práci vykonávanou ze sdílených pracovních prostorů a zabývá se rovněž motivy klientů coworkingových center

² SPINUZZI, C. Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 2012, roč. 26, č. 4, s. 399-441.

pro volbu této formy práce. Motivy coworkerů však zkoumá výhradně v regionálně omezené části USA. Aspekty distanční práce a procesu sdílení znalostí v coworkingových centrech se zabývá i kolektivní monografie *Knowmad Society*³, v níž autoři mj. nahlíží na způsoby práce vysoce mobilních znalostních pracovníků na pozadí společenských změn, globalizace i dynamického vývoje technologií.

V České republice byl v roce 2013 realizován průzkum Práce na dálku⁴, jenž podává přehled o stavu různých forem virtuální (online) práce u nás. Tento průzkum se ale zaměřuje především na hodnocení manažerské a technické připravenosti českých firem, jejichž zaměstnanci praktikují některou z forem distanční práce; nezabývá se tedy ani specificky fenoménem coworkingu, ani důvody, jež vedou klienty českých coworkingových center k využívání služeb sdílených pracovišť. Rozvoj práce nezávislých profesionálů v České republice lze sledovat i prostřednictvím portálu Navolnoze.cz. Ani tento portál není spjat jednoznačně s coworkingem, avšak obsahuje příspěvky na toto téma.

Úvodní část práce, vycházející z vybraných výše jmenovaných zdrojů a dalších souvisejících odborných publikací, poslouží jako teoretické východisko pro přípravu části empirické, v rámci níž budou primárně realizovány řízené rozhovory se zakladateli a provozovateli českých coworkingových center. Interview budou rovněž doplněna dotazníkovým šetřením, jehož respondenty budou pracovníci využívající služeb vybraných coworkingových center. Výstupem je pak rámcový návrh inovace vysokoškolské výuky, a to na konkrétním příkladu Katedry aplikované ekonomie Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci.

³ MORAVEC, J. W. et al. *Knowmad Society*. Minneapolis: Education Futures, 2013.

⁴ MARTOCH, M. Průzkum Práce na dálku 2013 v ČR [online]. cit. 2014-19-12. Dostupné z: <http://www.pracena-dalku.cz/portals/0/pruzkum/vysledky-pruzkum-prace-na-dalku-2013-v-cr.pdf>.

1 Proměny podob práce

Vznik coworkingu a jeho dynamický rozvoj v globálním měřítku lze přisuzovat souvisejícím tendencím – vzestupem tzv. kreativní⁵ a znalostní ekonomiky⁶ a digitalizace práce, jež „kladou nové nároky na zřizování a využívání prostorů určených pro tvořivou práci“⁷. V kontextu globalizace čelí organizace zvýšené konkurenci a znalostní pracovníci a inovativní postupy jsou proto považovány za klíčové faktory udržitelného ekonomického růstu. „Pracovníci, které bylo možné nazvat znalostními, existovali ve společnosti odnepaměti. V posledních padesáti letech však ve vyspělých ekonomikách došlo k prudkému nárůstu jejich podílu na celkovém počtu pracovníků a jsou to právě oni, kdo zajišťují růst a prosperitu svých zemí.“⁸

Znalostního pracovníka vymezuje Drucker jako pracovníka, jenž:

- „má znalost, která je pro organizaci důležitá, často je jediným, kdo ji v organizaci má;
- dokáže tuto znalost prakticky využít;
- jeho znalost může být částečně podvědomá, pracovník o ní nemusí vědět nebo jí přisuzovat význam;
- ostatní pracovníci organizace mají k této konkrétní znalosti omezený přístup, tj. nemohou se ji z nějakého důvodu naučit (může to být časově a finančně náročné nebo zcela nemožné, protože jim chybí znalost či dovednost podmiňující tvorbu oné konkrétní znalosti), nebo ji nemohou či nesmějí použít (je vázána na určitý certifikát, třeba vysokoškolský diplom či výuční list);

⁵ Hybateli tzv. kreativní ekonomiky je dle Floridy (2002) tzv. kreativní třída – znalostní pracovníci, jež přinášejí inovativní a kreativní řešení problémů, avšak i jejich samotnou identifikaci v rámci složitých procesů. Nejedná se tedy o kreativní činnost v původním, úzkém slova smyslu (umělecká činnost), avšak v širším pojetí zahrnujícím i např. vědeckou činnost, inženýrství, softwarové specialisty, konzultanty, apod.

⁶ Znalostní ekonomika je založena na produkci, distribuci a využívání znalostí a informací. Znalostní ekonomiku charakterizuje zejména využití informačních a komunikačních technologií, snížená závislost firem na potřebě fyzické koncentrace zdrojů, transformace fyzických organizací do virtuálních, proces sdílení informací a znalostí či spolupráce a slučování původně odděleně fungujících ekonomických sektorů (Wokoun, 2011).

⁷ MORISET, B. Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces. In: *2nd Geography of Innovation International Conference 2014*. Utrecht University, 2014. s. 2.

⁸ MLÁDKOVÁ, L. Nový fenomén. Znalostní pracovníci [online]. cit. 2015-03-02. Dostupné z: <http://hrm.ihned.cz/c1-20731790-novy-fenomen-znalostni-pracovnici>.

– *znalostní pracovníci často pracují duševně, ale není to pravidlem.*“⁹

Digitalizace, jak dokládá Moriset¹⁰, významně změnila způsob znalostní práce, umožnila ji vykonávat z nejrůznějších lokalit po celém světě. Kancelářská prostředí určená znalostním pracovníkům jsou tak podrobena rozsáhlým proměnám. Výrazným trendem je dle Moriseta tzv. desk-sharing, tedy sdílení kancelářského místa, k němuž se mj. uchylují konzultantské či počítačové firmy (např. Ernst&Young či IBM). Jak však naznačuje, nezávislí profesionálové (specializovaní znalostní pracovníci, freelanceři¹¹ a zakladatelé start-upů), kteří nejsou charakterem své profese vázáni na fixní kancelářské místo (bývají označováni jako tzv. digitální nomádi¹²), se při práci z izolovaného prostředí potýkají s nedostatkem společenské a profesní interakce. Coworking se jim tak stává příhodnou formou práce a jemu vyhrazené prostory, tzv. coworkingová centra, tak představují jejich pracoviště.¹³

Jak Moriset konstatuje, tradiční formy organizace práce, času a prostoru, z něhož je profese vykonávána, prošly významnými změnami a jejich kombinaci lze pozorovat právě v případě coworkingu, respektive coworkingových center.¹⁴

Moravec¹⁵ kombinací pojmů znalostní pracovník a digitální nomád vytváří termín „knowmad“. Představuje jej jako nástavbu původního Druckera pojmu „znalostní pracovník“ s touto změnou, že nový koncept v sobě pojímá realitu technologického vývoje a globalizace. Knowmads při práci využívají nejnovějších technologických a komunikačních vymožeností, jejich práce má v mnohých případech nadnárodní a interkulturní přesah a vymyká se tradičnímu konceptu organizace práce (ve smyslu zadání specifických úkolů, respektování organizačních procesů i výkonu práce z fixního kancelářského místa). Na rozdíl od všech předchozích generací pracovníků přebírají knowmads dle Moravce plně zodpovědnost za vlastní budoucnost

⁹ DRUCKER, P. *Management Challenges for the 21st Century*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 1999. In: MLÁDKOVÁ, L. Nový fenomén. Znalostní pracovníci [online]. cit. 2015-03-02. Dostupné z: <http://hrm.ihned.cz/c1-20731790-novy-fenomen-znalostni-pracovnici>.

¹⁰ MORISET, B. Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces. In: *2nd Geography of Innovation International Conference 2014*. Utrecht University, 2014, s. 4.

¹¹ Freelancery lze vymezit jako nezávislé profesionály (v češtině se v této souvislosti užívá pojmu pracovník na volné noze), živnostníky a drobné podnikatele (Navolnenoze.cz).

¹² Moravec (2013) vymezuje digitální nomády jako „kreativní a inovativní znalostní pracovníky, schopné spolupráce téměř s kýmkoli, kdykoli a odkudkoli“.

¹³ MORISET, B. Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces. In: *2nd Geography of Innovation International Conference 2014*. Utrecht University, 2014, s. 4-5.

¹⁴ Tamtéž, s. 18.

¹⁵ MORAVEC, J. W. et al. *Knowmad Society*. Minneapolis: Education Futures, 2013.

ve smyslu aktivního vyhledávání podnikatelských příležitostí. Jak dále předjímá, „v roce 2020 bude 45 % pracovní síly západní civilizace zastoupeno knowmads“. Tento trend považuje Moravec do budoucna za rostoucí. Knowmads rozlišují „práci“ a „pracovní pozice“ – práce pro ně představuje aktivitu vedoucí k tvorbě smysluplných výstupů. Pracovní život knowmads nevnímají jako kariérní dráhu, nýbrž jako souhrn či řetězení aktivit, přičemž kladou důraz na účel těchto aktivit, jež musí být v souladu s jejich osobními hodnotami.¹⁶

Moravec dále v kontextu popisovaného technologického vývoje a změn na trhu práce konstatuje následující paradox: současné vzdělávací systémy nejsou inovovány v souladu s paradigmatem knowmads, a nepřipravují tak současné generace studentů (budoucích inovátorů) na coworking. Společně s T. Besselink, C. Hartkamp či P. Spinderem proto upozorňují na nutnost změny výuky s cílem adekvátně připravit nastupující generaci na výše konstatovanou realitu na trhu práce.¹⁷

1.1 Coworking

Původně anglický výraz „coworking“ v doslovném překladu znamená „spolupráce“. Blíže lze tento způsob práce a prostor, z něhož je vykonáván (coworkingové centrum), vymezit např. jako aktivitu, „*při níž nezávislí profesionálové a pracovníci, jež mohou vykonávat distanční práci, pracují efektivněji společně v rámci kolektivu než v případě izolované práce každého z nich. (...) Coworkingová centra jsou založena na myšlence budování komunity a udržitelnosti.*“¹⁸

Moriset nazývá coworkingová centra „*urychlovači šťastných náhod*“, jejichž účelem je sdružovat kreativní jedince a podnikatele, kteří namísto sociální izolace vyhledávají konviviální prostředí umožňující setkávání a spolupráci.¹⁹ V této souvislosti poznamenejme, že mnohá coworkingová centra vyjma základní služby ve formě poskytnutí pronájmu pracovního místa nabízí svým klientům, popř. veřejnosti doplňkové služby ve formě organizace vzdělávacích či společenských akcí, poskytování

¹⁶ MORAVEC, J. W. et al. *Knowmad Society*. Minneapolis: Education Futures, 2013, s. 19-20.

¹⁷ Tamtéž, s. 22.

¹⁸ SPINUZZI, C. Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 2012, roč. 26, č. 4, s. 402.

¹⁹ Autor v tomto kontextu využívá spojení „serendipity accelerator“. MORISET, B. Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces. In: *2nd Geography of Innovation International Conference 2014*. Utrecht University, 2014, s. 1.

poradenských a zprostředkovatelských služeb či možnost pronájmu reprezentativních zasedacích prostor pro setkání s klienty, aj.

Vlach coworking charakterizuje jako „*trend, který má potenciál změnit trh práce k nepoznání*“. Coworking dle něj „*vytváří optimální podmínky pro samostatnou práci i spolupráci na větších projektech, podporuje kreativitu a vztahovou synergii, dokáže vytvářet funkční spřátelené komunity profesionálů a řeší elegantně většinu nedostatků práce z domova, od pocitů osamělosti po sklouzávání k workoholismu*“.²⁰

Coworkingové centrum pak vymezuje jako „*sdílený pracovní prostor pro lidi na volné noze, kteří zde nezávisle na sobě dělají svou běžnou práci*“. Vyjma nižších provozních nákladů na pronájem samostatné kanceláře přikládá význam rovněž „*společenské a psychologické funkci takového pracoviště*“. Jak dále uvádí, zřizovatelé těchto center sdílenou kancelář provozují obvykle jako „*doplňěk ke svým (...) dalším podnikatelským aktivitám*“.²¹

Z hlediska terminologie poznamenejme, že vyjma již zmiňovaných coworkingových center lze vyčleňovat další typy prostorů určených pro coworking, jako např. business akcelerátory, podnikatelské inkubátory, popř. centra inovací, aj. V této diplomové práci nazýváme tyto prostory souhrnným pojmem „coworkingové centrum“.

Některá coworkingová centra nabízí k pronájmu dva typy kancelářských míst – jednak tzv. anchor desks, tedy fixní pracovní místa, jež jsou vyhrazeny pro stálé (tzv. full-time) coworkery; naproti tomu hot desks jsou pronajímány ostatním klientům, jež služeb coworkingového centra využívají nepravidelně, příp. nemají zájem o nájem fixního kancelářského postu.

Cena za pronájem místa se liší dle typu tarifu. Základní tarif zpravidla zahrnuje pronájem pracovního místa po dobu jednoho měsíce, možnost využívat společného zázemí (kuchyňky, technického vybavení, apod.); některá centra pak v ceně nabízí i pronájem zasedací místnosti po omezenou dobu či další služby. Ceny za pronájem místa se liší dle zvoleného tarifu.

²⁰ VLACH, R. Coworking [online]. cit. 2015-07-30. Dostupné z: <http://navolnenoze.cz/blog/coworking/>.

²¹ Tamtéž.

Následující podkapitoly pojednávají o rozvoji tohoto novodobého trendu na trhu práce, a to jak v globálním měřítku, tak v rámci České republiky.

1.1.1 Rozvoj coworkingu ve světě

V září roku 1995 došlo k založení jednoho z prvních hackerspace²² svého druhu na světě, a to C-base v Berlíně, jež vzhledem ke komunitnímu zaměření, profesní orientaci členů i interiérové dispozici lze považovat za novodobého předchůdce coworkingových center. C-base počínaje rokem 2002 uvedlo do provozu Wi-Fi připojení a začalo podporovat bezplatný přístup široké veřejnosti k internetu.

Roku 1999 pak herní teoretik a vývojář Bernard DeKoven použil termínu „coworking“ k popisu pracovní metody, jež kombinovala spolupráci profesionálů a obchodní jednání, a to prostřednictvím IT technologií²³. Z hlediska terminologie tak poprvé došlo k rozšíření pojmenování tohoto konceptu práce a coworking vstoupil do širšího povědomí.

Téhož roku došlo k otevření newyorského 42 West 24, prvního ateliéru s pronajímatelnými pracovními místy. 42 West 24 vzniklo podobným způsobem jako mnohá další coworkingová centra, tedy pronájmem kanceláře pro potřeby nově založené softwarové společnosti, která za účelem pokrytí provozních nákladů své dočasně nevyužité prostory nabídla v podnájmu jiným organizacím či nezávislým profesionálům²⁴.

Počátkem roku 2002 došlo k založení prvního coworkingového centra ve Vídni pod názvem „UnternehmerInnenzentrum“ čili podnikatelské komunitní centrum (dnes známé jako Schraubenfabrik). To v letech 2004–2007 směle expandovalo, dalo vzniknout dvěma přidruženým centrům (Hutfabrik a Rochuspark) a stalo se vlajkovou lodí coworkingu v rámci Evropy²⁵.

²² Hackerspace představuje prostor, v němž se setkávají primárně pracovníci z IT oborů a vyjma sdílení zájmů mnohdy i spolupracují na projektech tohoto zaměření.

²³ DEKOVEN, B. The Coworking Connection [online]. cit. 2015-03-15. Dostupné z: <http://www.deepfun.com/the-coworking-connection>.

²⁴ Deskmag. 1st Studio with Flexible Desks Opens in NYC [online]. cit. 2015-03-15. Dostupné z: <http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/156192/The-History-Of-Coworking-Presented-By-Deskmag#vars!panel=1508577!>.

²⁵ Schraubenfabrik. Schraubenfabrik - Entrepreneurship-Center since 2002 [online]. cit. 2015-03-15. Dostupné z: <http://www.schraubenfabrik.at/Home/english.php>.

Leden 2005 byl významným mezníkem pro aktuálně jedinou oficiální mezinárodně rozšířenou síť skýtající prostory pro coworking – Impact HUB. V londýnské čtvrti Islington tehdy došlo k otevření prvního centra tohoto druhu. HUB nebyl původně koncipován jako franšíza, avšak na žádost zájemců došlo k převzetí tohoto business modelu a otevření HUBů zprvu ve světových metropolích, následně pak i v menších městech²⁶.

9. srpna 2005 byla pro veřejnost otevřena první sdílená kancelář, jež ve svém názvu nesla termín „coworking space“ – jednalo se o projekt Regus v San Franciscu, jehož zakladatel, Brad Neuberg, tento prostor otevřel zprvu v rámci Spiral Muse (komunitního centra pro ženy). Kancelář skýtala pět až osm pracovních stolů k pronájmu po dva dny v týdnu, společné stravování, přestávky na meditaci, masáž, či projížďku na kole²⁷. Rok 2005 je díky Nebergově komunitní iniciativě považován za počátek coworkingu v dnešní podobě. V pozměněné podobě a v jiné lokalitě se Nebergova komunita přetvořila v coworkingové centrum The Hat Factory s běžnou otevírací dobou.²⁸ Na památku zřízení prvního oficiálního coworkingového centra byl o pět let později 9. srpen v celosvětové komunitě coworkerů vyhlášen jako Coworking Day.

V letech 2005–2007 došlo ke zřizování ať již kavárenských prostor (St. Oberholz v Berlíně, Coworking WIKI v San Franciscu, jež aktivně vyzývaly své hosty k distanční práci), či účelových sdílených kanceláří. Namátkou jmenujme jen koncepčně výrazná centra jako např. barcelonské Gracia Workcenter (otevřené mj. v reakci na lokální, v rámci EU nejvyšší, tehdy 20 % nezaměstnanost za účelem podpory aktivity nezávislých profesionálů)²⁹ či sanfranciské Cubes & Crayons (první coworkingové centru s hlídáním dětí). Pro ilustraci popularizace coworkingu uvedme, že dle publikace T. Sundsteda, D. Jonese a T. Bacigalupo *I'm Outta Here! How*

²⁶ Mezinárodní síť HUB je tvořena aktuálně 67 fungujícími centry (otevření dalších 25 center je v přípravě) ve 49 zemích světa; v rámci České republiky byl zřízen první HUB v Praze roku 2010, následně pak v Ostravě v listopadu 2014 a v dubnu roku 2015 i v Brně (Impacthub.net).

²⁷ Deskmag. The First Day of Coworking [online]. cit. 2015-03-09. Dostupné z: <http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/156192/The-History-Of-Coworking-Presented-By-Deskmag#vars!panel=1505040!>.

²⁸ NYTimes. They're Working on Their Own, Just Side by Side [online]. cit. 2015-03-09. Dostupné z: http://www.nytimes.com/2008/02/20/business/businessspecial2/20cowork.html?pagewanted=all&_r=0.

²⁹ Deskmag. Coworking Barcelona: Creative Response to the Crisis [online]. cit. 2015-03-05. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/coworking-spaces-in-barcelona-221>.

coworking is making the office obsolete došlo mezi lety 2005–2008 k otevření více než 70 sdílených kanceláří³⁰.

Newyorská iniciativa Jelly³¹ odstartovala na jaře 2006. Projekt spočíval v příležitostných skupinových setkáních nezávislých pracovníků spolupracujících v neformálním prostředí bez nároku na hrazení provozních nákladů či budoucí závazek.³²

Rok 2007 se jeví jako zajímavý z hlediska založení první tzv. fairchisingové³³ sítě coworkingových center, jíž dal vznik berlínského centra Business Class Net³⁴, avšak i z hlediska výraznější popularizace sdílené distanční práce – statistiky vyhledávání pojmu „coworking“ zaznamenávají poprvé vyšší aktivitu uživatelů. Ta vykazuje dlouhodobě rostoucí trend (viz. obrázek 1).

Obrázek 1: Globální statistika popularizace pojmu „coworking“ na vyhledávači Google



Pozn.: Procentuální trendová křivka četnosti zadaných vyhledávání (dosavadní maximum bylo dosaženo v průběhu roku 2015 – trendová křivka dosahuje 100 %)

Zdroj: vlastní zpracování dle Google Trends³⁵

Prvním známým projektem coworkingových prostor vzniklých díky bootstrappingu³⁶ byl americký Indyhall roku 2007. Dva výše uvedené způsoby založení

³⁰ SUNDSTED, T. et al. *I'm Outta Here! How coworking is making the office obsolete*. Austin: Not an MBA Press, 2009, s. 2.

³¹ Název sešlostí nezávislých profesionálů vznikl při prvním setkání nad miskou bonbonů jelly beans.

³² Wired. Freelancers Forgo Office Space for Casual Coworking [online]. cit. 2015-03-05. Dostupné z: <http://archive.wired.com/techbiz/people/news/2007/07/coworking>.

³³ Fairchising spočívá v poskytování krátkodobých franšíz bez nároku na honorář za poskytovanou licenci a její využívání, bez smluvně ujednaného specifického vybavení vznikající pobočky či školení, jež bývají obvyklou součástí franšízové koncepce podnikání.

³⁴ Stowe Boyd. Word of the Moment: Fairchise [online]. cit. 2015-06-19. Dostupné z: <http://stoweboyd.com/post/952461633/word-of-the-moment-fairchise>.

³⁵ Google.com. Google Trends: Coworking [online]. cit. 2015-08-03. Dostupné z: <http://www.google.de/trends/explore#q=coworking>.

coworkingových center, tedy fairchising, bootstrapping (dále pak i např. crowdfunding³⁷), poukazují na inovativní řešení problému počáteční investice a dokládají kreativní přístup zakladatelů alternativních pracovních platforem pro coworking.

Podobně nezávislou iniciativou se stal roku 2008 i projekt nazvaný Coworking Visa, spočívající v dobrovolné nesmluvní dohodě mezi vybranými centry, jež umožňují klientům ze zapojených center využívat zdarma po jeden až tři dny služeb v jiném centru rámci této partnerské sítě.³⁸ Počínaje rokem 2008 došlo rovněž k pořádání mezinárodních konferencí a barcampů sdružujících coworkery z celého světa; roku 2010 pak byla založena online periodika Deskmag³⁹ a Movebla⁴⁰ věnující se tématu sdílené distanční práce v rámci komunity nezávislých profesionálů. Dle prvního ze zmiňovaných periodik, jež se aktivně angažuje v monitoringu coworkingových center, bylo v roce 2010 v provozu oficiálně 600 coworkingových kanceláří⁴¹.

Deskmag zároveň každoročně od roku 2010 organizuje rozsáhlý výzkum (tzv. Global Coworking Survey)⁴² v rámci vybraných center. První výzkum tohoto druhu, uskutečněný mezi 661 respondenty z 24 zemí světa, zaznamenal dramatický 85 % meziroční nárůst počtu coworkingových center (z 350 oficiálně hlášených coworkingových center na 650) a podobně významný přírůstek coworkerů⁴³. Jak výzkum dokládá, 50 % respondentů uvedlo, že se k coworkingu uchýlilo v průběhu posledních 11 měsíců, což je plně v souladu s předchozí uvedenou skutečností.

Druhý výzkum tohoto druhu⁴⁴ z roku 2011, analyzující odpovědi 1 500 respondentů z 52 zemí, konstatoval trend téměř 100 % nárůstu počtu

³⁶ Bootstrapping spočívá ve financování projektu ze zdrojů jeho členů (v daném případě bylo tedy centrum zřízeno na základě příspěvků coworkerů, jež v něm zahájili pracovní činnost).

³⁷ Crowdfunding je způsob financování projektu přispěvateli, jež s projektem nemusí být nutně nijak spjati, jako tomu je v případě bootstrappingu (viz. předchozí poznámka). Díky crowdfundingu bylo roku 2010 otevřeno např. New Work Center v New Yorku.

³⁸ CoworkingVisaMap.com. Coworking Visa Map curated by The Network Hub [online]. cit. 2015-06-20. Dostupné z: <http://www.coworkingvisamap.com>.

³⁹ Deskmag. The Coworking Magazine [online]. cit. 2015-01-04. Dostupné z: <http://www.deskmag.com>.

⁴⁰ Movebla. O futuro do trabalho é agora [online]. cit. 2015-01-04. Dostupné z: <http://www.movebla.com>.

⁴¹ 50 % hlášených coworkingových center se nacházelo na severoamerickém kontinentě.

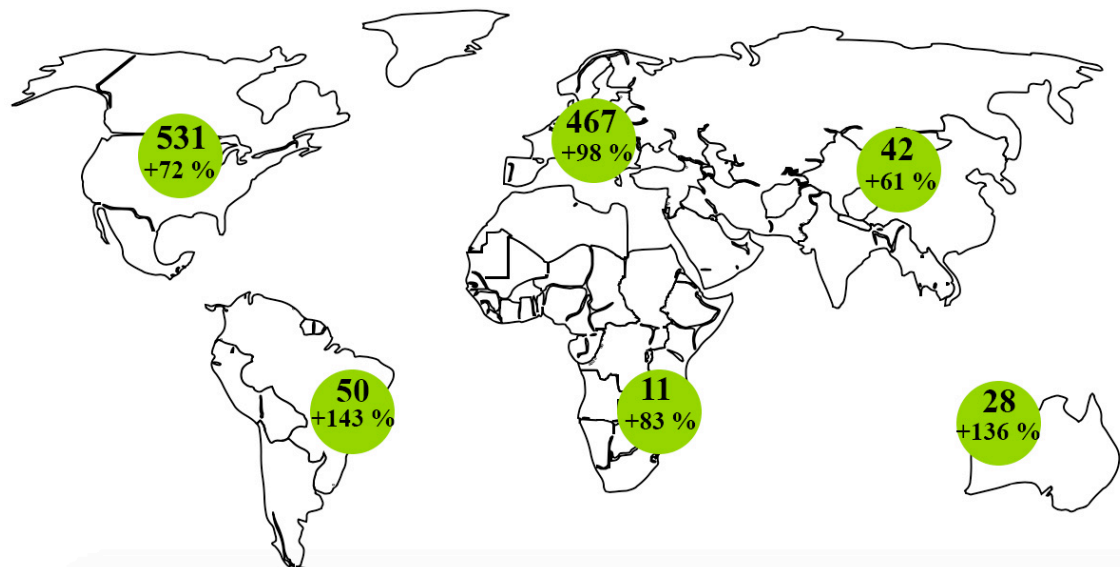
⁴² Deskmag. The 1st Global Coworking Survey [online]. cit. 2015-05-13. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.

⁴³ Tamtéž.

⁴⁴ Deskmag. The 1st Global Coworking Survey [online]. cit. 2015-05-13. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.

coworkingových center každým rokem mezi lety 2006–2011. V roce 2011 bylo dle tohoto zdroje v globálním měřítku v provozu 1 100 center. Obrázek 2 prezentuje počet center v jednotlivých částech světa včetně meziročního procentuálního nárůstu.

Obrázek 2: Počty coworkingových center k 1. 11. 2011 a meziroční nárůst jejich počtu



Zdroj: vlastní zpracování dle Deskmag⁴⁵

První Global Coworking Survey rovněž zkoumala korelaci nárůstu počtu coworkingových center se vzrůstajícím počtem obyvatel v daném městě či analyzovala strategické plány zúčastněných center na expanzi⁴⁶ v následujícím roce.

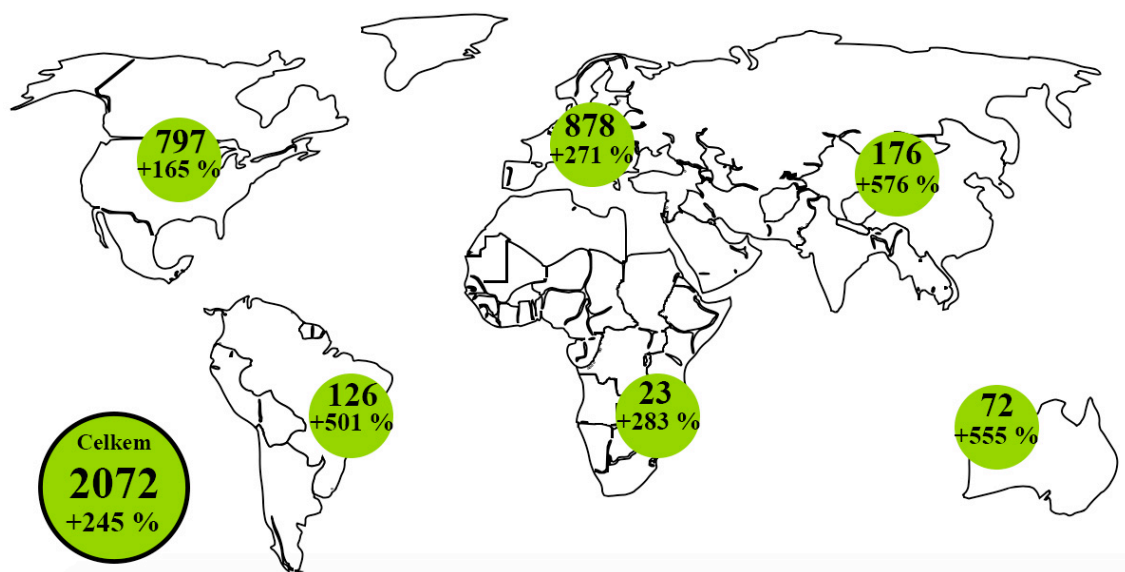
V roce 2012 Deskmag zaznamenal 2 072 coworkingových center v provozu⁴⁷, což odpovídá 245 % nárůstu oproti roku 2010, kdy periodikum začalo růst center monitorovat. Jejich rozmístění i procentuální nárůst jejich počtu v jednotlivých lokalitách je doložen v následujícím obrázku. Primát v počtu coworkingových center v rámci jednoho města pak držel New York se 73 oficiálně hlášenými centry; evropskou metropolí coworkingu byl Berlín s 61 centry.

⁴⁵ Deskmag. The Birth of Coworking Spaces [online]. cit. 2015-05-20. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/the-birth-of-coworking-spaces-global-survey-176>.

⁴⁶ Dle tohoto výzkumu 27 % plánovalo rozšířit kapacitu stávajícího centra či jeho stávajících prostor, 10 % center plánovalo expandovat stěhováním do prostornější lokality a 36 % plánovalo otevřít alespoň jedno další centrum.

⁴⁷ Deskmag. 2000 Coworking Spaces Worldwide [online]. cit. 2015-05-13. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/2000-coworking-spaces-worldwide-617>.

Obrázek 3: Počty coworkingových center k 31. 10. 2012 a jejich nárůst mezi lety 2010–2012



Zdroj: vlastní zpracování dle Deskmag⁴⁸

Třetí celosvětová anketa periodika Deskmag z roku 2012, sumarizující odpovědi 2 007 respondentů, konstatovala růstovou tendenci maximální kapacity center (její průměrná hodnota dosahovala 41 pracovních míst). Využití jednotlivých míst v průběhu otevíracích hodin center rovněž meziročně vzrostlo ze 49 % na 55 %. Mezi lety 2011–2012 došlo k otevření 51 % z celkového počtu center a 61 % z tehdejšího celkového počtu coworkerů (tj. 50 200 osob) zvolilo práci ve sdílené kanceláři ve stejném časovém období.⁴⁹

V roce 2013 pak Deskmag zaznamenal celosvětově více než 109 100 aktivních coworkerů pracujících ve 2 417 sdílených kancelářích v 81 zemích světa⁵⁰; v procentuálním vyjádření počet coworkerů meziročně vzrostl o 117 %, počet center pak o 83 %. Celosvětový trend pak dokládá obrázek 4.

⁴⁸ Deskmag. First Results of Global Coworking Survey [online]. 2015-05-03. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/first-results-of-global-coworking-survey-171>.

⁴⁹ Deskmag. 1st Results of the Third Global Coworking Survey [online]. 2015-05-03. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/1st-results-of-the-3rd-global-coworking-survey-2012>.

⁵⁰ Tamtéž.

Obrázek 4: Počty coworkingových center k 26. 2. 2013 a jejich nárůst mezi lety 2012–2013



Zdroj: vlastní zpracování dle Deskmag⁵¹

Se vzrůstajícím významem coworkingu došlo rovněž k zakládání oficiálních asociací sdružujících provozovatele coworkingových center za účelem reprezentace a rozvoje společných zájmů, vzdělávání či výzkumu v této oblasti – jmenujme např. CoShare ve Spojených státech, CowoProject v Itálii či chorvatský CoworkingCroatia. Kanadská asociace center CoworkingOntario svým členům nabízí od roku 2013 např. i vlastní zdravotní pojištění (COHIP)⁵².

Čtvrtý a doposud poslední výzkum realizovaný v rámci coworkingových center periodikem Deskmag v roce 2014 již naznačuje možnou saturaci trhu sdílených kanceláří v následujících letech – počet coworkingových center vzrostl za uplynulý rok o 40 % a nárůst počtu coworkerů meziročně dosáhl 50 %.⁵³

Coworking je také mj. rozvíjen a modifikován jakožto součást dalších aktivit založených na formách spolupráce či komunitního života (jako např. corporate coworking⁵⁴ či cohousing⁵⁵). Prognózy platformy Global Coworking Unconference

⁵¹ Data k 26. 2. 2013. Zdroj: Deskmag.

⁵² Deskmag. The 1st Health Insurance Plan for Coworking Spaces [online]. cit. 2015-06-20. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/the-1st-health-insurance-plan-for-coworking-spaces-869>.

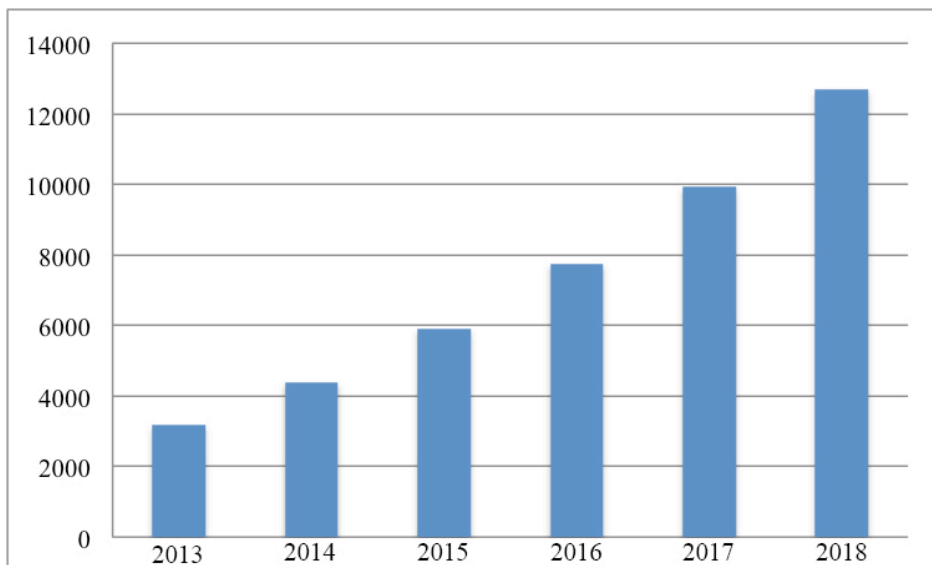
⁵³ Deskmag. The Coworking Forecast 2014 [online]. cit. 2015-05-05. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/the-coworking-market-report-forecast-2014>.

⁵⁴ Corporate coworking spočívá v nabízení pronájmu pracovního místa v rámci sdílené kanceláře, která je součástí firmy.

⁵⁵ Cohousing představuje komunitní způsob života, kdy členové sdílejí společné zázemí, infrastrukturu a hodnoty. Komunita v rámci cohousingu obvykle vykonává práci z přidružené sdílené kanceláře.

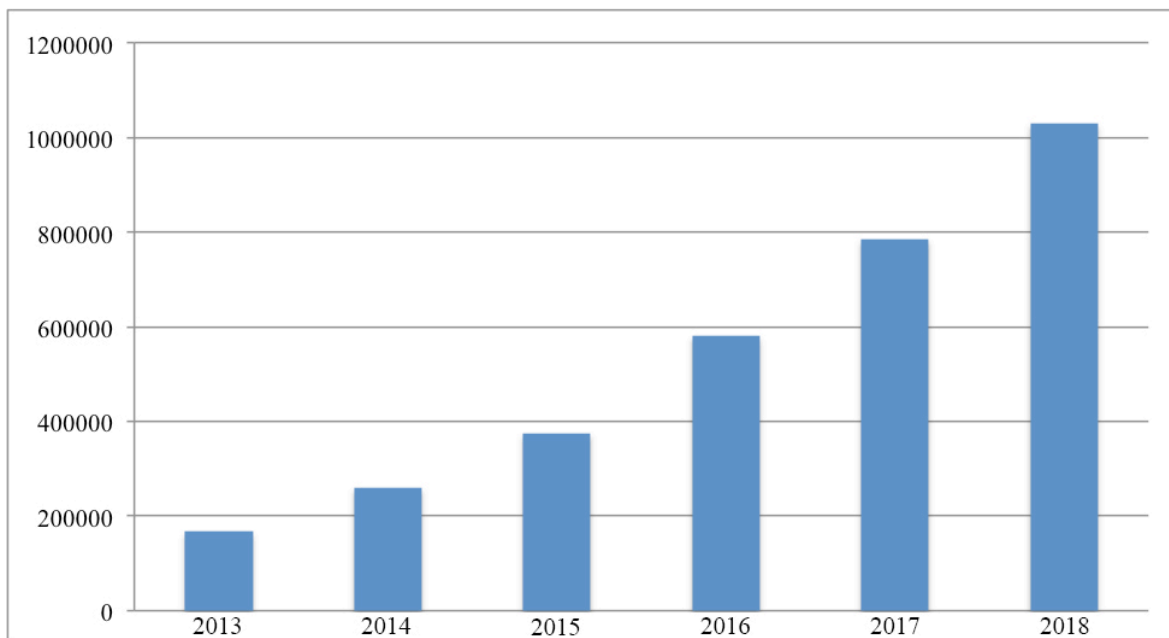
Conference týkající se budoucího vývoje coworkingu naznačují očekávaný růst počtu coworkingových center a coworkerů. Tyto skutečnosti jsou ilustrovány na grafech 1 a 2.

Graf 1: Prognóza vývoje počtu coworkingových center do roku 2018



Zdroj: vlastní úprava dle Global Coworking Unconference Conference⁵⁶

Graf 2: Prognóza vývoje počtu coworkerů do roku 2018



Zdroj: vlastní úprava dle Global Coworking Unconference Conference⁵⁷

⁵⁶ Global Coworking Unconference Conference. Coworking by the numbers [online]. cit. 2015-06-04. Dostupné z: <http://fr.slideshare.net/sking04/coworking-by-the-numbers>.

⁵⁷ Tamtéž.

1.1.2 Coworking na území České republiky

Jak již bylo úvodem konstatováno, s ohledem na doposud krátkou historii coworkingu v České republice a absenci výzkumů v této oblasti je pojednání o jeho vývoji ztíženo. Počátky coworkingu na území České republiky lze spojovat s otevřením historicky oficiálně prvního coworkingového centra – pražského Coffice, jež bylo v provozu od listopadu 2009 do září 2013⁵⁸. Dle dostupných informací bylo pak prvním oficiálně provozovaným coworkingovým centrem na území Brna Cowo Brno, v Ostravě zase Viva Ostrava (v provozu shodně od roku 2012).

Dle globální statistiky Deskwanted.com bylo v roce 2013 na území České republiky v provozu 16 coworkingových center⁵⁹. K 29. 7. 2015 pak bylo v České republice oficiálně v provozu 65 center, což představuje více než 300 % nárůst oproti roku 2010. Jejich výčet a případná specifika jsou uvedeny v následující tabulce.

Tabulka 1: Seznam coworkingových center v České republice k 29. 7. 2015

Město	Název coworkingového centra	Poznámka
Praha	Creative Gate	
	Impact Hub	
	Paper Hub	
	Locus Workspace	
	DeskRoom	
	Pracovna	s kavárnou
	Pracovna v parku	
	In-Spiro	
	Ateliér Pexeso	s hlídáním dětí
	Image Office	
	C3	
	Svět HUB	nově otevřeno
	Artek	
	Office Coffee Bar	
	Free2work	
	Židloamat	atypický coworking v rámci firem
	Baby Office	s miniškolkou a kavárnou
	Mumraj	s hlídáním dětí a minikavárnou
	Letnice	zdarma, s hlídáním dětí
	Mam	s chůvou a dětským koutkem
	Business place	
Era svět		
TechSquare	business akcelerator a coworkingové centrum	
Node5	start-up inkubátor a coworkingové centrum	

⁵⁸ Navolnenoze.cz. Coworkingy [online]. cit. 2015-03-16. Dostupné z: <http://navolnenoze.cz/blog/coworkingy/>.

⁵⁹ MORISET, B. Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces. In: *2nd Geography of Innovation International Conference 2014*. Utrecht University, 2014, s. 12.

	REmmarkable COworking	
	Works	česká obdoba platformy Jelly
	Mamaoffice	
Brno	HUB Brno	
	Melvil Space	pouze po předchozí domluvě
	Cowo Brno	
	Top centrum podnikatelek	pro ženy zdarma
	MenSeek	
	Mitrovski	
	Coworking Centrum	s dětským koutkem, pro matky s dětmi zdarma
	Reparáda	
	TechSquat	cohousing
	KoPlac	
Ostrava	HUB Ostrava	
	Viva	s hernou pro děti a kavárnou
	Coworking Ostrava	
	Sluj	
	Coworking 2.0	
	Coolna	
České Budějovice	Coworking Center	
Hradec Králové	Coolworking	
Jihlava	(facebooková skupina)	po předchozí domluvě na Facebooku
Liberec	CML	
Olomouc	Coworking Olomouc	
	VTP UP	
Pardubice	DeskRoom	
	GoUP!	
Plzeň	WO-CO Husovka	
Ústí nad Labem	Hestia	
Zlín	TIC	
Kolín	Coworking Kolín	
	Prostor Plus	
Kladno	Podnikání všem	s dětským koutkem
Havířov	Naše místo	s hlídáním dětí
Měšice	Centrum volného času	
Nový Jičín	Proficio	
	COWO NOVO	
	Rodinné centrum Provázek	s hlídáním dětí
Příbor	Coworking Centrum Příbor	
Žďár nad Sázavou	CoWorking Žďár	
Frydek-Místek	CoWoFM	

Zdroj: vlastní zpracování a úprava dat na základě blogu Navolnenoze.cz

Je vhodné upozornit na provozní změny center – výše uvedený seznam coworkingových center je průběžně aktualizován a dle tohoto zdroje ukončilo od roku 2010 provoz již deset center⁶⁰. Tato skutečnost poukazuje na provozní komplikace sdílených kanceláří. Problematika pokrytí provozních nákladů a zajištění optimálního počtu klientů byla mj. diskutována během řízených rozhovorů s provozovateli vybraných center. Pro ilustraci nejisté existence coworkingových center uvedme případ

⁶⁰ Navolnenoze.cz. Coworkingy [online]. cit. 2015-03-16. Dostupné z: <http://navolnenoze.cz/blog/coworkingy/>.

Cowo Brno, jehož organizační tým v květnu/červnu 2015 bilancoval možnosti dalšího provozu v důsledku vzrůstajícího konkurenčního boje v rámci jihomoravské metropole. Toto centrum je dodnes v provozu, avšak došlo ke změně jeho majitele. Jak dosvědčil při dalším řízeném rozhovoru zřizovatel jistého coworkingového centra, v Ostravě bylo v přípravě před více než dvěma lety centrum Aspen, jež se však nepodařilo otevřít veřejnosti. Při oslovování ostravských center a jejich výběru pro participaci v tomto výzkumu bylo rovněž zjištěno v případě tří center, jež doposud figurují v seznamu blogu Navolnenoze.cz (ve výše uvedené tabulce nejsou tato centra zahrnuta), že pro nedostatek klientů nejsou aktuálně v provozu, příp. k jejich oficiálnímu otevření zatím nedošlo. Blog Navolnenoze.cz rovněž potenciální zřizovatele coworkingových center varuje před provozními náklady, přirovnává provoz center k „*těsnému businessu s malou marží*“⁶¹ a dále konstatuje, že v České republice se „*coworkingovým centrem v menších městech* (myšleno menších sídlech než krajských, pozn. autorky) *nedaří*“⁶². Autor článku dále doporučuje malé sdílené kanceláře pro nerušený výkon práce, větší centra pak pro networking a účast na společenských akcích pořádaných v rámci těchto komunit.

Mezi zajímavostmi v oblasti coworkingu v České republice a coworkingovými centry jmenujme např. pozitivní cenovou diskriminaci žen-podnikatelek vybraných center, příp. matek s dětmi, za účelem podpory jejich profesního rozvoje. Iniciativa Coworking v Praze vytvořila lokální program coworkingových víz, jenž umožňuje klientům výkon práce po stanovenou dobu v jakémkoli z partnerských center v rámci jednotného tarifu za pronájem místa.

Cohousing se v České republice rozvíjí jednak prostřednictvím platformy Techsquat⁶³, jejíž pražská i brněnská varianta snoubí ve svých prostorách coworking a komunitní bydlení, a dále pak prostřednictvím cohousingu 9 pramenů⁶⁴ v obci Starý Jičín, představujícího trvale udržitelnou samozásobitelskou komunitu s vlastní infrastrukturou.

⁶¹ Navolnenoze.cz. Coworkingy [online]. cit. 2015-03-16. Dostupné z: <http://navolnenoze.cz/blog/coworkingy/>.

⁶² Tamtéž.

⁶³ Techsquat. Techsquat Brno [online]. cit. 2015-03-16. Dostupné z: <http://techsquat.com/brno.html>.

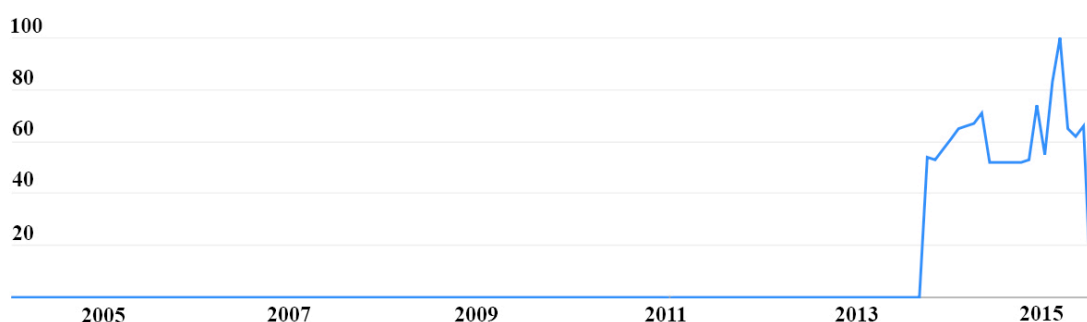
⁶⁴ Cohousing 9 pramenů. Blog [online]. cit. 2015-03-14. Dostupné z: <http://www.9pramenu.cz>.

Blog Navolnenoze.cz připisuje unikát coworkingovému centru Era svět, jež je prezentováno jako první české centrum provozované velkým soukromým subjektem, a to bankovní institucí ČSOB.⁶⁵

Výraznou popularizaci coworkingu v České republice dokládá i aktuální statistika Google Trends, jež pro období únor–srpen 2015 vyhodnotila Českou republiku jako čtvrtou zemi světa v počtu zadaných vyhledávání pojmu „coworking“ v rámci tohoto vyhledávače, což odpovídá 44 % celkového počtu zadaných vyhledávání v zemi, která v této kategorii drží primát (Španělsko). Křivku četnosti vyhledávání pojmu „coworking“ pro Českou republiku pak ilustruje obrázek 5. Významný nárůst vyhledávání tohoto pojmu započal v polovině roku 2014 a svého dosavadního maxima dosáhl v úvodu letošního roku.⁶⁶

Praktická část práce prostřednictvím případových studií v rámci jednotlivých center mapuje vznik a provoz vybraných center a zasazuje je případně do širšího lokálního kontextu. Výsledky realizovaného dotazníkového šetření mezi coworkery pracujícími v těchto sdílených kancelářích pak poskytují mj. krátkodobý výhled ve věci jejich vytrvání v coworkingu i v budoucnu.

Obrázek 5: Statistika popularizace pojmu „coworking“ na vyhledávači Google pro Českou republiku



Pozn.: Procentuální trendová křivka četnosti zadaných vyhledávání (dosavadní maximum bylo dosaženo v průběhu roku 2015 – trendová křivka dosahuje 100 %)

Zdroj: vlastní zpracování dle Google Trends⁶⁷

⁶⁵ Navolnenoze.cz. Coworkingy [online]. cit. 2015-03-16. Dostupné z: <http://navolnenoze.cz/blog/coworking/>.

⁶⁶ Google.com. Google Trends: Coworking [online]. cit. 2015-08-03. Dostupné z: <http://www.google.de/trends/explore#q=coworking>.

⁶⁷ Tamtéž.

2 Motivace pracovníků pro coworking a pro výběr coworkingových center na pozadí vybraných výzkumů

Při koncepci výzkumu pro potřeby této práce vycházíme zejména ze závěrů odborné publikace C. Spinuzzi *Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity*⁶⁸ a výsledků *Global Coworking Surveys* periodika *Deskmag*⁶⁹.

Spinuzzi se ve své výzkumné práci opírá o tzv. 4GAT model (Fourth-generation activity theory) za účelem analýzy cyklické kolektivní lidské aktivity a zkoumá, jak coworking definují samotní coworkeři i provozovatelé třinácti texaských sdílených kanceláří, kdo se ke coworkingu uchyluje a z jakých důvodů.⁷⁰

Jak konstatuje, „*coworking není specifickým produktem, nýbrž službou – službou, již majitelé sdílených kanceláří poskytují nepřímo, a to poskytnutím prostoru, v němž coworkeři spolupracují prostřednictvím vzájemných interakcí.*“⁷¹

Coworking je provozovateli center charakterizován jako aktivita rozvíjející komunity, mezilidské vztahy a podnikatelskou činnost; je považován za protipól tradičního firemního kancelářského prostředí.⁷² Klienti-coworkeři jej definují jako alternativní, cenově nenáročnou aktivitu umožňující socializaci, spolupráci v rámci heterogenní komunity⁷³ i snazší rozlišení osobního a pracovního života.⁷⁴

Jak dále Spinuzzi zjišťuje, složení klientely coworkingových center neodpovídá skupině, na níž provozovatelé center cílí při nabízení této služby (příp. jak provozovatelé center klienty vymezují), a to jak odhadovaným profesním zaměřením a způsobem práce, tak charakterem sociálního kapitálu, jenž je s jejich činnostmi spjat.⁷⁵

Mezi důvody pro coworking respondenti uvádějí vyšší míru motivace, potřebu socializace a soustředění. Důležitým faktorem je však i prostředí sdílené kanceláře, její

⁶⁸ SPINUZZI, C. Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 2012, roč. 26, č. 4.

⁶⁹ Jedná se o ankety pořádané v letech 2011–2014.

⁷⁰ SPINUZZI, C. Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 2012, roč. 26, č. 4, s. 400.

⁷¹ Tamtéž, s. 431.

⁷² Tamtéž, s. 409-416.

⁷³ Někteří respondenti naopak k popisu využívají slovo „homogenní komunita“ ve smyslu komunity sdružující podobně smýšlející jedince.

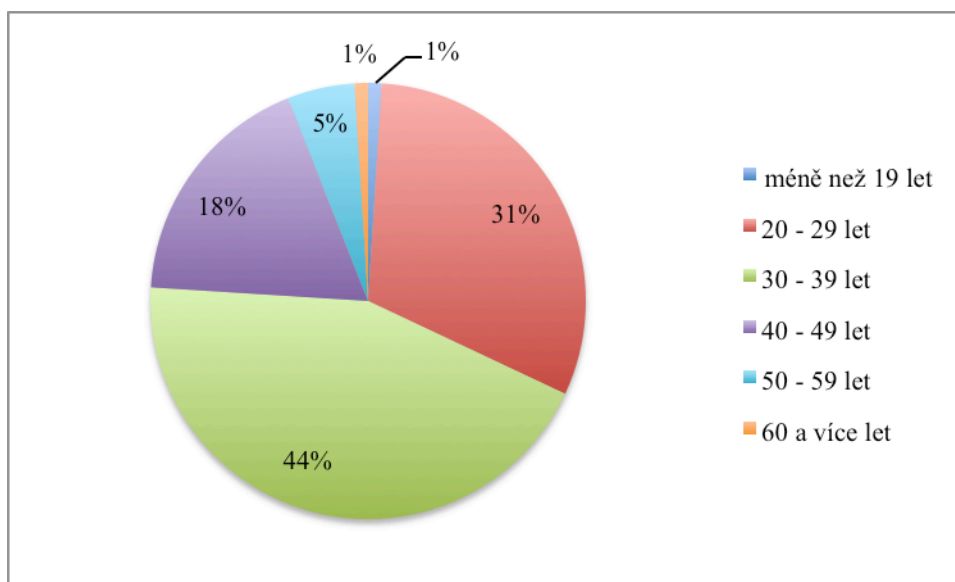
⁷⁴ SPINUZZI, C. Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 2012, roč. 26, č. 4, s. 416-419.

⁷⁵ Tamtéž, s. 419-420.

dispozice (design) a reprezentativní vzhled. Klienti se rovněž uchylují ke coworkingu v četných případech kvůli flexibilní pracovní době či příhodné lokalitě, v níž se centrum nachází. Dalším zjevným motivátorem jsou dle Spinuzziho jisté výhody v rámci komunity centra (zde má na mysli vzájemnou interakci, možnost zpětné vazby, důvěru, možnost učení se od druhých, business partnerství, povzbuzení a doporučení či networking).⁷⁶

Dle výsledků již citovaných *Global Coworking Surveys* z jednotlivých let Deskmag identifikoval jako nejpočetnější věkovou skupinu coworkerů jedince mezi 30–39 lety. Věkové složení celosvětové populace coworkerů podrobněji ilustruje graf 3.

Graf 3: Věkové složení celosvětové populace coworkerů



Zdroj: vlastní úprava dle Deskmag⁷⁷

Co se týče odborného zaměření coworkerů, převládají profese v oboru IT (34 %), grafického designu a uměleckých disciplín (15 %); zastoupeny jsou pak i konzultantské či marketingové pozice aj. Freelanceři byli identifikováni jako nejpočetnější skupina představující 53 % z celkového počtu klientů sdílených kanceláří.⁷⁸

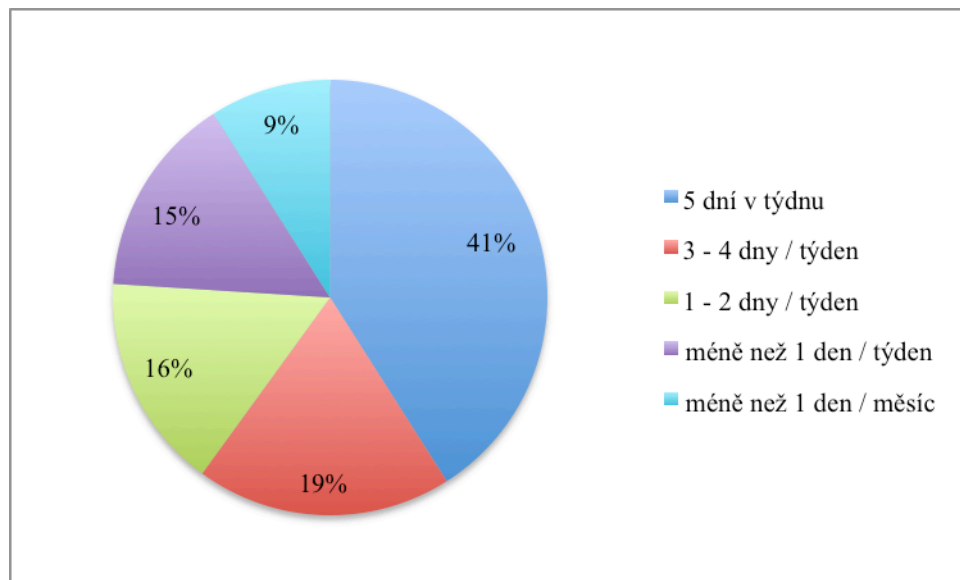
⁷⁶ SPINUZZI, C. Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 2012, roč. 26, č. 4, s. 421-428.

⁷⁷ Deskmag. The 1st Global Coworking Survey [online]. cit. 2015-05-05. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.

⁷⁸ Tamtéž.

Celkem 41 % coworkerů služeb center využívá denně (uvažujeme pětidenní pracovní týden). Zbýlé časové preference coworkerů jsou součástí grafu 4.

Graf 4: Doba, během níž coworkeři využívají služeb coworkingových center



Zdroj: vlastní úprava dle Deskmag⁷⁹

Téměř 70 % coworkerů pracuje stále v tomtéž centru, v němž zahájilo poprvé coworking; více než 17 % coworkerů pak centrum již změnilo.⁸⁰

Respondenti ve výzkumu hlásili díky coworkingu vyšší míru kreativity (74 % odpovědí), produktivity i vyšší schopnost soustředění (68 %).⁸¹

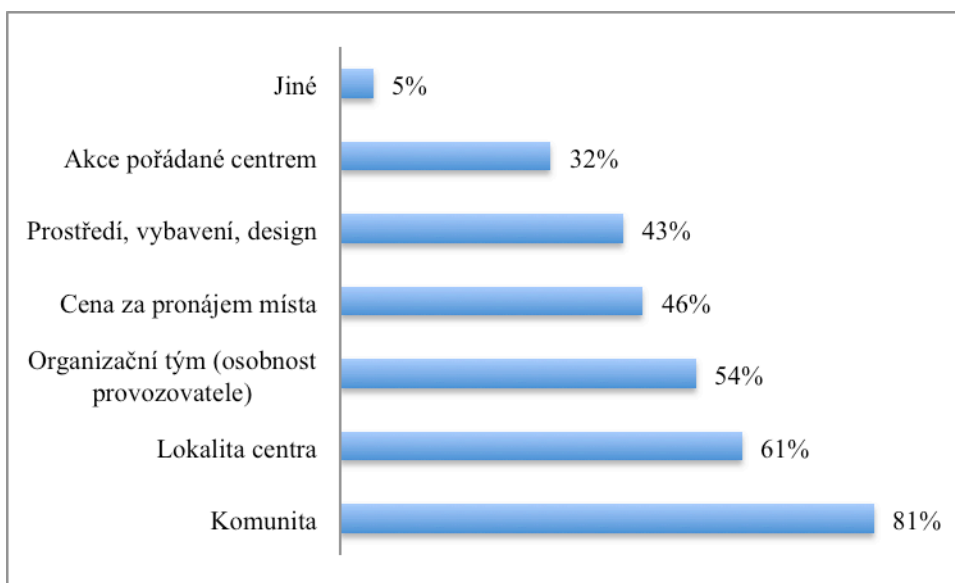
Deskmag zkoumal rovněž motivační faktory coworkerů pro výběr daného coworkingového centra (nikoli však motivaci pro samotný výkon coworkingu). Významnost jednotlivých faktorů je uvedena v následujícím grafu.

⁷⁹ Deskmag. The 1st Global Coworking Survey [online]. cit. 2015-05-05. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.

⁸⁰ Deskmag, The Coworking Forecast 2014 [online]. cit. 2015-05-05. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/the-coworking-market-report-forecast-2014>.

⁸¹ Tamtéž.

Graf 5: Motivační faktory coworkerů pro výběr daného coworkingového centra



Zdroj: vlastní úprava dle Deskmag⁸²

Výše uvedené závěry byly brány v potaz při konstrukci dotazníku pro klienty českých coworkingových center a byly rovněž následně využity při analýze získaných výsledků.

⁸² Deskmag. The 1st Global Coworking Survey [online]. cit. 2015-05-05. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.

3 Metodologické vymezení výzkumu

Do výzkumu bylo zahrnuto celkem devět coworkingových center, a to jmenovitě:

- Cowo Brno;
- Coworking 2.0, Ostrava;
- Coworking Centrum Příbor;
- Coworking Olomouc;
- Impact HUB Brno;
- Impact HUB Ostrava;
- TIC Zlín;
- Viva Ostrava;
- sdílená kancelář v rámci VTP UP Olomouc.

Tato centra byla do výzkumu vybrána z důvodu jejich geografického rozmístění, jež je relevantní pro vysokoškolské studenty (potenciální nezávislé profesionály využívající služeb sdílených kanceláří) a rovněž z důvodu, že se ani jedno z uvedených center nezúčastnilo výše uvedených *Global Coworking Surveys* periodika Deskmag. V osmi případech se jedná také o centra v univerzitních městech Moravskoslezského, Olomouckého, Zlínského a Jihomoravského kraje (tedy Ostravu, Olomouc, Zlín a Brno); výjimku pak tvoří slezský Příbor a tamější coworkingové centrum, zřízené v listopadu 2014, které bylo zahrnuto do výzkumu jako rarita mezi centry – Příbor je aktuálně nejmenším městem v České republice, v němž bylo coworkingové centrum oficiálně zřízeno a rovněž nováčkem na trhu coworkingových center.

Oslovení provozovatelů coworkingových center za účelem účasti ve výzkumu proběhlo prostřednictvím e-mailu. S výjimkou zlínského coworkingového centra TIC, jehož provozovatel poskytl odpovědi psanou formou elektronicky, byla s provozovateli zbývajících center realizována řízená interview (v případě center Coworking 2.0, Viva Ostrava, Impact HUB Ostrava a Brno, Coworking Olomouc a sdílené kanceláře VTP UP v Olomouci byla interview realizována osobně; v případě center Cowo Brno a Coworking Příbor pak prostřednictvím peer-to-peer platformy Skype formou telefonických hovorů. Veškeré zvukové záznamy a písemné odpovědi z výše uvedených

osmi rozhovorů jsou dostupné v archivu autorky práce. Následující kapitoly, obsahující jednotlivé případové studie, uvádí sumarizaci získaných dat z řízených interview. Otázky, jež byly jejich předmětem, pak tvoří přílohu č. 1.

Data získaná řízenými rozhovory byla rovněž doplněna o dotazníkové šetření mezi klienty coworkingových center účastnících se výzkumu (vzor dotazníku je uveden v příloze 2). Dotazník vytvořený v rámci platformy Google Docs byl klientům distribuován elektronicky e-mailem prostřednictvím provozovatelů, s nimiž byla realizována strukturovaná interview. V důsledku nízké návratnosti elektronického dotazníku či bezpečnostních opatření vybraných center byl namísto toho dotazník dodatečně distribuován i papírovou formou. Byl osloven vzorek o počtu více než 180 respondentů, z něhož anketu vyplnilo, navzdory opakovaným výzvám autorky práce, jen 45 respondentů. Takto omezený počet respondentů proto nelze považovat za reprezentativní vzorek a dotazníkové šetření se v tomto případě a v daném kontextu ukázalo jako neefektivní výzkumný nástroj. Volba alternativních výzkumných nástrojů (jako např. individuálních či skupinových rozhovorů) by tak v případě navazujících studií vyžadujících účast coworkerů mohla být vhodnější, avšak je nutno brát v potaz i vyšší časovou a pravděpodobně i personální a finanční náročnost takového výzkumu.

4 Případové studie

4.1 Cowo Brno

4.1.1 Pojetí coworkingu

Cowo Brno⁸³ bylo dle dostupných informací prvním oficiálně provozovaným coworkingovým centrem v Brně. Vyjma majitele centra se o jeho každodenní chod starají dvě pověřené osoby, jimž asistuje účetní. Pojem coworking je pro organizační tým synonymem různorodé komunity profesionálů pracujících ve sdíleném prostoru za vzájemné inspirace v průběhu pracovního procesu. Členka organizačního týmu, jež poskytla rozhovor pro potřeby výzkumu, se o coworkingu dozvěděla během diskuze před více než dvěma lety.

Za přednosti coworkingu považuje časovou a prostorovou flexibilitu – dle vlastních slov si sama nedovede představit pracovat ve fixním čase na fixním místě. Dále zmiňuje, že coworking umožňuje profesionálům socializaci, jež je mnohdy pro práci vysoce motivační, inspirativní a má dle jejího sdělení synergický efekt, obzvláště dochází-li v rámci komunity ke sdílení nápadů a znalostí.

V protikladu k těmto výhodám však uvádí omezení v případě určitých profesí vyžadujících neustálý telefonický či osobní kontakt (ať už se spolupracovníky, nebo klienty), jenž je v prostorách centra obtížně realizovatelný (může narušovat zvyklosti či řád komunity). V neposlední řadě zmiňuje i možné riziko ztráty sociálního kapitálu či úniku interních informací.

Hlavní motivací pracovníků pro coworking je dle jejího názoru volba výkonu práce mimo domácí prostředí s vidinou socializace, větší míry motivace, a v důsledku toho i větší produktivity práce.

4.1.2 Založení centra a jeho provozní specifika

Samotné coworkingové centrum vzniklo improvizovaně – původním plánem nově vznikající firmy v oblasti grafického designu byl pronájem prostor v centru Brna, avšak někteří společníci po krátké době firmu opustili a zůstavší nájemník za účelem

⁸³ Řízený rozhovor s provozovatelkou Cowo Brno ze dne 23. 2. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

pokrytí nájmu oslovil nezávislé pracovníky s nápadem sdílení pracovního zázemí, což posléze dalo vznik současnému coworkingovému centru. Zakládající tým měl tehdy čtyři členy a příprava kanceláře na jejím zpřístupnění široké veřejnosti v březnu roku 2012 trvala zhruba šest měsíců; provoz centra spadl pod živnost jeho majitele.

Výjimečnost centra spočívá dle provozovatelky jednak v držení symbolického historického primátu v tradici coworkingu v rámci jihomoravské metropole a rovněž v jeho strategické poloze v samotném centru města v bezprostřední blízkosti hlavní dopravní tepny.

K výkyvům v obsazenosti centra dochází v období prosinec–leden, kdy je zájemců o coworking nejméně; naopak k překvapení organizačního týmu v období letních prázdnin bývá návštěvnost zpravidla nadprůměrná. Přestože celková kapacita centra čítá 18 pracovních míst, v důsledku flexibilních tarifů, a tedy i pracovní doby klientů, centrum může pojmout vyšší počet klientů. V současnosti služeb sdíleného pracoviště využívá 20 osob, z čehož 15 pracuje na volné noze. Převážně mužský kolektiv (služeb centra využívají aktuálně jen dvě ženy) zahrnuje věkové kategorie mezi 22–25 lety, 30–35 lety (jedná se o nejpočetnější skupinu) a 40–45 lety. Mezi profesemi převládají grafici, webdesigneři, IT specialisti, příp. lektori jazyků či překladatelé. K výběru klientů aktuálně nedochází, služba je nabízena klientům bezprostředně po úvodní prezentaci a záleží tak především na rozhodnutí potenciálního coworkera.

Cowo Brno oslovuje potenciální zájemce prostřednictvím reklamy na vyhledávacích Google a Seznam.cz. Propagaci prostřednictvím sociálních sítí Facebook a Twitter (nově pak také prostřednictvím e-mailu) zajišťují provozovatelé vlastní cestou, přičemž aktuálně se zaměřují např. na propagaci pronajimatelné zasedací místnosti, s jejíž nabídkou cílí na poradce v oblasti práv, financí či lidských zdrojů.

Počáteční investice do vybavení prostor centra a spuštění jeho provozu se pohybovala v řádu stotisíců. Provoz centra v současnosti není rentabilní; centrum aktuálně hlásí provozní nulu.

Komunita coworkingového centra se neřídí oficiálně stanovenými pravidly; provozovatelé zde prosazují vizi „*Nikdy nedělej druhým, co nechceš, aby dělali tobě*“ a spoléhají se na vzájemný respekt, vstřícnost a slušnost v rámci komunity.

Provozovatelé centra taktéž iniciují mimopracovní společenské aktivity, jichž se mohou účastnit jak místní coworkeři, tak veřejnost. Zpočátku se jednalo spíše o vzdělávací semináře a workshopy, v posledních měsících pak měly setkání převážně charakter večírků. Snahu obnovit tradici vzdělávání dokládá i spolupráce s místním hnutím, jež by mohlo své semináře realizovat právě v prostorách coworkingového centra.

Sdílení znalostí členka provozního týmu pozoruje při setkávání a konverzacích coworkerů nad občerstvením v místní společné kuchyňce, kdy běžně dochází k analýze problému nadneseným některým ze členů komunity a diskuzi nad jeho možným řešením.

Co se týče možných mezigeneračních rozdílů ve způsobu práce, jediný hlášený rozdíl byl doposud zpozorován v pracovní době trávené ve sdílené kanceláři, kdy zástupci vyšších věkových kategorií pracují z centra údajně častěji než jejich mladší kolegové. Pro nedostatek bližších informací však na základě této observace není rozhodně vhodné vyvozovat jakékoli závěry.

4.1.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled

Dle slov respondentky se centru daří zajišťovat mimopracovní společenskou náplň a zejména pak budovat komunitu a jméno centra. Na druhou stranu prostor pro zlepšení členka organizačního týmu spatřuje v obsazenosti pracovních míst a v četnosti a pravidelnosti pořádaných akcí. Heslem Cowo Brno je „*Spojujeme lidi*“ a jak provozovatelka uvádí, v této snaze chce Cowo rozhodně vytrvat a vyvíjet větší snahu.

Cowo Brno v blízké budoucnosti neplánuje expanzi – jednak s ohledem na spokojenost provozního týmu se strategickou polohou centra v rámci města, jednak pak z důvodu nedostatku prostředků pro rozšíření centra a rovněž s ohledem na počet aktuálních klientů a obsazenost stolů.

4.1.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky

Jak respondentka uvádí, lze pozorovat vzrůstající oblibu coworkingu v rámci České republiky i na globální úrovni. Tento trend přičítá zvýšené poptávce po profesích,

jež nemusí být vykonávány z fixně stanoveného místa (myšleno zejména z firemního pracoviště). Jelikož si pracovníci z finančních důvodů mnohdy nemohou dovolit pronajmout samostatnou kancelář (či příp. hledají inspirativní komunitu), coworking se jeví jako vhodná volba. Z vlastní zkušenosti pak respondentka dosvědčuje četnost případů improvizovaných založení sdílených kanceláří, kdy začínající firmy nabízejí volný prostor k pronájmu, avšak veřejně se neprezentují jako coworkingová centra.

Na potenciální zájemce o coworking respondentka apeluje sdělením, že je vhodné si uvědomit, že coworking „*není sebemotivační, samospásný*“, nýbrž že pracovník musí za všech okolností vyvíjet snahu o pokrok ve vlastní činnosti. „*Byť může být coworkingový prostor sebevíce inspirativní, (...) práci si musí oddřít každý člověk sám.*“ Jedná se dle jejího svědectví o neřízenou činnost, kdy je každý profesionál zodpovědný sám za sebe, není bezprostředně (fyzicky) konfrontován supervizorem ohledně stavu odvedené práce – osobní odpovědnost a sebedisciplína tak nabývají značného významu.

Co se týče doporučené přípravy na coworking, respondentka zdůrazňuje potřebu schopnosti empatie a otevřené, asertivní komunikace. Soudí, že komunita menších coworkingových center, mezi něž Cowo řadí, je více inkluzivní než v případě větších center.

Možnou inovaci výuky a přípravu budoucích znalostních pracovníků na práci v coworkingovém centru vnímá jako velmi aktuální téma, právě s ohledem na rozvoj distanční práce vykonávané ze sdílené kanceláře. Zde navrhuje, aby byl kladen důraz na samostatnost a odpovědnost studentů, tj. navrhuje změnit systém a vnímání postavené na hierarchii mezi studenty a učiteli, kdy studenti nemají proaktivní přístup a vnímají učitele jako „*drába*“ pobízejícího je k výsledkům. Specificky pak zmiňuje, že by výuka měla zahrnovat trénink soft skills, komunikace a dále by měla být orientovaná na seberozvoj (na podporu studentů v sebereflexi a motivaci pro vlastní projekt).

Přestože v současné době Cowo Brno na studenty specificky necílí, probíhá jednání se studentským rádiem Air o možné spolupráci.

V neposlední řadě respondentka studenty pobízí ke coworkingu se slovy „*i když si (studenti) myslí, že to není pro ně, mohli by to alespoň zkusit*“. Neabsolvují tak dle jejího vyjádření „*klasické osmičky*“ (myšleno osmihodinovou pracovní dobu

v rámci stálého úvazku ve firemní kanceláři, pozn. autorky), ale poznají nekonvenční komunitu a díky sdílení znalostí získají i jiný úhel pohledu na problémy. Sama dokládá tuto skutečnost vlastní zkušeností, kdy svou diplomovou práci vypracovávala v coworkingovém centru z důvodu pracovně motivačního prostředí.

4.2 Coworking 2.0, Ostrava

4.2.1 Pojetí coworkingu

Prvním ze tří ostravských coworkingových center zahrnutých do výzkumu je Coworking 2.0⁸⁴, sídlící v rodinném domě ve vilové čtvrti místní části Hulváky. V průběhu rozhovoru L. G., jeho zakladatel, mj. vysvětluje co jej k pronájmu právě těchto prostor vedlo.

Po absolutoriu inženýrského studia pracoval více než pět let v oboru v rámci korporátního prostředí. Zkušenost se složitými firemními procesy byla jedním z klíčových důvodů, proč se L. G. ke coworkingu uchýlil. Do typicky kancelářského prostředí firem, jež připodobňuje ke „kójm“, „školní jídelně“, příp. „slepičárně“, se nemíní vracet. Dle svých slov 90 % pracovní doby tráví z prostoru sdílené kanceláře, ve zbylém čase pracuje z kavárny. Při potřebě maximálního soustředění volí soukromou pracovnu, která je umístěna v téže vile.

Coworking shrnuje třemi slovy pod pojmy „komunita“, „motivace“ a „rytmus“. Komunitní aspekt v tomto pojetí práce považuje za nezbytný, úspěchy jednotlivých profesionálů dle něj motivují druhé k práci a vysvětluje, že je vhodné si udržovat určitý rytmus (stereotyp) pro práci a oddělovat i osobní a pracovní život: „*Nejhorší je pracovat z domu*“. Tyto tři skutečnosti zároveň považuje za přínosy práce ve sdílené kanceláři a motivační faktory pracovníků pro coworking. Takto koncipovaný pracovní prostor a komunitu považuje za jednoznačně inspirativní prostředí, díky němuž jsou pracovníci produktivnější a pociťují vyšší míru motivace, jak uvádí: „*Myslím, že v každém z nás, kdo tu jsme, funguje jistý prvek takové závisti – když vidíte někoho, komu se daří, tak chcete, aby se vám taky dařilo a lidi se mezi sebou předhání –*

⁸⁴ Řízený rozhovor s provozovatelem Coworking 2.0, Ostrava ze dne 30. 12. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

ani bych neřekl závist, jako soutěživost.“ Dodává však, že v případě stresu se vypjatá atmosféra může šířit obdobně.

O coworkingu se dozvěděl v roce 2009 a zásadní inspirací pro změnu tradičního korporátního prostředí pro něj byla spolupráce s pobočkou mezinárodní reklamní agentury McCann-Erickson v Praze. Dvě třetiny prostoru budovy tohoto subjektu jsou vyhrazeny pro pracovníky agentury a zbývající prostor byl nabídnut jejich partnerům, kteří nejsou nutně jejich výhradními dodavateli, nýbrž provozují vlastní business. Nejedná se tak, ani v případě Coworking 2.0, o účelově zřízené coworkingové centrum.

Tato konkrétní forma spolupráce L. G. imponovala více než vize účelného založení coworkingového centra, protože umožňuje určitý výběr kolegů-nájemníků. Vnímá, že v důsledku aktuálně vzrůstající konkurence mezi coworkingovými centry se z provozu center stává mnohdy „*tvrdý business*“ a komunity center již nutně nesdružují jedince vyhledávající unikátní komunitní sféru spolupráce, jako tomu bylo dle jeho názoru před pár lety. Vyjma tohoto úkazu, jenž vnímá L. G. negativně, spatřuje rovněž úskalí coworkingových center v efektu „*rozpuštění*“ (rozředění) firmy – dle jeho slov a zkušeností je nutná „*fyzická existence firmy*“, jistá hmatatelnost jejího zázemí, která jí dodává dle jeho názoru důvěryhodnosti v očích partnerů.

4.2.2 Založení centra a jeho provozní specifika

Coworking 2.0 byl založen zčásti z přání spolupracovat s vysoce motivovanými a úspěšnými nezávislými profesionály (příp. malými firmami) za současného pokrytí provozních nákladů na pronájem vybraných prostor. L. G. hovoří o budování komunity postavené na důvěře: „*Lidé tady dělají business, protože si (navzájem, pozn. autorky) věří*“. Ke vzniku coworkingové komunity a otevření prostor pro coworkery došlo jeho spontánním rozhodnutím, k němuž se uchýlil s pevným přesvědčením a motivací: „*Kdybych se držel matematických rozhodnutí či přesných analýz, bylo by to tak velké riziko, že bych to nikdy neměl dělat*“. Sdílená kancelář v této lokalitě funguje od ledna 2014, uvedení do provozu vyžadovalo jeden měsíc přípravných prací. Kancelář byla otevřena 18 měsíců po založení jeho vlastní firmy.

L. G. vymezuje Coworking 2.0 jako výhradně businessově zaměřenou platformu spolupráce. Odlišnost centra spatřuje rovněž v jeho prostorovém členění, kdy pracovníci

mají volbu práce v rámci tříčlenné kanceláře, open space a přidružených prostor, příp. zasedací místnosti či terasy. Rovněž zdůrazňuje, že coworking „není předmětem našeho podnikání“, vidí v této formě práce možnost rozvíjení talentu a potenciálu pracovníků a jejich sdílení. Coworking tedy vnímá jako prostředek k podnikání a možné generaci zisku.

Ve spojitosti s odlišnostmi Coworkingu 2.0 od jiných sdílených kanceláří konstatuje, že někteří jedinci vyhledávají práci v coworkingových centrech především z důvodu socializace. Jak uvádí: „Pro mě je důležité, aby tady byli lidi (...), kteří jsou dravci a snaží se něco změnit, něco nového vymyslet a hlavně vydělávají peníze. Je to nejen o tom, že by chtěli něco být, ale zároveň na tom pracují - a to je (...) velký rozdíl“.

Současně vidí přednost komunity Coworkingu 2.0 v otevřené komunikaci, kdy se její členové běžně uchylují ke konstruktivní kritice práce druhých. Jak sám dodává, snaží se udržovat „kolektiv lidí, kteří řeší business, ne kteří se poplácávají po zádech“. Zároveň však neskrývá, že má právo veta za účelem zachování dobrých vztahů v rámci komunity: „Jsem garantem toho, že jsou tady dobří lidé a že jsou z podobné oblasti. (...) Není to jen o sdílení kanceláře, ale je to především o businessu“.

Coworking 2.0 tvoří kolektiv 17 pracovníků, přičemž devět z nich jsou zaměstnanci jeho firmy, která sídlí v prostorách vily. Převážně mužské osazenstvo sdílené kanceláře (pracují zde aktuálně jen čtyři ženy) sestává z programátorů, web designerů, marketérů; deset ze členů komunity jsou freelanceři. Skladbu komunity by L. G. rád obohatil o údržbáře budovy a nebrání se ani možnosti pronájmu některých prostor domu pro provoz rukodělné dílny podnikavými jedinci. Během uplynulého roku provozu centra se dle jeho slov obměnilo 60 % jeho původních členů.

Ve spojitosti s výběrem klientů L. G. uvádí, že místní komunita sestává z jedinců, kteří mají ambice a motivaci pro práci. L. G. konstatuje, že mnozí nově příchozí členové by v ideálním případě již měli mít vlastní klientelu. Uvádí, že si klienty pečlivě vybírá a jednou z podmínek smlouvy o nájmu je i možnost L. G. kdykoli s klientem ukončit tento smluvní vztah bez udání důvodu, a to s dvouměsíční výpovědní lhůtou. Zmiňuje, že nestojí o zájemce, kteří ve vile očekávají „full service“ a mají zájem primárně o pronájem kanceláře: „Tady to tak nefunguje; jsme tady partneři a toto

je společná iniciativa. (...) Zajímá mě nejen, jestli platí nájem, ale i jejich business.“ S coworkery on i jeho spolupracovníci úzce spolupracují, vzájemně si pomáhají a sdílí zkušenosti a znalosti. Důležitým kritériem je dobrá reputace a jméno uchazeče mezi obchodními partnery – L. G. se tak dle vlastních slov snaží chránit jméno celé komunity Coworking 2.0.

V důsledku specifčnosti výběrových kritérií L. G. rovněž přemýšlí o koncepci vhodné reklamní kampaně cílicí na potenciální coworkery v podobě stručných webových stránek, dále prostřednictvím Google reklamy a možné spolupracovníky hodlá oslovovat i osobně. Cena za pronájem pracovního místa činí 2 500 Kč měsíčně, přičemž pracovníci mohou využívat již zmíněné variability prostor (včetně např. koupelny či kuchyně). Za drobné občerstvení se zde platí dobrovolnými příspěvky. Provoz centra v současnosti není rentabilní, L. G. v této souvislosti hovoří i o regionálním aspektu Ostravska a problému sehnat dostatek coworkerů.

Komunita Coworkingu 2.0 se řídí neformálně vzniklým Desaterem pravidel, jehož účelem je zamezit možnému narušování chodu centra. Jsou-li v rámci sdílené kanceláře pořádány mimopracovní společenské akce, vznikají spontánně a jsou primárně určeny členům komunity (např. vánoční party, apod.).

Proces sdílení znalostí je ze strany provozovatele sdílené kanceláře záměrně podporován – osazenstvo většiny prostor je profesně nesourodé a pracovníci se tak musí „hýbat a míchat mezi sebou“ aby byli schopni efektivně spolupracovat. L. G. hovoří o jakési permanentní pauze na kávu, během níž o řešení určitého problému diskutují společně např. programátor, designer interiérů a produktový manažer.

4.2.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled

Interiéry Coworkingu 2.0 byly během jeho ročního provozu postupně vybavovány; aktuálně je v diskuzi možné pořízení videoprojektoru a boxovacího pytle, příp. zřízení posilovny na odreagování. Možný prostor pro zlepšení vidí L. G. v marketingové strategii iniciativy Coworking 2.0; uznává, že obsazenost sdílené kanceláře by mohla být díky systematické kampani vyšší. Obecně je pak s fungováním iniciativy spokojen – prioritou pro něj zůstává kolektiv a jak již bylo uvedeno výše, coworking pro něj není předmětem výdělku, soustředí se na dimenzi vzájemné

spolupráce a orientace na business. S potěšením rovněž dodává, že jeho spolupracovníci zde mají důvěru, svobodu a řeší spoustu záležitostí z vlastní iniciativy.

Zřizovatel Coworkingu 2.0 neplánuje jeho expanzi; ve stávajícím stavu zamýšlí „lákat (nové) lidi na dobré lidi“, kteří již v rámci sdílené kanceláře pracují. Coworking 2.0 se dle svědectví L. G. svou koncepcí běžným coworkingovým centrům vymyká.

4.2.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky

K nárůstu počtu coworkingových center v rámci České republiky, respektive světa L. G. uvádí, že centra bývají otevírána mnohdy pro jejich administrativní a časovou nenáročnost založení, avšak v určitých případech na úkor kvality či vyhlídek na udržitelnost jejich provozu: „Založit coworking zvládne každý, což neuvěřitelně devaluje (...) trh“.

Za zásadní prerekvizitu coworkingu považuje L. G. pochopení pojmu „hodnota“ a „směna“: „Do coworkingového centra by měli chodit lidé, kteří se snaží něco dokázat, něco vymyslet; (...) lidé, kteří vytvářejí hodnoty a mohou si navzájem pomáhat. Žádná pomoc ale není zdarma“. Je vhodné ji chápat jako laskavost a tuto pomoc oplácet, směňovat: „Člověk by měl mít základy tohoto chování – pochopit hodnoty – (...) jakou (hodnotu, pozn. autorky) přijímám, jakou vydávám“.

Příprava budoucích znalostních pracovníků v rámci vysokoškolského vzdělání by dle jeho názoru měla zahrnovat výkon praxe při studiu, přičemž aktuální problém spatřuje ve skutečnosti, kdy „školy penalizují studenty za to, že pracují při studiu“. Poukazuje na „odtržení akademické sféry od (sféry) firemní“, neflexibilitu výukových metod, procesů či hodnocení. Dodává, že „student si ve škole zvykne na spravedlnost, systém a body (kreditové hodnocení, pozn. autorky) a pak (...) (po přechodu na trh práce, pozn. autorky) zjistí, že to vůbec nefunguje. Realita je mnohem zábavnější, mnohem jednodušší, když to člověk bere s nadhledem, když člověk uvažuje, když se vrátí zpátky, jak přemýšlel předtím, než ho školní systém zničil“.

Budoucí znalostní pracovníky a potenciální coworkery vybízí k výkonu stáže během studia, udržování kontaktu se soukromou sférou a aktivním oslovování firem ve věci možné spolupráce. Vysoké školy považuje za dobrou platformu pro přípravu

znalostních pracovníků, avšak doporučuje provést zevrubnou restrukturalizaci učebních plánů a předmětů a nejlépe zajistit část výuky lidmi z praxe. Sám občasně přednáší, popř. pořádá konferenci na brněnské VUT a ostravské VŠB – TUO a snaží se studentům přiblížit zkušenosti z firemní praxe a networkingu.

4.3 Coworking Centrum Příbor

4.3.1 Pojetí coworkingu

Příborské coworkingové centrum⁸⁵ je důkazem šíření této formy práce i mimo krajská, příp. okresní města. Informace o jeho založení, provozu a aspektech coworkingu poskytla H. J., provozovatelka centra.

Coworking v jejím pojetí představuje nejen práci ve společném prostoru, nýbrž i synonymum pro setkávání, sdílení znalostí a sociálního kapitálu. V souvislosti s touto charakteristikou dodává, že se Coworking Centru Příbor tato myšlenka daří naplňovat a aktivně podporuje coworkery a partnery centra ve sdílení.

O coworkingu se H. J. poprvé dozvěděla počátkem roku 2014 prostřednictvím sociální sítě díky projektu Viva Ostrava a na samotné aktivitě jí imponuje „*nejen (...) sdílený kancelářský prostor, kde dochází k úspoře provozních nákladů (...), ale i činnost po pracovní době, kdy se konají semináře, workshopy*“. V coworkingu spatřuje výhody ekonomické a zejména pak sociální, neboť dle jejích slov práce doma v izolaci je „*degenerující*“. Na konto možných úskalí coworkingu připisuje rušnost centra, které může některým klientům vadit, příp. naznačuje i teoreticky možnou obavu coworkerů o únik informací.

4.3.2 Založení centra a jeho provozní specifika

H. J. asistovala původně dvoučlennému zakladatelskému týmu a nyní jakožto provozní centra zodpovídá i za jeho marketingovou strategii. Na vlastních webových stránkách se centrum prezentuje snahou vytvořit „*místo, kde bude příjemné a inspirativní pracovat, tvořit, setkávat se a rozvíjet nejen podnikání,*

⁸⁵ Řízený rozhovor s provozovatelkou Coworking Centra Příbor ze dne 3. 2. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

ale i sebe sama”. Jak je dále uvedeno, jedná se o projekt usilující o rozvoj lokálního „podnikatelského prostředí” a umožňující *“nacházet a realizovat nové příležitosti a nápady, ze kterých budou profitovat nejen jejich původci, ale i (samotné) město”*.⁸⁶

„Tady u nás vůbec vzniká vše (...) spontánně a rychle, (...) i to centrum“, sděluje H. J. Místní sdílená kancelář byla založena bez průzkumu trhu poté, co jeho budoucí zakladatelka spatřila inzerát na pronájem prostor na příborském náměstí. Přípravy na zkušební provoz probíhaly od léta 2014 do listopadu téhož roku; k oficiálnímu otevření centra pak došlo v prosinci 2014. Původní živnost (pronájem nebytových prostor) majitelky centra bude nahrazena založením společnosti s ručením omezeným.

Příborské centrum je dle provozovatelky odlišné zejména svou velikostí (resp. komorností). Domnívá se však, že programovou náplní a pořádanými akcemi směle konkuruje větším centrům. Stejně tak H. J. vyzdvihuje i strategickou polohu centra. Maloměstský kontext však H. J. jistým způsobem vnímá i jako výzvu: „*Máme (...) potíž s tím, že lidé neví, co je to coworking; neví, co jim nabízíme, musíme jim to velmi složitě vysvětlovat (...). Ale to chce podle mě čas (...), reklama se (...) bude šířit z člověka na člověka*“.

Ze současné maximální kapacity šesti až deseti míst jsou počátkem února 2015 obsazena tři místa, a to jedním realitním makléřem a dvěma finančními poradci, přičemž všichni pracují jako freelanceři. Klientela centra i jeho zřizovatelé se řadí do věkové kategorie 25–35 let. V době realizace rozhovoru centrum neuplatňovalo specifická kritéria pro výběr klientů a neřídilo se formálně stanovenými pravidly či kodexem. H. J. dodává, že podobný dokument je v přípravě a bude především soupisem provozních doporučení, nikoli direktiv.

Coworking Centrum propaguje své služby prostřednictvím webových stránek města⁸⁷, což se jeví H. J. jako prozatím „*nejefektivnější reklama*“, na základě níž se klienti či účastníci přidružených akcí centra o těchto službách dozvídají. Jako alternativní komunikační kanál centrum využívá vlastních webových stránek a především pak stránek na Facebooku, prostřednictvím nichž propaguje plánované akce a semináře a snaží se šířit i obecné povědomí o coworkingu.

⁸⁶ Oficiální stránky města Příbor. Princip coworkingového centra [online]. cit. 2015-07-04. Dostupné z: <http://www.pribor.eu/obcan/podnikatel-obcan/coworking-centrum-pribor/>.

⁸⁷ Oficiální stránky města Příbor. Firmy se představují [online]. cit. 2015-07-04. Dostupné z: <http://www.pribor.eu/obcan/podnikatel-obcan/>.

V měsíční paušální částce 2 000 Kč je zahrnut pronájem pracovního místa a využití kancelářského vybavení včetně Wi-Fi připojení a dále pak drobné občerstvení. Aktuální provozní doba centra je mezi osmou až sedmnáctou hodinou; vybrané aktivity centra jsou pak občasně pořádány i o víkendech. S ohledem na nedávné otevření centra a počáteční investici v řádu stotisíců nelze v současnosti konstatovat rentabilitu provozu centra. Jak však H. J. dodává, „*s touto myšlenkou (rentability, pozn. autorky) do toho zakladatelka centra nešla*“.

Mezi mimopracovními aktivitami centra, jež jsou přístupné široké veřejnosti, H. J. jmenuje např. kurz automatické kresby, masérnu, vánoční výměnu cukroví, či seminář věnovaný intuitivnímu vzdělávání a lesním školkám či finanční svobodě. V rámci centra se setkává i místní akční skupina, jež v městě a jeho okolí realizuje komunitní projekty. Centrum dále např. podporuje setkání místních zemědělců „*bedýnkářů*“ za účelem prodeje jejich vlastní produkce. H. J. konstatuje, že klienti centra preferují spíše profesně zaměřené semináře, zatímco u veřejnosti mají větší ohlas komunitně, příp. esotericky orientované workshopy a setkání. Očekávaným bodem programu ve spolupráci s coworkingovým centrem v sousedním okresním městě Nový Jičín je pak spuštění projektu podnikatelského inkubátoru, spočívajícím v sérii pěti poradensko-edukativních workshopů, jehož cílovou skupinu H. J. spatřuje vyjma profesionálů bez stálého pracovního úvazku i mezi studenty a rodiči na mateřské dovolené. Přestože většina těchto aktivit je iniciována zakladatelkou centra, provozní tým se nebrání ani iniciativám z řad veřejnosti či klientů.

Dle slov H. J. dochází v rámci centra ke sdílení znalostí pouze při samotném pracovním procesu, kdy je vzniklý, zpravidla technický problém diskutován s ostatními. Mimo soustředěnou pracovní činnost podobné tendence zatím nepozoruje a dodává, že organizační tým centra se aktuálně v tomto ohledu aktivně neangažuje.

4.3.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled

Za dobu dosavadního provozu centra spatřuje H. J. úspěch především v programové náplni mimopracovních aktivit. Přestože konstatuje, že veřejnost si na tuto službu teprve zvyká, soudí, že našli „*díru na trhu a jde vidět, že o to lidé mají zájem*“. Centrum je aktuálně prostorově limitováno, tudíž kapacitu může navýšit jen případně doplněním několika dalších pracovních stolů. Prostor pro zlepšení

vidí H. J. v interiérovém vybavení centra a dále pak v obsazenosti centra a účasti na přidružených akcích. V neposlední řadě by centrum rádo navázalo spolupráci s místním gymnáziem, jehož žákům je ochotno nabídnout účast na workshopu věnovanému finanční svobodě. Celkově vnímá H. J. budoucí vyhlídky optimisticky a pevně věří, že jejich centrum bude inspirací a motivací pro další maloměsta.

4.3.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky

Coworkingu v rámci České republiky i na celosvětové úrovni H. J. přisuzuje „velkou budoucnost“ a domnívá se, že podobná centra budou „povinnou výbavou každého města“. „Lidé“, dle jejích slov, „stále více zjišťují, že (takové) sdílení nějakým způsobem chybí“ a coworking je finančně i společensky výhodný.

Případné zájemce o coworking varuje před možnou ztrátou soukromí a ticha pro práci; práci ve sdílené kanceláři nedoporučuje plachým jedincům. Na druhou stranu opětovně vyzdvihuje aspekt socializace a sdílení.

Co se týče možné inovace výuky na vysokých školách za účelem přípravy budoucích znalostních pracovníků na práci v coworkingových centrech, české školství má H. J. spojeno s „biflováním a direktivním způsobem“ výuky a s nedostatečným „prostorem k přemýšlení“. Coworking Centrum Příbor se dle jejích slov snaží v lidech „rozvíjet tvořivost a přemýšlení“ a jak posléze dodává, „nebylo by od věci, kdyby to v (lidech) tehdy (během základního až vysokoškolského studia, pozn. autorky) nebylo zabito. Myslím si, že přirozená tvořivost by se v lidech neměla potlačovat“. Mezi konkrétními případy alternativní cesty vzdělávání zmiňuje výuku s důrazem na podporu přirozené zvědavosti a kreativity. Přestože příborské centrum aktuálně nespolupracuje s žádnou vysokou školou v okolí, možnou budoucí spolupráci H. J. nevyklučuje.

4.4 Coworking Olomouc

4.4.1 Pojetí coworkingu

J. L., majitel a provozovatel centra Coworking Olomouc⁸⁸, začal bezprostředně po dokončení středoškolského studia podnikat v oblasti on-line marketingu. Pro uvedené profesní zaměření se rozhodl v patnácti letech a považuje jej za „jasnou volbu“. Jeho firma se specializuje na tzv. search engine marketing (SEM)⁸⁹. Běžně vykonává svou profesi tři až čtyři dny v týdnu z coworkingového centra a jeden den pracuje z domu, avšak dodává, že preferuje možnost coworkingu, neboť při izolaci v podobě home office má „sklony prokrastinovat“. Při práci v kolektivu pracovníků by si totéž nedovolil; práce v coworkingovém centru je pro něj motivačnější.

Termín „coworking“ má J. L. spjat s místem pro setkávání se s profesionály ze stejného či příbuzných oborů a považuje jej za vhodnou příležitost k networkingu a socializaci v rámci Olomouckého kraje. O coworkingu se dozvěděl v souvislosti s otevřením Impact HUB v Praze roku 2012, koncept se mu zalíbil a vzhledem k tehdejší absenci coworkingového centra v rámci Olomouce se rozhodl nabídnout pracovní místa ve své firemní kanceláři nezávislým profesionálům k pronájmu. Na konceptu jej totiž inspiroval fakt, že když „z jedné kanceláře udělá coworking (myšleno coworkingové centrum, pozn. autorky), může z ní finančně vytěžit více než při (individuálním) pronájmu“. Z pohledu provozovatele tuto skutečnost považuje za jednoznačnou výhodu. Z pohledu coworkera pak spatřuje hlavní motivaci pro coworking v potřebě sociálního kontaktu a již zmíněné pracovní morálky. Druhotně pak poukazuje na ekonomický aspekt pronájmu místa ve sdílené kanceláři. Tyto atributy zároveň považuje za výhody tohoto druhu práce.

Na druhou stranu poukazuje na možná úskalí coworkingu v případech, kdy pracovník vyžaduje absolutní klid na výkon práce, anebo naopak jeho profese vyžaduje neustálý telefonický kontakt. Z osobní zkušenosti nespátřuje v coworkingu možnou hrozbu pro sociální kapitál firem.

⁸⁸ Řízený rozhovor s provozovatelem Coworking Olomouc ze dne 5. 1. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

⁸⁹ SEM je formou marketingu, jejímž cílem je zvýšit viditelnost daných webových stránek ve výsledcích vyhledávání vybraných vyhledávačů, a to prostřednictvím optimalizace obsahu daných stránek.

4.4.2 Založení centra a jeho provozní specifika

Založení coworkingového centra nebylo původním plánem J. L. – po založení firmy hledal nemovitost, v rámci níž by mohl bydlet a zároveň pracovat se svými spolupracovníky, avšak vhodný prostor v rámci Olomouce nenašel a idey dvojdomku či podobně koncipovaného bytu se vzdal. Zakoupil zvláště kancelářské prostory pro svou pětičlennou firmu a nadbývajícím nevyužitým prostorem se rozhodl poskytnout k pronájmu. Vytvořil tak sdílenou kancelář. Její vznik byl tudíž spontánní a přípravy na otevření coworkingového centra včetně všech nezbytných administrativních úkonů zabraly dva měsíce (oficiální otevření proběhlo v prosinci 2012). Potenciální zájemce o coworking oslovil J. L. prostřednictvím NETsrazů⁹⁰, jeho vlastní iniciativy, a když zjistil, že o tento způsob práce je mezi kolegy z oboru zájem, motivovalo ho to i nadále vytrvat v provozu centra.

Hlavní odlišnost Coworkingu Olomouc spatřuje J. L. ve skutečnosti, že k provozu centra nevyužívá žádných externích zdrojů financování či dotací. Připouští, že místní coworkingové centrum má ve srovnání se známými coworkingovými centry ve dvou nejpočetnějších českých městech malou kapacitu, avšak dodává, že v Olomouci není tak početná komunita freelancerů jako v případě Prahy či Brna.

V současnosti centrum čítá včetně něj 12 členů (sedm freelancerů a čtyři jeho spolupracovníky/zaměstnance), z nichž dvě jsou ženy; dle slov J. L. je kapacita centra naplněna ze 75–80 %. Věkový průměr se dle J. L. pohybuje okolo 30 let a komunita centra se dle něj orientuje převážně „IT směrem“ – vyjma dvou profesí spjatých s lingvistikou komunita centra Coworking Olomouc sestává z programátorů, web designerů, grafiků či vývojářů mobilních aplikací. Vzhledem k jejich věkové příbuznosti J. L. mezi coworkery nepozoruje mezigenerační rozdíly ve způsobu práce.

Na dotaz vztahující se k náboru coworkerů do komunity centra odpovídá J. L. slovy: „Přijmeme kohokoli, jen nesmí dělat moc velký hluk“, čímž shrnuje zásadní pravidlo, jímž se osazenstvo centra řídí. Zájemci o coworking si mohou práci ze sdílené kanceláře zdarma vyzkoušet a případně se smluvně zavázat k pronájmu pracovního

⁹⁰ NETsraz sdružuje „osoby podnikající nebo pracující na internetu. Mohou to být programátoři, vývojáři, grafici, copywriteři, marketingoví specialisté, produktoví manažeři, majitelé e-shopů, obchodníci s doménami“ aj. (NETsraz.cz).

místa (smlouvu lze příp. vypovědět se čtrnáctidenní lhůtou). Aktuálně rentabilní provoz centra vděčí jeho obsazenosti.

Mezi mimopracovními společenskými aktivitami J. L. uvádí již zmiňované NETsrazy pořádané jedenkrát za měsíc; jejich iniciátorem je on sám.

Sdílení znalostí v rámci centra pak jeho provozovatel ilustruje příkladem podnikatelského záměru jednoho z bývalých místních coworkerů, jemuž se během pobytu v centru podařilo začít firmu budovat díky spolupráci kolegů-coworkerů, kteří mu poskytli poradenství a služby v podobě tvorby webových stránek či marketingové strategie.

4.4.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled

J. L. v lednu 2015 oznámil přípravy na stěhování Coworking Olomouc do větších prostor blíže centru města. V souvislosti se změnou lokality věří ve vyšší obsazenost centra a hovoří rovněž o spuštění reklamní kampaně na Facebooku za účelem oslovení potenciálních coworkerů. Nové prostory pojmu v daném okamžiku až 18 coworkerů, celkový počet členů pak odhaduje na 30–35 v případě sdílení jednoho pracovního místa mezi více klienty v průběhu dne.

Co se týče dalších možných úprav interiéru centra či technického vybavení, J. L. konstatuje: „*Můj hlavní zdroj příjmů plyne z podnikání firmy a pokud bych věnoval velkou část času přidruženým projektům, (...) zisk nebude takový, jako když čas věnuji vlastní firmě*“. Nehodlá tak v současné době investovat čas za podobnými účely.

4.4.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky

Dle provozovatele centra se „*coworking již uchytil, především v IT komunitě už to není žádná novinka a lidé se s tím ztotožnili*“. Domnívá se, že coworkingová centra mohou prosperovat pouze ve větších městech (v této souvislosti jmenuje J. L. krajská města) a i když připouští, že vznikají centra i v okresních městech či menších obcích, uvádí, že „*většina z nich fungují z dotací*“. Není příznivcem dotací a míní, že se nejedná o vhodnou, příp. udržitelnou formu provozu coworkingových center. Menším obcím navrhuje zřízení center obdobě jako tomu bylo v případě Coworkingu Olomouc, tedy sdílením kanceláře malé firmy s dalšími zájemci

či obchodními partnery – bez podpůrné sítě vzniklé prostřednictvím networkingu se dle jeho názoru provoz centra v malém městě nevyplatí.

Potenciál dalšího vývoje odhaduje u cohousingu, avšak v této souvislosti opět poukazuje na možné tendence k prokrastinaci v důsledku práce z domova. Coworkingová centra na globální úrovni budou dle jeho názoru i nadále vznikat; obzvláště pak sympatizuje s trendem coworkingových center provozovaných v turistických destinacích⁹¹ a nabízejících coworkerům vyjma sdílené kanceláře i ubytování – v rámci Olomouce však považuje podobný koncept za obtížně realizovatelný.

„Školství“ se dle J. L. potýká „s daleko většími problémy než řešením přípravy na coworking“. Za vhodnou a potřebnou přípravu budoucích absolventů však jednoznačně považuje pracovní praxi. Její povinné absolutorium však odmítá: „Je to jen na iniciativě studentů, jestli se o (...) obor zajímají, či ne. Je spousta mladých lidí se zájmem a nemusí ani studovat a jsou v (...) oboru špičkoví“. Specificky v souvislosti s jeho profesí pak zmiňuje, že škola nereaguje promptně na změnu výukových plánů v souvislosti s aktuálními trendy.

Na studenty svou kampaní Coworking Olomouc necílí a J. L. to ani neplánuje. Domnívá se, že studenti s podnikatelským záměrem na jeho realizaci pracují zejména již v prostorách školy, příp. navštěvují vybrané networkingové akce. Uvádí, že práce z coworkingového centra je pro studenty finančně nedostupná. Obecně pak studenty v rámci Olomouce nepovažuje za vhodnou cílovou skupinu pro propagaci služeb jeho centra – míní, že by musel v první řadě propagovat freelancing a následně až coworking, což mu z finančního hlediska přijde v daném lokálním kontextu neefektivní. Rozhovor pak uzavírá s následujícím poselstvím směřujícím k potenciálním znalostním pracovníkům: „*Dělejte to, co vás baví, a to vám přinese peníze*“.

⁹¹ V této souvislosti uvedme např. web Nomadlist.com, na němž uživatelé-coworkeři vybírají a hodnotí dané destinace s provozovanými coworkingovými centry na základě vlastních zkušeností.

4.5 Impact HUB Brno, Impact HUB Ostrava

4.5.1 Pojetí coworkingu

Provozní specifika Impact HUB Ostrava a Brno⁹² a perspektivy coworkingu byly diskutovány se Z. R., jedním ze zakladatelů a provozovatelů české sítě této celosvětově zavedené franšizy. Jak sám uvádí, o HUBu a potažmo coworkingu se dozvěděl roku 2008 díky kolegovi, jenž tehdy využíval zázemí bruselského HUBu. Z. R. působil v neziskovém sektoru, v současné době je majitelem čtyř společností, a pracuje tak v průběhu týdne z více míst, převážně však v rámci české sítě Impact HUB.

Termín „coworking“ nahrazuje českým ekvivalentem „spolupráce“ a používá jej rovněž pro označení zázemí, tedy sdílené kanceláře, skýtající možnost setkání a kolaborace. Z. R. spojuje začátek 21. století s otázkami zabývajícími se sdílením – coworking je dle něj jedním ze směrů, jednou z možností, jak sdílet. Coworking staví do kontrastu s odvěkou tendencí lidského druhu, kdy jeho přežití a prosperita závisely na spolupráci členů: *„Coworking podle mě přináší tu myšlenku obráceně: mělo by vzniknout nějaké zázemí, kde bychom spolu chtěli spolupracovat, a to vytváří (...) budoucí komunitu – není to tak, že komunita vytváří potřebu spolupracovat“*.

Práci z coworkingového centra považuje Z. R. za výhodnou především díky vybavenému zázemí, jež svou podstatou představuje nižší riziko investice, a to zejména v případě start-upů. Práci z coworkingového centra pak Z. R. vnímá jako osobnostní test: *„Někteří lidé přicházejí do toho prostoru s tím, že chtějí být mezi lidmi, chtějí mezi nimi trávit svůj čas, mezi nimi a s nimi pracovat, ale po nějaké době (...) zjistí, že jim ti ostatní lidé překážejí – že je jim lépe doma nebo v uzavřeném prostoru“*. Jak dále zmiňuje, je rovněž možné, že někteří nově příchozí coworkeři mohou chovat mylná očekávání, že se vstupem a působením v coworkingovém centru dozná jejich pracovní projekt automaticky úspěchu. V případě, že se tomu tak nestane, přichází okamžik zklamání, kdy nezávislý profesionál může vinu přičítat danému prostoru či ostatním pracovníkům komunity – Z. R. se domnívá, že uvedený protitrend bude možné v budoucnu očekávat.

Možnou ztrátu sociálního kapitálu firem Z. R. nepředpokládá: *„Bud' je ta firma na to (distanční formu práce a komunikaci, pozn. autorky) kulturně nachystaná,*

⁹² Řízený rozhovor s provozovatelem Impact HUB Ostrava a Brno ze dne 10. 3. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

či ne. (...) Pokud komunikace v rámci firmy nefunguje, coworkingové centrum tomu nenahraje“.

Co se týče možného rizika sdílené kanceláře s ohledem na únik tajemství či inovativních myšlenek, Z. R. toto téma považuje za překonané a neaktuální – naopak vnímá sdílenou kancelář jako vhodný prostředek pro získání kontaktů na možné partnery pro daný projekt. Navíc, jak dále dodává, mají subjekty mnohdy v rámci center možnost volby pronájmu pracovního místa v rámci open space prostoru, či alternativně možnost pronájmu uzavřené kanceláře.

4.5.2 Založení centra a jeho provozní specifika

Dle slov Z. R. zakladatelé o HUBu přemýšleli „jako o místu, které musí vzniknout“ – cílem bylo vytvořit zázemí, jež by plnilo většinu potřeb nezávislých profesionálů či firem a které by mohlo pomoci určitě změně ve společnosti. Provozovatelé chtěli rovněž vytvořit regionálně dostupnou síť tohoto chráněného zázemí v rámci České republiky, proto jsou v současné době v provozu tři subjekty – Impact HUB Praha, Brno a Ostrava, o jejichž provoz se vyjma společníků starají lokální týmy⁹³. Impact HUB Brno a Ostrava byly připravovány souběžně, jejich zřízení a otevření veřejnosti si vyžádalo čtyři roky prací. Impact HUB Ostrava oficiálně zahájil provoz v listopadu 2014; jeho brněnská obdoba pak byla zpřístupněna počátkem dubna 2015.

„HUB není coworking (myšleno coworkingové centrum, pozn. autorky); je to (...) více než jen zázemí pro coworking“, uvádí Z. R. a odkazuje na český ekvivalent anglického výrazu „hub“⁹⁴. Jak dále sděluje, Impact HUB nabízí klientům coworkingový open space prostor, ale i fixní místa a samostatné kanceláře. Sdílené zázemí zahrnuje dle jeho slov „jeden či více samoobslužných barů (kuchyněk), zasedací místnosti, venkovní terasy či atria“ a příp. i poradenské služby, jichž mohou klienti využít. Tento balík služeb doplňují pak aktivity, jež Impact HUB pořádá.

Kapacita prostor je ve všech třech městech republiky dle Z. R. shodná, přičemž dodává, že pražský HUB v současnosti pravidelně poskytuje služby 520 klientům,

⁹³ Dle slov Z. R. český tým Impact HUB čítá přibližně 40 členů.

⁹⁴ Pojem „hub“ lze přeložit do češtiny jako centrum dění.

což stále zatím nepřesahuje kapacitní limit. HUB se tak řadí mezi velké subjekty na trhu sdílených kancelářských prostor.

Co se klientely týče, Z. R. uvádí, že HUB v tomto ohledu klade důraz na profesní diverzitu. Ta dle jeho názoru zajišťuje funkčnost daného společenství. V rámci komunity rozlišuje Z. R. tři hlavní směry – první skupinu tvoří technologicky progresivní firmy, druhou podpůrná infrastruktura menších inovativních subjektů (např. digitální agentury, SEO agentury, apod.) a v neposlední řadě HUB akcentuje směr „*social business*“ – dle slov Z. R. se tým Impact HUB snaží nabízet spolupráci společensky zodpovědným firmám či jedincům.

V HUBu se dle svědectví Z. R. dnes již neobjevují výhradně start-upy podnikatelů do 25 let, nýbrž i start-upy pod taktovkou starších a zkušenějších profesionálů, jež opustili korporátní sféru. Klientelu v tomto smyslu Z. R. dělí opět zhruba na třetiny (třetí třetinu tvoří ostatní věkové skupiny).

Výběr klientů probíhá na základě osobních pohovorů zaměřených na motivaci klientů. Během pohovoru je zohledňován etický aspekt zamýšlené podnikatelské činnosti. V případě nesouladu s etickými preferencemi HUBu může být uchazeč odmítnut.

Tým HUBu rovněž vyhledává potenciální klienty – jak Z. R. uvádí, před otevřením ostravského a brněnského centra se s kolegy setkal s minimálně 200 lidmi v každém z měst, aby zjistili jejich očekávání, lokální specifika a diskutovali možnou spolupráci.

Přestože otevření brněnského HUBu bylo původně plánováno současně s ostravskou pobočkou, v době konání řízeného rozhovoru probíhaly teprve přípravy na jeho otevření v dubnu 2015. Dotaz na rentabilitu centra se tak vztahoval pouze na ostravský HUB, jenž v dané době hlásil provozní nulu a nebyl doposud výdělečný. Počáteční investice do obou center činila celkově 110 000 000 Kč.

Ze zkušenosti organizačního týmu se „*za 12 měsíců se stane v jednom městě (respektive HUBu, pozn. autorky) 400 velkých a přes 2 000 malých setkání*“. Co se koncepce programu týče, tým HUBu nejprve zjišťuje, jaké aktivity jsou již v daném městě zavedeny a během již zmiňovaných setkání s potenciálními klienty dále konzultuje možnou iniciaci dalších akcí.

Ve vztahu k procesu sdílení znalostí v rámci HUBu Z. R. uvádí: „*Myslím, že nejsilnější téma počátku 21. století je (...) sdílení; a jen protože velká skupina lidí je v jednom prostoru, (...) vzniká (tam) spousta příležitostí proč si spolu dát kávu, (...) oběd. Tam si myslím, že se začínají sdílet nové vztahy, začínají se tam sdílet (...) nové příležitosti, a z toho pak (...) vyplývá to, že se tam začínají vyměňovat (...) zkušenosti (...) – to je část, která vzniká sama o sobě (samovolně, neřízeně, pozn. autorky)“.* Dalším případem je pak proces sdílení znalostí, jenž je ze strany Impact HUB podporován, a to prostřednictvím tzv. hostitelů či hostitelek HUBu, jenž se mj. starají o integraci členů a zprostředkování kontaktů v rámci komunity HUBu, příp. i mimo ni. Z. R. rovněž dodává, že za účelem podpory sdílení znalostí jsou dále pořádány akce umožňující setkání a kontakt členů, přičemž každý HUB má k dispozici „*několik nástrojů (typů setkání), která se (tým) snaží nabízet nenásilnou (...) cestou“*.

Z. R. nepozoruje výrazné mezigenerační rozdíly ve způsobu práce mezi jednotlivými profesionály; odkazuje spíše na profesní specifika, jež si příp. žádají využívání určitých specifických metod. Také uvádí, že pracovníci vyšších věkových skupin působící v rámci HUBu, jsou s ohledem na mnohdy dlouholetou pracovní zkušenost z privátního sektoru v technologickém aspektu práce velmi adaptabilní.

4.5.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled

K dosavadnímu fungování ostravského HUBu Z. R. konstatuje: „*Máme štěstí v tom, že většina základních věcí je hotova“* (díky několikaleté zkušenosti s provozem pražského centra, pozn. autorky) – „*jen implementujeme a doladujeme to za provozu“*. Jak dále pokračuje: „*Co projekt vždy čeká, je, že musí vždy dospět, dozrát (...) – je to na celé (...) komunitě, která se potřebuje rozrůst, prorůst, potřebuje obměnit několik generací (...)*“, aby dospěla do stádia, kdy „*budeme vědět, že tam (v HUBu, pozn. autorky) jsou stovky lidí, kteří mají (...) společný činitel nebo hybatel a vědí, že (...) život není jen o práci (...), ale že (...) tady máme ještě nějaké (...) silnější pojítka, které (...) ta komunita musí nalézt sama“*. V této souvislosti Z. R. uvádí jako příklad komunitní snahu o rozvoj daného města. O kýženém společném hybateli v rámci komunity dále zmiňuje: „*To je něco, co přichází až v čase, a my jenom pomáháme tomu, aby nevzniklo pouze (...) pracovní zázemí, ale aby tam (v HUBu pozn. autorky) bylo i to (...) pojítka“*.

Ačkoli Z. R. připouští možnou budoucí expanzi subjektu, bližší informace neuvádí. K projektům ostravského HUBu však poznamenává: „*Myslím, že není třeba tvořit prostory, je třeba vyvíjet aktivitu*“ (společenské aktivity či iniciativy, jež mají potenciál se v daném městě uchytit, pozn. autorky). Tímto se tak vrací ke komunitnímu aspektu coworkingu. Také vzápětí vysvětluje záměr týmu Impact HUB o iniciaci daných aktivit, jejich přijetí komunitou a převzetí organizace dané aktivity samotnými členy komunity: „*Musí to (daná aktivita, pozn. autorky) být těch lidí a my se akorát snažíme vytvářet to zázemí pro to, aby se (...) v něčem našli a aby to uchopili a dělali sami*“.

4.5.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky

Coworkerů a sdílených kanceláří bude dle Z. R. v nadcházejících letech ve střední a východní Evropě přibývat (hovoří o jisté setrvačnosti, respektive trendovém opoždění ve srovnání s rozvojem coworkingu na území USA a západní Evropy). Dále v rámci USA zaznamenal prognózu o možném přesycení trhu podnikatelských inkubátorů založených na investici do podílu start-upů, jež v daném inkubátoru působí. Polemizuje proto nad udržitelností tohoto modelu sdílených kancelářských prostor a nastiňuje jejich možný úbytek.

V této souvislosti k podobnému jevu v rámci České republiky uvádí: „*Většina (...) prostorů (coworkingových center, pozn. autorky) není (...) založena (...) na (...) investici do podílu nebo obchodování podílem, protože nám to není kulturně blízké. Nabízíme nějaké zázemí, pomoc a měníme tuto službu za peníze, nebo ji děláme pro bono, když se to vyplatí, (v případě, že) to (spolupráce na projektu či podnikatelský záměr, pozn. autorky) je vztahově tak zajímavá věc, že peníze by to (jen) pokazily, hlavně ať to vznikne. Možná za těch deset let, když (...) trh (...) dospěje (...), začne se lámat chleba na tom, jestli už jsme schopni obchodovat s něčím, co jsme (doposud) neměli - protože většina z nás neví, jak s tím (podílem, pozn. autorky) obchodovat, všichni jsou z toho nervózní, protože jsme stát s. r. o., ne akciových společnostech a tyto divočejší transakce, tady nejsou kulturně vžité*“. Jak dále Z. R. rozvádí, změní-li se v českém prostředí toto vžité paradigma, lze dle něj očekávat, že klienti coworkingových center začnou namísto peněžní platby centřům za pronájem místa nabízet podíl na zisku plynoucí z jejich podnikatelské činnosti.

K tématu týkajícímu se doporučení studentům (potenciálním znalostním pracovníkům) a zájemcům o coworking a jejich možné přípravy Z. R. sděluje, že *„je třeba, aby se k dnešním talentům ve vysokoškolském procesu vzdělání, dostala informace (...), že postarat se sám o sebe (myšleno zahájit podnikatelskou činnost či pracovat na volné noze, pozn. autorky) je naprosto validní a rovnoprávná cesta vůči všem ostatním – to, že se budu dobře učit a pak se nechám dobře zaměstnat ve státní správě, v akademické či (privátní) sféře jsou validní řešení, ale stejně tak je validní říci: Já se postarám o sebe. Je to normální a důležitý pilíř přežití této společnosti po další staletí“*.

Jak dále pokračuje, vyjadřuje domněnku nad skutečností, že výše popisovaná *„validní cesta je zatím (mnohdy) provázena zbytečnými obavami. Jistota zaměstnání je největší iluze, kterou si ze vzdělání odnášíme“*. Upozorňuje na většinovou tendenci jedinců spoléhat se na silnou značku či organizaci a upozorňuje na jejich relativitu, tj. pomíjivost: *„Může se stát, že ta jistota (zaměstnání, pozn. autorky) přes noc zmizí“*. Naproti tomu staví do kontrastu freelancing či založení vlastní firmy na vlastní zodpovědnost a zdůrazňuje, že tato pracovní činnost, je-li kvalitně odvedena a nachází-li odbytí na trhu, zaručuje větší životní jistotu. *„To je něco, co si myslím, že dnes vzdělání nepřináší, nebo nepřináší (...) možnost napojit to na nějakou životní zkušenost“* – české vysoké školství dle jeho názoru dovede studenty připravit na práci v soukromém či veřejném sektoru, příp. studentům zprostředkovat praxi, avšak dle jeho názoru vzdělání neumí předat smysl a motivaci pro sebezabezpečení (ve smyslu zahájení podnikatelské činnosti či freelancingu): *„Bavíme se o jednotkách procent těch, kteří odcházejí ze studia a myslí si, že to je validní a stejně silná životní cesta jako všechny ostatní“*.

Za vhodnou a potřebnou inovaci vysokoškolské výuky považuje Z. R. podporu studentů v týmové práci – domnívá se, že *„alespoň polovina vzdělávání by (měla být) založena na týmovosti“*, neboť tento způsob práce dle jeho názoru *„přináší úplně jiné životní zkušenosti a hodnoty“*. Dále konstatuje, že vzdělání by mělo rovněž umožňovat sdílení znalostí mezi studenty – navrhuje mj. např. analyzovat a příp. rozvíjet úspěšné, ale i neúspěšné projekty či práce studentů, motivovat k reinvenci neúspěšných projektů. Vysoká škola by, jak Z. R. shrnuje, měla studentům předat a zprostředkovat životní zkušenosti založené na principu *„postarej se o sebe a nauč se spolupracovat“* – měla by je tedy vybízet k sebezodpovědnosti a týmové práci.

Z. R. oceňuje fakt, že na vysokých školách přibývá odborníků z praxe, jež k těmto principům studenty vybízejí a mj. se studenty spolupracují při sestavování studijního plánu. K sebezodpovědnosti studenty inspirují dle jeho vyjádření i osobnosti, které se snaží uvedenou životní zkušenost během procesu vzdělání zprostředkovat.

V otázce možné změny vysokoškolské výuky rovněž nastoluje polemiku, zda by nebylo vhodnější některé vysokoškolské předměty, potažmo oborové specializace vyučovat či zavádět spíše již na středoškolském stupni. V této souvislosti uvádí jako příklad programování a vývoj aplikací – jmenuje je jako oblasti s vysokým potenciálem pro budoucnost a s ohledem na vzrůstající poptávku v této oblasti přirovnává tuto technickou znalost k řemeslu, jež není nutné vyhradit exkluzivně pro terciární stupeň vzdělání a zprostředkovat ho tak pouze zlomku vybraných jedinců, ale naopak předat tuto technickou znalost značně širšímu publiku již na středoškolské úrovni.

Se zaváděním povinných praxí v rámci studia nesouhlasí, praxe by měla vycházet ze sebmotivace a vlastního rozhodnutí studenta. Ve stejném duchu se vyjadřuje i o samotném vzdělání: „*Měla by to být věc, po které toužím, kterou chci dokázat – to je přesně to, co mě učí (...) sebezodpovědnosti*“. Na návaznou otázku týkající se možnosti placeného vysokoškolského vzdělání Z. R. reaguje myšlenkou, že dokud české vysoké školství studentům nenabídne možnost podílet se na výběru předmětové skladby oboru a nepředá postupy a zkušenosti umožňující úspěch v privátní či veřejné sféře, pro studenty vzdělání nezíská „*skutečnou hodnotu*“ a nebudou pravděpodobně ochotni za tuto formu platit.

S odkazem na VŠB – TUO Z. R. oceňuje vznik podpůrných struktur rozvoje podnikání studentů v rámci vysokých škol (jmenuje podnikatelský inkubátor, centrum inovací a coworkingové centrum) a vybízí vysoké školy k zajištění informovanosti studentů o existenci a možnosti využití těchto struktur (obzvláště mají-li studenti možnost těchto zázemí využívat v rámci studia zdarma).

Impact HUB za účelem informovanosti studentů o možnosti coworkingu a podnikání pořádá na vysokých školách přednášky. Dále nabízí jednou za půl roku tzv. akcelerační program, v rámci něhož dochází k výběru podnikatelského záměru, přičemž alespoň polovinu týmu předkládajícího tento záměr (v jisté kategorii) musí tvořit studenti. Vítězný tým je oceněn finanční částkou, poskytnutím poradenství a zázemí v HUBu zdarma po určité období.

4.6 TIC Zlín

4.6.1 Pojetí coworkingu

Zlínské coworkingové centrum⁹⁵ je součástí místního podnikatelského inkubátoru, jenž funguje v rámci Technologického a inovačního centra prezentujícího se jako „*společnost pro podporu podnikání a inovací ve zlínském regionu*“⁹⁶. Bližší informace o jeho provozu a o samotném coworkingu poskytl písemnou formou jeho provozovatel P. K., jenž z jeho prostor vykonává profesi projektového manažera.

Coworking si asociuje s kreativním prostředím. Webové stránky centra toto tvrzení podporují a „*kreativní prostředí s unikátní inspirující atmosférou vytvářející podmínky pro navazování kontaktů a spolupráci*“⁹⁷ je zde považováno za přidanou hodnotu či něco, co je penězi prakticky neoceníitelné⁹⁸. Stránky dále prezentují práci ve sdílené kanceláři v rámci komunity nezávislých profesionálů jako vhodnou variantu pro začínající podnikatele, pracovníky na cestách, příp. jedince, kteří nemají zájem o home office. „*Coworking je o lidech, nápadech, vzdělávání, mentoringu a inspirujících příbězích.*“⁹⁹

O možnosti coworkingu se P. K. poprvé dozvěděl při provádění analýzy aktivit na podporu podnikání v ČR v průběhu roku 2010. Spatřil v něm možnost „*rozšíření nabídky služeb pro start-upy ve Zlínském kraji*“, jelikož prostor tohoto druhu tehdy neměl v rámci regionu obdoby.

Na coworkingu si cení právě aspektu spolupráce, vzájemné inspirace a zprostředkování kontaktů využitelných při výkonu práce. Naopak mezi nevýhodami jmenuje absenci soukromí a možná rizika ve spojitosti se sdíleným prostorem (např. možné asympatie vůči ostatním coworkerům) a poukazuje i na případné provozní problémy v rámci prostoru, jež mohou teoreticky narušit běžný pracovní rytmus.

⁹⁵ Korespondenční rozhovor s provozovatelem coworkingového centra TIC Zlín ze dne 9. 3. 2015. Dostupné z archivu autorky.

⁹⁶ Technologické inovační centrum Zlín [online]. cit. 2015-03-10. Dostupné z: <http://www.ticzlin.cz>.

⁹⁷ Inkubatorzlin.cz. Co-workingové centrum [online]. cit. 2015-03-10. Dostupné z: <http://www.inkubatorzlin.cz/co-working/>.

⁹⁸ Tamtéž.

⁹⁹ Tamtéž.

Dle jeho názoru se lidé uchylují k této formě práce částečně vlivem moderního trendu, neochoty pracovat z domu či v důsledku toho, že v současnosti vznikají kreativní profese bez potřeby zřizování vlastní nezávislé kanceláře.

4.6.2 Založení centra a jeho provozní specifika

Motivace pro založení centra vycházela jasně z poslání Technologického a inovačního centra, a měla tedy v důsledku absence obdobné platformy doplnit nabízené produkty podnikatelského inkubátoru. Práce na koncepci coworkingového centra (nezbytné přípravy dokumentů, samotného prostoru, provozních pravidel i marketingové strategie) byly zahájeny roku 2013. V závěru téhož roku došlo k zahájení zkušebního provozu a v roce následujícím pak k oficiálnímu otevření. Projekt byl součástí diplomové práce studenta a na jeho realizaci se intenzivně podílely dvě osoby za současné administrativní podpory stážistky.

Provozovatel považuje za výjimečnost centra jeho polohu v krajském městě a synergický efekt v důsledku provozu sdílené kanceláře v rámci Technologického a inovačního centra – dle slov P. K. coworkingové centrum „*doplňuje naše další aktivity – podnikatelský inkubátor, virtuální inkubátor, akcelerační program. Coworking je spíše využíván jako přestupní stanice*“.

Místní centrum, o ploše 80 m², sestává z jednoho open space prostoru dostupného klientům v pracovních dnech mezi osmou až dvanáctou hodinou v závislosti na preferovaném tarifu.

Dle informací P. K. služeb centra využívalo v loňském roce osm pracovníků, jež následně založili společné projekty a přestěhovali se do vlastních kanceláří. V současné době v centru působí sedm coworkerů. Mezi dosavadními klienty převažovali muži do 35 let, jejichž profesní orientace se týkala IT, marketingu, multimédií či různých on-line projektů.

Výběr klientů probíhá prostřednictvím osobního pohovoru, během něhož je diskutován případný podnikatelský záměr, provozní řád centra a vzájemná očekávání. Smlouva je uzavírána na dobu neurčitou s případnou jednoměsíční výpovědní lhůtou.

Budoucí znalostní pracovníci a zájemci o výkon profese z coworkingového centra by dle jeho názoru měli být během vysokoškolského studia vedeni k podnikání; další znalostní či dovednostní příprava dle P. K. záleží na typu projektu (podnikatelského záměru), jenž studenti chtějí realizovat.

4.7 Viva Ostrava

4.7.1 Pojetí coworkingu

Coworkingové centrum Viva Ostrava¹⁰¹ se nachází v místní části Hrabůvka. Viva vznikla jako první coworkingové centrum v rámci Ostravy, a to v roce 2012. V současnosti kromě sdíleného pracoviště, jež se může přesunutím nábytku snadno proměnit v přednáškový sál, zahrnuje centrum o ploše 600m² i přidružené zasedací místnosti (tzv. kajuty), dále je doplněno i o dětský klub Kuky a kavárnu Laura Coffee. Centrum Viva se na webových stránkách Vivaostrava.cz prezentuje jako místo, které dává prostor pro skloubení práce, rodiny, osobního rozvoje i odpočinku a mimo výše uvedené služby nabízí i účast na vzdělávacích, inovativních a komunitních projektech.¹⁰²

Provoz centra a perspektivy coworkingu byly v rámci řízeného rozhovoru diskutovány s členkou organizačního týmu, M. P., jež opustila firemní sektor mj. z důvodu fixní pracovní doby, kvůli složitým firemním procesům a jisté absenci osobního aspektu (absenci možnosti seberozvoje a individuálního přístupu). Ve Vívě pracuje prvním rokem a dle svých slov se domnívá, že by v současnosti z pohledu mnohých zaměstnavatelů byla se svými požadavky na pracovní podmínky pravděpodobně nezaměstnatelná. Na současné pracovní pozici si mj. velmi cení její polyvalence, možnosti setkávání se s inspirativními lidmi i demokratického stylu řízení.

M. P. si coworking asociuje se sdílením znalostí, zkušeností a kontaktů, setkáváním se se zajímavými profesionály v inspirativním prostředí, ale i se sebedisciplínou a potřebou time managementu. M. P. se o konceptu coworkingu poprvé dozvěděla přibližně před třemi lety ve spojitosti s pražským HUBem i články dostupnými na internetu. Na této formě distanční práce jí imponuje zejména podnětné

¹⁰¹ Řízený rozhovor s provozovatelkou Viva Ostrava ze dne 6. 3. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

¹⁰² Viva Ostrava [online]. 2015-02-15. Dostupné z: <http://www.vivaostrava.cz>.

prostředí a možnost socializace, které, dle osobní zkušenosti respondentky, pracovníky motivují k pracovní činnosti více než v případě home office. Dále vyzdvihuje rovněž pocit sounáležitosti s komunitou centra.

Výhody coworkingu spatřuje v jeho společenské stránce (setkávání se, spolupráci, sdílení kontaktů a znalostí s inspirativními profesionály), dále pak v časové, administrativní i finanční nenáročnosti při potřebě zajištění kancelářského místa a v možnosti využití služby hlídání dětí.

M. P. nemá osobní zkušenost s obtížemi ve spojitosti s udržováním kontaktů se zaměstnavatelem v případě distanční práce vykonávané z coworkingového centra a ani klienti Vivy se jí doposud s podobnou zkušeností nesvěřili. Naopak se stalo, že firmy v důsledku stěhování využily zázemí Vivy pro zřízení detašovaného pracoviště a plně tak ocenily aspekt vybavené kanceláře.

Přestože M. P. v průběhu celého rozhovoru zdůrazňuje význam socializace jako jedné z hlavních předností coworkingu, mezi nevýhodami na prvním místě uvádí možnou nižší produktivitu práce v důsledku neformálních konverzací v průběhu dne a stírání hranice mezi pracovním a soukromým životem (tj. jejich nezřetelně oddělení v důsledku výkonu zaměstnání z centra, které poskytuje příjemné prostředí pro práci spojené např. i s hlídáním dětí). Aspekt socializace v rámci coworkingového centra se tak jeví jako dvousečný.

Zajímavým poznatkem v rámci rozhovoru pak byl komentář M. P. týkající se místních regionálních specifik – M. P. v této souvislosti uvádí, že provoz coworkingového centra je v Ostravě a okolí náročný, neboť coworking a flexibilní formy znalostní práce nejsou na Ostravsku, tradičně průmyslové oblasti republiky, zcela běžné.

4.7.2 Založení centra a jeho provozní specifika

Myšlenka založit v Ostravě Vivu vzešla od ředitelky centra, jež měla dlouhodobě v úmyslu vytvořit komunitně zaměřený projekt doprovázený vzdělávacími a osobně-rozvojovými akcemi. Chtěla Ostravanům nabídnout nově koncipovaný pracovní prostor a poukázat na alternativní formy práce. M. P. Vivu tituluje „*centrem osobního rozvoje*“. Soudě dle kalendáře pořádaných akcí i poskytovaných služeb lze Vivě výše zmíněný přídomek prisuzovat.

Centrum Viva bylo oficiálně otevřeno v květnu roku 2012, přičemž nezbytné administrativní úkony i přestavba zabraly jeden rok. Na koncepci centra se aktivně podílel šestičlenný tým, jemuž asistovali i externí spolupracovníci.

Viva se dle M. P. odlišuje od jiných center svou otevřeností vůči novým nápadům a projektům, neuniformitou a komunitními aktivitami. Unikátnost centra v rámci Ostravy pak bezpochyby spočívá v jeho propojení s dětským Kuky centrem. Centrum je mj. orientováno na pracující rodiče, ale své služby nabízí i široké veřejnosti.

Vyjma typických freelancerských profesí spojených s online businessem v coworkingovém centru pracují rovněž jedinci orientovaní na přírodní stavitelství či rukodělné práce. Co se týče struktury klientely, pronájmu coworkingových prostor pro práci využívají převážně muži.

Coworkingové prostory jsou koncipovány pro deset lidí, avšak v případě potřeby umožňují změnu interiérových dispozic a umístění celkem až dvaceti kancelářských míst¹⁰³. Pronájem kancelářského místa je možný po osobním setkání, po domluvě a nevyžaduje uzavření smlouvy.

M. P. spatřuje v aktuální marketingové strategii centra prostor pro zlepšení, přičemž Viva využívá jak sociálních sítí (Facebook, Twitter), vlastního blogu, webové reklamy, tak tištěných médií (vlastních novin, článků v místním zpravodaji, plakátů, aj.). Své služby propaguje i prostřednictvím osobních setkání, a to zejména na ostravských univerzitách, na nichž Viva tradičně pořádá semináře pro studenty.

Studenti Ostravské univerzity a VŠB – TUO mohou navíc využít tříměsíčního programu pro začínající podnikatele, jenž Viva ve spolupráci se jmenovanými institucemi nabízí: student může využívat kancelářského centra v rámci coworkingového centra v ceně 4 900 Kč po dobu tří měsíců, přičemž při splnění smluvených podmínek univerzita studentovi uvedenou částku proplatí formou stipendia. M. P. však konstatuje, že studenti této nabídky paradoxně nevyužívají, a to i navzdory propagaci tohoto programu na obou univerzitách v rámci studijních oborů orientovaných na podnikání.

¹⁰³ Maximální kapacita celého centra v případě pořádání společenských a vzdělávacích akcí je až 150 osob.

V současné době je provoz coworkingového centra nerentabilní. Přestože se podařilo splatit počáteční investici, aktuálně se nedaří naplňovat finanční výhledy.

Provoz coworkingového centra se neřídí kodexem, nýbrž dle slov M. P. funguje zcela na bázi „*osobní svobody, zodpovědnosti*“ a vlastního úsudku. Jak již bylo předesláno, Viva se angažuje ve věci společenských a komunitních aktivit – vyjma koncepce konferencí a seminářů zaměřených na podnikatelskou činnost a osobní rozvoj (včetně organizace nezávislé konference TEDx), jež jsou přístupné široké veřejnosti, Viva rovněž pronajímá své prostory externím subjektům. Na koncepci programu se mohou svými náměty podílet i klienti centra.

Ke sdílení znalostí dle slov M. P. dochází především při organizovaných business snídaních, v rámci nichž je podporován networking, dále pak i v průběhu vzdělávacích akcí a workshopů, avšak i zcela neformálně např. při konverzaci v přidružené kavárně Laura Coffee.

Co se týče možných pozorovaných rozdílů ve způsobu práce, M. P. je přisuzuje rozdílnému charakteru pracovníků – introvertně zaměření klienti častěji opouštějí open space sdílenou kancelář a využívají soukromí v prostoru jedné z „kajut“ než extrovertně orientovaní jedinci, kteří snáze navazují kontakty pro možnou spolupráci.

4.7.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled

M. P. vyjadřuje spokojenost s „*budováním komunity, zprostředkováním vztahů mezi lidmi*“ a programovým zaměřením centra, které klientům „*ukazuje nové (životní a profesní) cesty a možnosti*“. Naopak poznamenává, že by se organizační tým Vivy měl zaměřit na finanční řízení¹⁰⁴ a marketingovou strategii.

Tým Vivy neplánuje expandovat, avšak aktivně vyhledává spolupráci s jinými coworkingovými centry a koncipuje projekty zaměřené i na jiné lokality než výhradně na bezprostřední okolí centra.

¹⁰⁴ V této souvislosti M. P. nastoluje genderovou problematiku s ohledem na fakt, že organizační tým centra aktuálně sestává z žen. „*Muži jsou*“, dle jejího názoru, „*více finančně a projektově orientovaní než ženy, které je na oplátku předčí v intuici.*“

Nadcházejícím projektem centra je zřízení komunitní zahrady v místní části Ostrava-Hrabůvka či zajištění bezbariérového přístupu do prostorů centra. Přednostně se pak organizační tým zaměří na fundraising za účelem získání prostředků pro provoz centra a jeho propagaci.

4.7.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky

M. P. jednoznačně coworkingu přisuzuje růstový vývoj a připojuje svůj názor, že dnes pracovní činnost „*není tolik o konkurenci, jako o spolupráci – práce je více postavená na coworkingu, kooperaci*“, na vzájemné prospěšnosti.

Dle jejích slov by potenciální coworkeři měli vzít na vědomí, že se jedná o nesolitérní práci. Jako nezbytný předpoklad pro coworking dále zdůrazňuje využívání metod time managementu a vrací se ke svému předešlému konstatování, tedy že je možné, že coworker bude méně produktivní, avšak získá nové cenné kontakty pro další činnost.

Ve věci cílené přípravy a inovace vysokoškolské výuky s ohledem na popularizaci coworkingu M. P. v první řadě uvádí, že zaměstnavatelé jsou zpravidla příliš orientovaní na vysokoškolské tituly a teoretickou průpravu na úkor průpravy dovednostní (zejména např. na úkor kritického myšlení, soft skills, komunikačních dovedností). V této souvislosti M. P. rovněž konstatuje, že studenti jsou dle jejího názoru pasivní, nezvyklí „*oponovat, projevovat se, angažovat se, budovat v sobě zodpovědnost*“ a být proaktivní.

Vyjma výuky předmětů orientovaných na podnikatelskou činnost a tréninku soft skills se M. P. domnívá, že by výuka měla zahrnovat přednášky úspěšných podnikatelů a profesionálů využívajících flexibilních forem práce. Jako důležitý aspekt v průpravě zdůrazňuje zahraniční studijní či pracovní pobyt. Navrhuje i podporu pracovní činnosti studentů během studia – např. formou povinných praxí. Přimlouvá se rovněž za možnou exkurzi studentů do coworkingových center, příp. vyjednání spolupráce mezi univerzitou a coworkingovým centrem (např. formou stipendia). V neposlední řadě apeluje na samotné studenty, aby coworking na vlastní pěst vyzkoušeli, příp. začali podnikat, dokud jsou ambiciózní a nemají větší závazky. Závěrem pak poukazuje rovněž na význam coworkingu během mateřské či rodičovské dovolené, kdy tato činnost umožňuje rodičům dále se profesně rozvíjet a neztratit kontakt s daným oborem.

4.8 VTP UP Olomouc

4.8.1 Pojetí coworkingu

Druhé coworkingové centrum, jež je v Olomouci aktuálně v provozu, bylo zřízeno v rámci Vědeckotechnického parku Univerzity Palackého v Olomouci, bloku B, který je vyhrazen pro vzdělávací akce či akce na podporu podnikání. Jeho specifika a náhled na práci ve sdíleném prostoru popsal J. H.¹⁰⁵, provozovatel centra, a K. M.¹⁰⁶, která zodpovídá za marketingovou komunikaci VTP UP a asistuje s provozem místní sdílené kanceláře.

Coworkingové centrum J. H. vnímá jako „*kreativní místo pro začínající podnikatele a lidi na volné noze, kteří nepotřebují vlastní kancelář, (a kteří zde) mohou občasné pracovat a navzájem sdílet své znalosti*“.

K. M. v první řadě přisuzuje pojmu coworking sdílení nápadů, které mohou být pro business přítomných coworkerů přínosné; považuje jej rovněž za finančně nenáročnou alternativu pronájmu individuální kanceláře. V neposlední řadě si tento pojem spojuje se start-upy a jedinci s podnikatelskými záměry. O možnosti tohoto způsobu práce se dozvěděla přibližně v roce 2014 v průběhu vysokoškolského studia, a to prostřednictvím sociálních sítí.

Dle názoru J. H. coworking umožňuje postupný vznik zajímavé komunity: „*Vznikají tu přátelství i nový business*“. Přednost vidí i v ceně za pronájem pracovního místa či poskytnutí zázemí pro pracovní jednání. K. M. toto tvrzení kvituje a dodává, že za výhodu coworkingu považuje i přidružené podnikatelské zázemí vybízející ke kreativitě, poskytující poradenské služby či umožňující účast na vzdělávacích a networkingových akcích.

Naproti tomu J. H. konstatuje, že „*sdílení prostoru nemusí každému vyhovovat*“. Možnou ztrátu soukromí dosvědčuje i K. M. Rovněž připouští riziko nižší produktivity práce či nižší soustředěnosti.

Lidé dle vyjádření J. H. využívají stále častěji služeb coworkingových center z ekonomických důvodů (kvůli úspoře provozních nákladů) a dále kvůli možnému

¹⁰⁵ Korespondenční rozhovor s provozovatelem coworkingového centra VTP UP ze dne 12. 3. 2015. Dostupné z archivu autorky.

¹⁰⁶ Řízený rozhovor s provozovatelkou coworkingového centra VTP UP ze dne 5. 3. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

sdílení znalostí mezi pracovníky. J. H. uvádí rovněž aspekt lidské potřeby socializace, již pracovníci na volné noze při výkonu práce z domu mohou pociťovat, a neopomíjí ani aktuálnost tohoto fenoménu, který může být mnohým inspirací pro zahájení této formy práce.

4.8.2 Založení centra a jeho provozní specifika

Hlavní motivací pro zřízení této sdílené kanceláře bylo nabídnout zázemí místním podnikatelům – a to ať již kancelář, či reprezentativní prostory pro vedení obchodních jednání, popř. umožnit těmto profesionálům práci v rámci komunity. K. M. uvádí rovněž soudobou praxi podnikatelských inkubátorů v zahraničí, jež byly nepochybně inspirací pro zřízení obdobné platformy v lokálním prostředí.

Místní sdílená kancelář byla zřízena v roce 2012. S ohledem na volný prostor v rámci bloku B VTP UP tak bylo zřízení kanceláře časově, finančně i administrativně nenáročné.

Odlišnost místní kanceláře J. H. spatřuje v regionálním aspektu (poukazuje na nižší počet freelancerů než v porovnání např. s hlavním městem) a prostorové skromnosti centra, což se pochopitelně odráží v jeho nižší prostorové kapacitě. Zároveň však jako předností vyzdvihuje poskytované „zázemí (*jednací místnosti, občerstvení, recepci, superrychlý internet*) a (...) komunitu UP Business Club¹⁰⁷“. Sdílená kancelář je nyní také doplněna o hernu sloužící ke zpříjemnění pracovních přestávek.

Aktuálně služeb sdílené kanceláře VTP UP využívají dva pracovníci, čemuž odpovídá i současné vybavení kanceláře, avšak K. M. vysvětluje, že v případě zájmu lze kancelář snadno přizpůsobit vyššímu počtu klientů.

Dle tvrzení K. M. výběr klientů závisí na správním orgánu univerzity a VTP UP, jež hodnotí během dvoutýdenní lhůty podnikatelský záměr potenciálního coworkera s důrazem na inovativnost či prospěšnost projektu pro komunitu VTP UP.

K. M. uvádí, že coworkingové centrum je propagováno nepřímou formou prostřednictvím akcí pořádaných VTP UP. Jiným způsobem v současnosti na začínající podnikatele (potenciální coworkery) instituce necílí.

¹⁰⁷ UP Business Club sdružuje studenty a podnikatele z Olomoucka (Vtpup.cz).

Otázku týkající se rentability provozu samotného prostoru vymezeného pro coworking K. M. nejuje a vysvětluje, že jeho provoz je kryt z jiných příjmů VTP UP. Rovněž dodává, že kancelář je provozována za jiným účelem než generací zisku.

Komunita sdílené kanceláře nemá nad rámec pravidel VTP UP speciálně stanovený kodex, jímž by byli klienti vázáni.

Proces sdílení znalostí neprobíhá dle J. H. v rámci coworkingové kanceláře z důvodu její nízké obsazenosti, avšak je aktivně podporován během vzdělávacích a networkingových akcí pořádaných VTP UP, jichž se coworkeři pochopitelně mohou účastnit. Tyto aktivity bývají iniciovány v současné době pouze provozovatelem sdílené kanceláře, nikoli jejími klienty.

4.8.3 Hodnocení provozu a budoucí výhled

Důraz na význam komunity pro coworking dokládá J. H. komentářem shrnujícím poznatky z dosavadního provozu centra: *„Jsme na začátku. To, že nějaký prostor označíme za coworking, nestačí. Musí se postupně budovat komunita, která je hybnou silou toho místa. Musíme pracovat na vylepšování prostor a nabídky a zejména na propagaci. Pracovat u nás musí být ještě větší zábava, než je nyní“*. K. M. vidí budoucí výzvu v propagaci sdílené kanceláře a v zaplnění její kapacity, zejména v důsledku její aktuální polohy mimo centrum města. S ohledem na budoucí plány centra K. M. nastiňuje záměr stěhování a expanze sdílené kanceláře do univerzitní budovy v centru města Olomouce.

4.8.4 Perspektivy coworkingu a možná inovace výuky

K. M. zastává názor, že coworking bude v budoucnu preferovaným a hojně se šířícím způsobem práce. Před zahájením coworkingu J. H. doporučuje mít realistická očekávání a nadšení pro tento typ práce. Nedomnívá se, že coworking si žádá cílenou přípravu. K. M. uvádí jako vhodný předpoklad pro coworking konkrétní podnikatelský záměr a schopnost týmové práce. V rámci inovace vysokoškolského studia navrhuje výuku orientovanou na projektovou spolupráci, soft skills a komunikační dovednosti, jež by rozvíjely schopnost studentů prezentovat svůj názor a argumentovat.

4.9 Shrnutí výsledků řízených rozhovorů

Provozovatelé coworkingových center si asociují coworking se sdílením znalostí a kontaktů prostřednictvím setkávání se s profesionály a spoluprací v rámci komunity ve společném zázemí. Coworkingová centra dle jejich názoru vytvářejí inspirativní, motivační a kreativní prostředí pro práci.

Výhody coworkingu spatřují provozovatelé center v jeho ekonomickém i sociálním aspektu – coworking umožňuje úsporu provozních nákladů, nabízí časovou a prostorovou flexibilitu a jeho společenský aspekt favorizuje sdílení nápadů, znalostí a zkušeností, vzájemnou motivaci a inspiraci.

Možnou nevýhodou coworkingu je snížená soustředěnost v důsledku pobytu v rušném prostředí; tři z respondentů pak rovněž zmiňují možné riziko úniku interních informací či ztráty sociálního kapitálu.

Zúčastněná česká centra vznikla ve čtyřech případech improvizovaně, tzn. prostory byly primárně pronajaty pro firemní potřeby, následně však byly nabídnuty ostatním subjektům k pronájmu za účelem pokrytí provozních nákladů či navázání úzké obchodní spolupráce. Podpora podnikání v dané lokalitě či rozvoj místní komunity motivovaly k založení centra pět respondentů. Na administrativní nenáročnost zřízení centra poukazuje šest z osmi provozovatelů. S výjimkou dvou center se zbylé subjekty potýkají s nerentabilitou provozu sdílených kanceláří, tři centra pak hlásí nízkou obsazenost. Ke sdílení znalostí dle názoru provozovatelů dochází nejčastěji při náhodném setkávání coworkerů ve společných prostorách či přímo při práci; ze strany provozovatelů je pak tento proces záměrně podporován organizací vzdělávacích workshopů, seminářů i networkingových aktivit.

Co se týče budoucích plánů center, jen dvě z nich se chystají v blízké budoucnosti expandovat, a to stěhováním do nových prostor. Prostor pro zlepšení vidí provozovatelé sdílených kanceláří v marketingové strategii center (která by dle jejich názoru zvýšila obsazenost centra), v rozšíření nabídky společenských akcí a oblasti finančního řízení centra. V neposlední řadě dva z respondentů zdůrazňují časovou dimenzi nezbytnou pro vytvoření svébytné komunity v rámci centra.

Popularitě a rozšíření coworkingu přisuzují shodně všichni provozovatelé do budoucna růstovou tendenci. S ohledem na tento fakt pak také následně konstatují potřebu inovace přípravy budoucích absolventů na tento typ práce. Ve vztahu

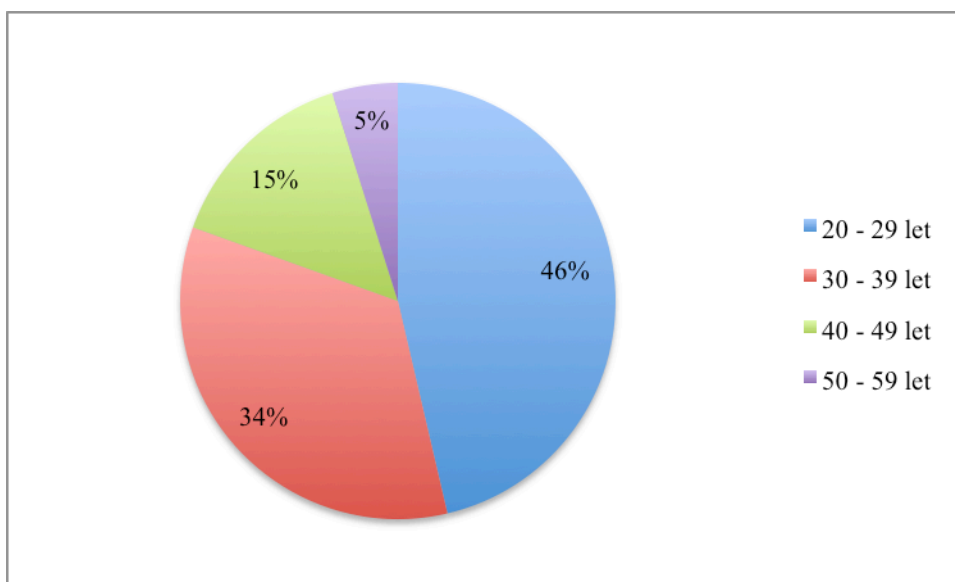
k organizaci výuky čtyři respondenti výslovně zmiňují potřebu dehierarchizace vztahu vyučující-student a podporu výkonu praxí při studiu. Nejčtenější návrhy se týkají předmětové náplně studia: výuka by se dle provozovatelů coworkingových center měla zaměřovat na rozvoj komunikačních dovedností, soft skills či podněcování týmové práce formou projektů a část seminářů či přednášek by měla být zajišťována odborníky z praxe. Výuka by rovněž měla podporovat sdílení znalostí a zohledňovat i aspekt rozvoje osobnosti. Provozovatelé rovněž zdůrazňují, že podnikání by mělo být prezentováno jako alternativa zaměstnání, studenti by v této činnosti měli být podporováni a byli rovněž vyzváni k návštěvě coworkingových center v dané lokalitě.

5 Dotazníkové šetření

V rámci dotazníkového šetření se do výzkumu zapojilo 45 respondentů, přičemž čtyři dotazníky byly vyhodnoceny jako neplatné¹⁰⁸. Nejedná se rozhodně o reprezentativní vzorek, avšak v této souvislosti je rovněž vhodné poukázat na bezpečnostní opatření center ve věci distribuce dotazníků, příp. nezáměrnou spolupráci či nesdílnost v této věci. Všechna výše uvedená coworkingová centra byla obslána elektronickou i papírovou formou dotazníku (celkem bylo rozdistribuováno 180 dotazníků), přesto byla návratnost dotazníku nízká a z jednoho z center se bohužel nepodařilo obdržet žádnou odpověď.

Mezi respondenty převládali muži, představující 73 % všech odpovědí. Nejpočetnější věkovou skupinou mezi zúčastněnými coworkery je skupina mezi 20–29 lety, věkový průměr respondentů odpovídá 32 let. Graf 6 udává přehled podílu jednotlivých věkových skupin respondentů. Dle celosvětových výsledků výzkumu *1st Global Coworking Survey* nejpočetnější skupinu coworkerů tvoří jedinci mezi 30–39 lety.¹⁰⁹

Graf 6: Věkové složení komunit coworkingových center



Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

¹⁰⁸ Tyto dotazníky nebyly zahrnuty do zpracování výsledků ankety, neboť daní respondenti vyplnili pouze otázky 1 a 2, příp. jejich odpovědi v rámci dotazníku nebyly koherentní či jednoznačné (např. u uzavřených otázek s nuceným výběrem odpovědi zaznamenali více odpovědí).

¹⁰⁹ Deskmag. The 1st Global Coworking Survey [online]. cit. 2015-05-13. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.

Coworkeré hlásili v rámci dotazníku profesní příslušnost k oboru IT (specialisté, programátoři) ve 34 % případů, další výraznou homogenní profesní skupinu tvoří marketéři (včetně eventmarketingu a online marketingu) představující 15 %. Mezi respondenty se specifickým profesním zaměřením bylo dále identifikováno 10 % podpůrných administrativních pracovníků (vč. asistentů, či pracovníků orientovaných na podporu zákazníků), 5 % lektorů, 5 % účetních; zbývajících 31 % uvedlo jinou činnost, příp. nebyli oborově vyhraněni (tj. alternovali mezi více profesemi a obory). Celosvětový průzkum v této otázce udává stejné procentuální zastoupení IT specialistů, programátorů a web developerů, druhou nejpočetnější skupinu představují designeři, grafici, fotografové či umělecké profese (15 %); následují konzultanti (12 %), marketéři (9 %). 5 % pak představují vyšší manažeři a rovněž žurnalisté, 3 % architekti.¹¹⁰ Celosvětový průměr tak vykazuje širší spektrum zastoupených profesí, ovšem opět nelze opomenout omezený počet respondentů zapojených do výzkumu v rámci čtyř krajů České republiky.

Statut freelancera (OSVČ) mezi coworkery deklarovalo 66 % respondentů. Globální průměr v letech 2010 a 2011 v této kategorii vykazoval shodně 54 %, za rok 2012 pak poklesl o 1 procentní bod.¹¹¹ Otázka směřující k identifikaci velikosti organizace, pro níž coworkeré pracují, se prokázala jako problematická – přestože uvedený limit v dotazníku odpovídá klasifikační normě Evropské unie¹¹², nebyla zaznamenána žádná odpověď v kategorii „velká organizace“ a dva z respondentů poukázali na skutečnost, že pro české prostředí je tento limit omezující, popř. že se během působení v coworkingovém centru nesetkali s coworkery, jež by pracovali pro uvedený typ velké organizace z coworkingového centra.

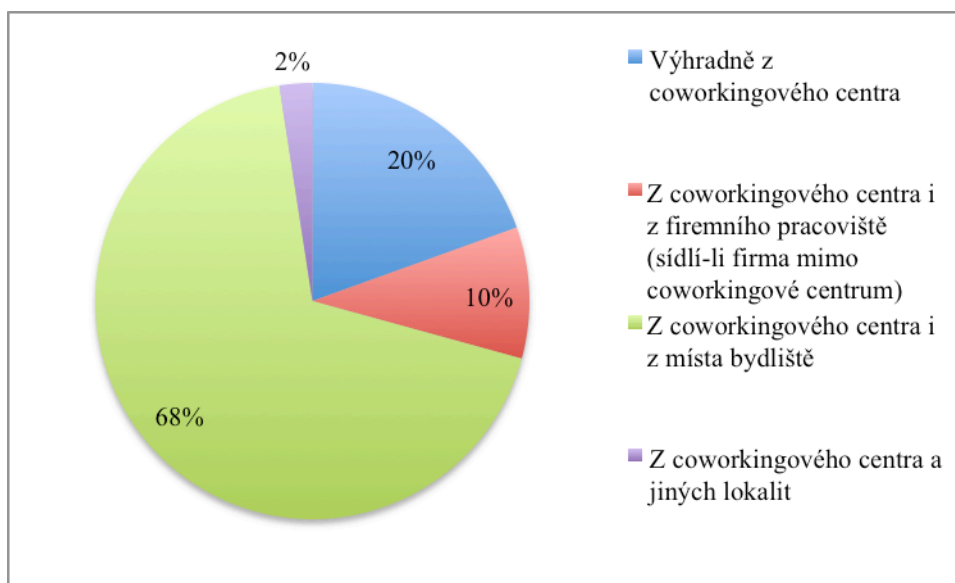
Výhradně z coworkingového centra svou profesi vykonává 20 % respondentů, mezi domácím prostředím a coworkingovým centrem alternuje 68 % pracovníků a přesně desetina alternuje mezi firemní kanceláři (sídlicí mimo coworkingové centrum) a coworkingovým centrem. Graf 7 blíže ilustruje podíl těchto odpovědí.

¹¹⁰ Deskmag. The 1st Global Coworking Survey [online]. cit. 2015-05-13. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.

¹¹¹ Deskmag. First Results of Global Coworking Survey [online]. 2015-05-03. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/first-results-of-global-coworking-survey-171>.

¹¹² EUR-Lex. Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises [online]. cit. 2015-01-03. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:EN:PDF>.

Graf 7: Lokalita, z níž coworkeři vykonávají svou profesi



Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Pro coworkery je výkon práce ze sdílené kanceláře synonymem pro setkávání se a spolupráci s profesionály ze stejných, ale i odlišných oborů či možností socializace navzdory práci na samostatném projektu. Coworking si respondenti asociují i s vyšší mírou produktivity, pracovní motivace, inspirace a kreativity (než v případě výkonu práce z firemní kanceláře či home office), další definice zmiňují sdílení myšlenek a networking (a s nimi související rozvoj vlastního businessu). Coworking si coworkeři dále spojují s flexibilní pracovní dobu, pocitem svobody, otevřenou komunikací, poradenstvím či „bořením stereotypu“. Jeden z respondentů rovněž považuje coworkingová centra za platformu Generace Y.

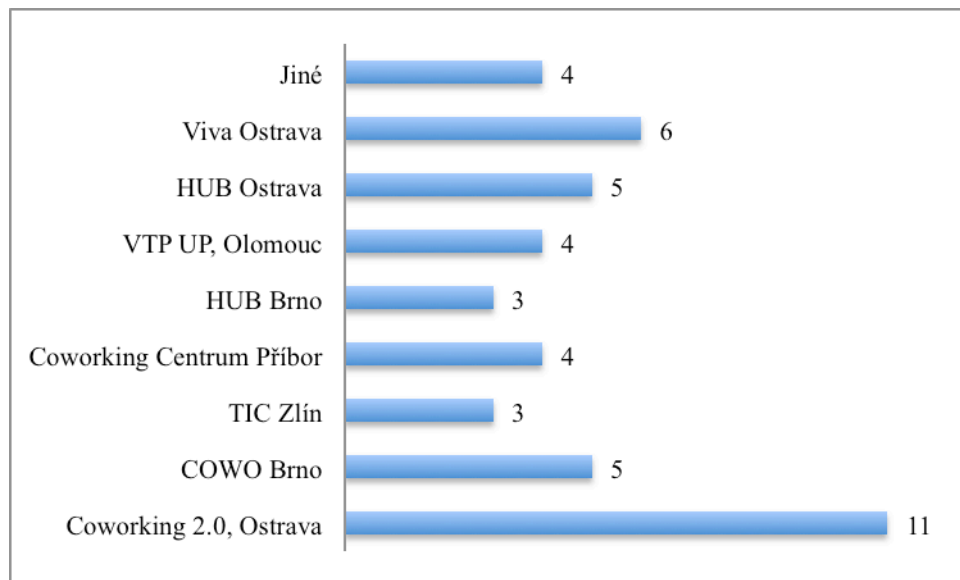
V průměru se respondenti o možnosti coworkingu dozvěděli v polovině roku 2012, a to v 51 % případů od přátel, kolegů či rodinných příslušníků (periodikum Deskmag tomuto případu připisuje hodnotu 52 %¹¹³), ve 32 % případů z médií (z čehož více než dvě třetiny prostřednictvím článku, blogu či příspěvku na sociálních sítích). Pouhým 2 % tuto informaci zprostředkoval jejich zaměstnavatel a zbylých 15 % se o této formě práce dozvědělo jiným způsobem.

90 % coworkerů, jež se ankety zúčastnilo, pracuje aktuálně v rámci jediného coworkingového centra. Graf 8 znázorňuje počty coworkerů zapojených

¹¹³ Deskmag. The 1st Global Coworking Survey [online]. cit. 2015-05-13. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.

do dotazníkového šetření a poukazuje rovněž na míru zapojení center a jejich klientů do tohoto výzkumu.

Graf 8: Počet respondentů z jednotlivých center



Pozn.: Někteří respondenti pracují z více center.

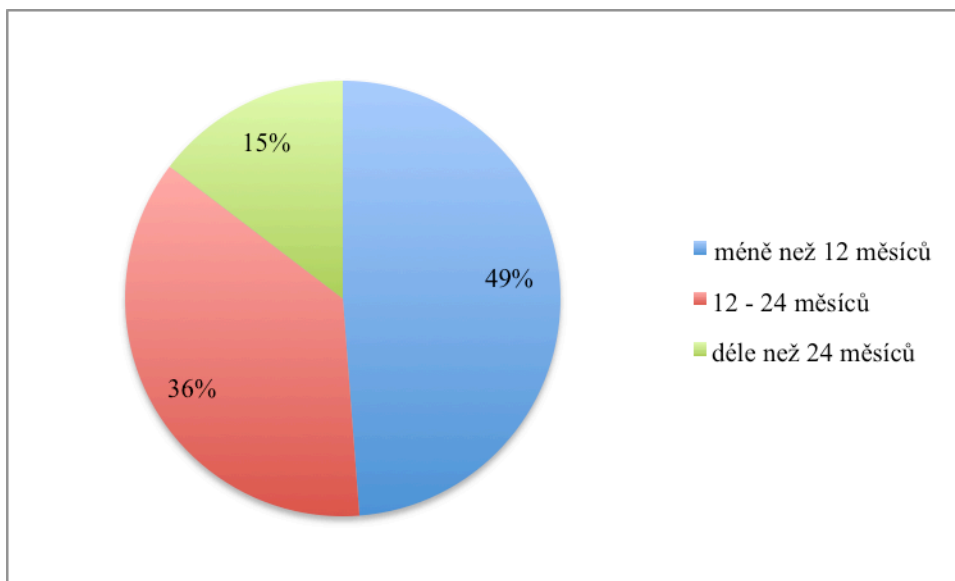
Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

S ohledem na zkoumanou míru fluktuace klientů coworkingový center bylo zjištěno, že za dosavadní kariéru sdílenou kancelář změnilo již 27 % respondentů, přičemž mezi důvody pro změnu coworkingového centra nejčastěji uvádějí nevyhovující komunitu, nabídku služeb a vzdálenou lokalitu, v níž se centrum nachází. Celosvětové výsledky naznačují nižší odliv klientů z jejich prvního navštěvovaného centra (17,5 %).¹¹⁴

Výsledky z českého prostředí dále dokládají, že v aktuálním centru pracuje 49 % respondentů méně než jeden rok, 36 % coworkerů zde dosud pracovalo mezi 12–24 měsíci a 15 % klientů současné centrum nezměnilo již déle než dva roky (viz. graf 9 níže).

¹¹⁴ Deskmag. The Coworking Forecast 2014 [online]. cit. 2015-05-05. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/the-coworking-market-report-forecast-2014>.

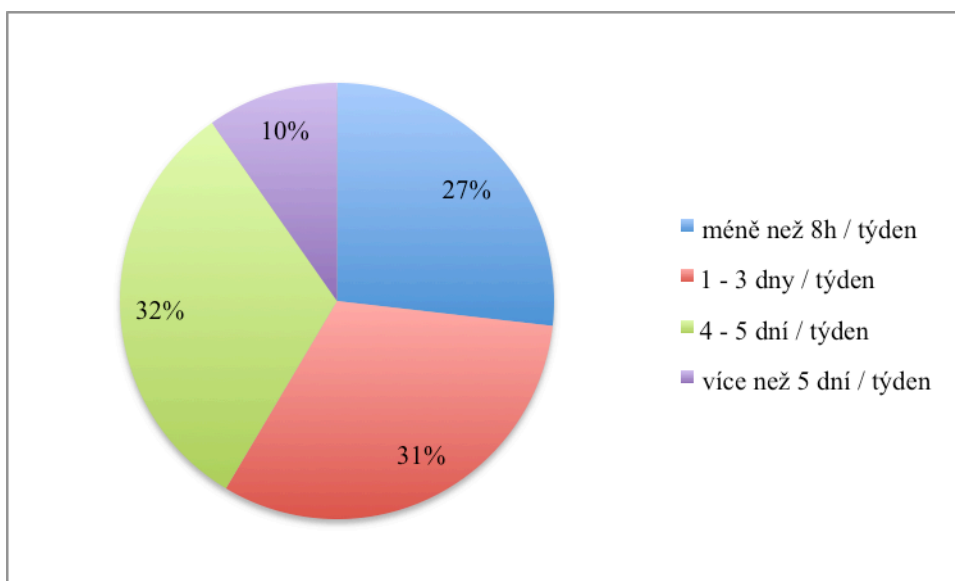
Graf 9: Dosavadní doba pronájmu pracovního místa v rámci aktuálně navštěvovaného coworkingového centra



Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Necelá třetina coworkerů zapojených do dotazníkového šetření v coworkingovém centru tráví průměrně 4–5 dní týdně, 31 % využívá služeb sdílené kanceláře 1–3 dny v týdnu, zatímco 27 % respondentů zde tráví méně než osm hodin týdně. 10 % zúčastněných se k práci ve sdílené kanceláři uchyluje i častěji než pětkrát týdně. Tuto skutečnost ilustruje následující graf.

Graf 10: Průměrná doba trávená v coworkingovém centru klientem

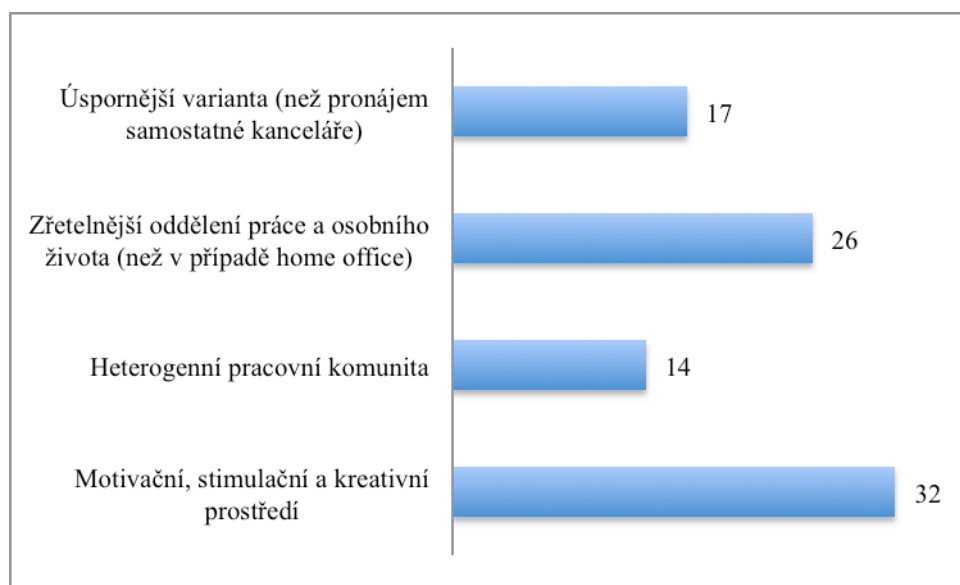


Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Dle celosvětového průměru ze sdílené kanceláře pracuje denně 41 % coworkerů (uvažujeme pětidenní pracovní týden) a méně než jeden pracovní den měsíčně zde tráví jen 9 % respondentů.¹¹⁵ Přestože jsme zde opět limitováni nereprezentativním vzorkem z českého prostředí, toto srovnání, bereme-li v potaz i vyjádření vybraných provozovatelů coworkingových center, naznačuje možný potenciál rozvoje a popularizace této formy práce do budoucna.

Graf 6 indikuje četnost motivačních faktorů pro coworking uváděných jednotlivými respondenty. Z této sumarizace lze usuzovat, že pracovníci, jež volí tuto formu práce, tak činí nejčastěji z vize práce v motivační, stimulační a kreativní atmosféře (32 záznamů). Druhým nejvýznamnějším důvodem, kvůli němuž se jedinci uchylují ke coworkingu, je zřetelnější oddělení pracovního a osobního života. Tento důvod zmínilo 26 respondentů (viz. graf 11).

Graf 11: Motivace respondentů pro coworking



Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Mezi výhodami coworkingu respondenti jmenují možnost setkání se s lidmi se stejným oborovým zaměřením, podobným smýšlením a pracovní motivací. Aspekt socializace je považován za klíčový i z důvodu získání kontaktů, sdílení znalostí a navázání spolupráce. V neposlední řadě respondenti jmenují poskytované služby

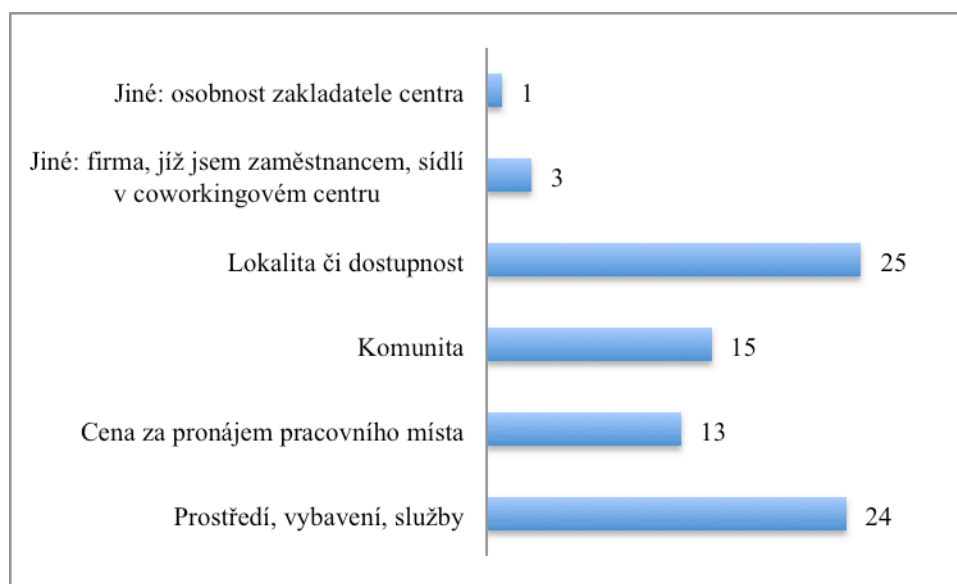
¹¹⁵ Deskmag. The 1st Global Coworking Survey [online]. cit. 2015-05-13. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.

v rámci centra (včetně technického zázemí) a cení si i již jmenované zvýhodněné ceny za pronájem místa.

Paradoxně je však takové pracovní prostředí coworkery považováno zčásti také za hlavní úskalí coworkingu – jak v 17 případech dávají najevo, během práce ve sdílené kanceláři připouští možné riziko nižší míry soustředěnosti, a tudíž nižší produktivity, a to v důsledku preference socializace s kolegy coworkery namísto práce. Čtyři klienti zmiňují rovněž nevyhovující prostorové dispozice, nabízené služby či lokalitu. Téma možného úniku citlivých informací je nastoleno pouze dvěma respondenty.

Graf 12 prezentuje kritéria, jimž coworkeři přiřkládají význam při výběru konkrétního coworkingového centra. Jak je patrné, dotazovaní se rozhodují nejčastěji dle lokality a dostupnosti centra (25 záznamů, tedy 61 % respondentů) a nabízených služeb a prostředí centra (24 záznamů, respektive 59 %). 15 respondentů (37 %) bere rovněž v úvahu charakter komunity centra, 13 (32%) při rozhodování zvažuje cenu za pronájem místa. Značný význam při činění rozhodnutí tedy připadá na praktický, popř. materiální aspekt před aspektem komunitním.

Graf 12: Významnost kritérií při výběru coworkingového centra



Zdroj: vlastní zpracování na základě dotazníkového šetření

Výsledky ankety na celosvětové úrovni prezentují jako nejčastěji uváděný rozhodující faktor hovořící ve prospěch daného centra především jeho komunitu (81 %), následně jeho prostředí, vybavení a poskytované služby (75 %); lokalita hraje roli pro 61 % respondentů, dále rozhoduje organizační tým či osobnost provozovatele centra

(54 %) a cena za pronájem místa (46 %). Coworkeré v zahraničních centrech tedy narozdíl od respondentů realizovaného výzkumu přikládají větší význam komunitním aspektům center (charakter komunity centra a organizačního týmu či osobnosti zakladatele/provozovatele centra).¹¹⁶

Jak již uvedli provozovatelé jednotlivých sdílených kanceláří zapojených do výzkumu, v coworkingových centrech bývají pořádány mimopracovní společenské aktivity, jichž se 61 % klientů účastní dle vlastních časových možností. Tyto aktivity v podobě přednášek, networkingových srazů, workshopů, společných obědů apod. bývají rovněž čteně jmenovány respondenty ve spojitosti s tématem sdílení znalostí. 78 % coworkerů dokládá, že k uvedenému procesu v rámci centra dochází mj. také na základě spontánních dotazů při výkonu práce a při neformální konverzaci u kávy či oběda. Pouze jeden z respondentů vyjádřil otevřeně zklamání nad absencí procesu sdílení znalostí v daném centru, a to z důvodu jeho nízké obsazenosti. 56 % coworkerů deklarovalo, že proces sdílení znalostí je ze strany provozního týmu centra aktivně podporován – vyjma již zmiňované organizace přidružených akcí se tak dle jejich názoru děje rovněž cíleným zprostředkováváním kontaktů, osobním výzvám k networkingu či podpoře klubů a společenství v rámci center. Dle 5 % respondentů podobné záměrně iniciované aktivity v centru sice nefungují, avšak sdílení znalostí probíhá i navzdory této skutečnosti samovolně díky složení dané komunity centra.

Výrazné mezigenerační rozdíly ve způsobu práce mezi coworkery v rámci centra byly konstatovány pouze ve 2 % odpovědí, avšak nebyly blíže specifikovány.

Co se týče subjektivních zkušeností s coworkingem, 29 % respondentů hlásí zvýšenou produktivitu práce ve srovnání s předchozí zkušeností z firemní kanceláře či domácího prostředí (2 % naopak deklaruje, že vnímají od zahájení coworkingu pokles produktivity práce). V kontrastu k tomu se na celosvětové úrovni k vyšší produktivitě během coworkingu hlásí přes 88 % nezávislých profesionálů.¹¹⁷ S výjimkou dvou konstatování jsou zbývající zkušenosti coworkerů velmi pozitivní – vztahují se k vyšší pracovní motivaci, tvořivosti, inspiraci, značné spokojenosti s pracovním prostředím, směně cenných kontaktů i znalostí a zkušeností, prvků kolektivní snahy a týmové práce,

¹¹⁶ Deskmag. The 1st Global Coworking Survey [online]. cit. 2015-05-13. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.

¹¹⁷ Tamtéž.

pociťováním menšího stresu, atd. Spokojenost klientů s touto formou práce pak dokládá záměr 100 % respondentů v coworkingu pokračovat i v budoucnu.

Návrhy na možné vylepšení centra se vztahují k interiérovým úpravám, příp. technickému zázemí center (pořízení ergonomického nábytku, kávovaru, klimatizace, rychlejšího internetového připojení, tiskárny, fitcentra, sauny, či odpočinkové zóny). Obzvláště poutavými a v českém prostředí inovativními jsou však návrhy týkající se zavádění prvků organizační kultury v rámci center (např. společný e-mailový účet, denní režim, aj.), dále pak požadavky na vyšší četnost doprovodných akcí či cílenou marketingovou kampaň centra za účelem náboru nových členů.

Coworking považuje 27 % respondentů za vhodnou formu práce pro kohokoli bez bližší kategorizace (společným pojátkem těchto odpovědí je pouze schopnost samostatné práce na počítači, popř. podnikavost a potřeba socializace); dva z respondentů v případě této generické odpovědi rovněž shodně uvedli, že coworking by doporučili „komukoli, kdo chce změnit život“; jiní respondenti pak coworking považují za aktivitu umožňující jedinci „jít za (...) svým pracovním snem“ či za „zkušenost k nezaplacení“. Přestože se jedná o nespecifické odpovědi, jejich emocionální váha dokládá pozitivní zkušenost coworkerů s touto formou práce. Respondenti ve 20 % odpovědí výslovně jmenují studenty jako vhodnou cílovou skupinu (jedna z odpovědí doporučuje coworking „studentům pracujícím na projektech“; odpověď ze zcela opačného názorového spektra naopak soudí, že „studenti mají dostatek prostoru pro obdobné pracovní místo v rámci univerzitního kampusu“). Zbylé odpovědi coworking přisuzují freelancerům, malým firmám, příp. začínajícím podnikatelům, rodičům na mateřské dovolené; z profesního pohledu jsou jmenováni IT specialisté, marketéři, grafici, překladatelé a konzultanti.

Potenciální zájemce o coworking aktuální coworkeři vybízejí ke komunikativnosti, otevřenosti, ochotě sdílet znalosti, toleranci, komunitní angažovanosti, flexibilitě, týmovosti, k ujasnění si pracovní motivace a sebekázně. Z praktického pohledu pak doporučují zájemcům navštívit více coworkingových center před učiněním volby sdílené kanceláře. Jak již bylo zmíněno mezi úskalími coworkingu, vybraní coworkeři rovněž upozorňují zájemce na problematiku možného narušování koncentrace při práci.

V otázkách týkajících se možné inovace vysokoškolské výuky s ohledem na rozšíření coworkingu na českém trhu práce byla v případě dotazníkového šetření shledána menší názorová vyhraněnost než v případě řízených rozhovorů s provozovateli center: 29 % respondentů vyjádřilo souhlas s pertinencí tohoto kroku, 49 % tento krok nepovažují za nutný (a připojují např. komentář: *“lidé s elementární slušností a ohleduplností nepotřebují žádnou přípravu, ti ostatní v coworkingu stejně nevydrží”*); 22 % názor nevyjádřilo. Mezi souhlasnými reakcemi převládají specifikace možné inovace výuky na vysokých školách, jež by studentům v první řadě měla prezentovat *„podnikání jako alternativu zaměstnání”*, jak uvádí např. jeden z respondentů: *„Mám pocit že je kariéra vykládána jako dostuduj, nechej se zaměstnat, pracuj do konce života. Vlastní podnikání by mělo být prezentováno jako alternativa komplexně, např. i s možným využitím akceleračních programů, inkubátorů či coworkingových center jako možných cest pro start.”* Další respondent mj. konstatuje, že *„celý systém vzdělání by měl více preferovat kooperační kompetence, práci v týmu, sdílení vědomostí a znalostí“*. Další tematicky sourodá podskupina souhlasných odpovědí upozorňuje na přílišný důraz aktuální koncepce vysokoškolské výuky na memorování učiva na úkor podpory samostatného uvažování, sebedůvěry (popř. schopnosti sebereprezentace), schopnosti samostatné práce a zodpovědnosti, rozvíjení dialogu a komunikace v kolektivu. Podobně jako v případě provozovatelů coworkingových center, někteří z respondentů navrhnou koncipovat výuku na bázi projektové spolupráce a v rámci studia by rovněž zavedli alespoň informativní exkurzi do lokálních coworkingových center s cílem seznámit studenty s touto možností práce.

Závěrem jeden z respondentů rovněž připojuje komentář na podporu rozvoje coworkingu nejen *„ve velkých městech, ale i v menších obcích“*, čímž se dotýká diskuze nastolené mj. provozovateli Coworkingového Centra Příbor či Coworkingu Olomouc.

5.1 Shrnutí výsledků dotazníkového šetření

V důsledku nízké návratnosti dotazníků je relevance dat z pohledu koncepce výzkumu problematická. Většinou populaci coworkingových center představují muži; průměrný věk coworkerů je 32 let.

Profesní zaměření komunit českých coworkingových center zapojených do výzkumu vykazuje nejvyšší podíl IT specialistů a programátorů (což je v souladu

s celosvětovou statistikou). Druhou nejpočetnější a profesně homogenní skupinu tvoří marketéři (v zahraničních statistikách na druhém místě figurují umělecké profese).

Zatímco freelancing v participujících centrech provozuje 66 % coworkerů, ve světě získal coworking na vyšší popularitě i mezi pracovníky se stálým či částečným pracovním úvazkem (freelanceři v globálním průměru představují 53 % coworkerů).

Respondenti převážně kombinují práci z coworkingového centra s výkonem práce z domácího prostředí.

Podobně jako v případě provozovatelů center, i coworkeři si coworking asociují se setkáváním se a spoluprací s ostatními profesionály. Tomuto způsobu práce navíc přisuzují vyšší míru produktivity práce, motivace, inspirace i kreativity; o coworkingu hovoří také jako o nestereotypní činnosti.

Klienti českých center v 90 % případů nealternují mezi více centry – práci vykonávají z jedné sdílené kanceláře, přičemž 73 % respondentů pracuje od zahájení coworkingu stále v tomtéž centru.

Klienti českých sdílených kanceláří se uchylují ke coworkingu v první řadě kvůli práci v motivačním, stimulačním a kreativním prostředí. Zřetelnější oddělení práce a osobního života je faktorem druhořadým. Cenový a komunitní aspekt této formy práce jsou zmíněny s třetí, respektive čtvrtou nejvyšší četností.

Výhody a úskalí coworkingu se opět shodují s konstatováním provozovatelů center – cenová výhodnost a možnost socializace a s ní spojeným sdílením, spoluprací a vyšší motivací jsou považovány za přednosti coworkingu; naproti tomu je hlavní zmiňovanou nevýhodou rušivé prostředí a dva respondenti nastolují problematiku možného úniku citlivých informací.

Ve srovnání s globálním průměrem klienti vybraných českých coworkingových center nepřikládají při výběru sdílené kanceláře komunitnímu aspektu centra takový význam jako klienti účastníci se celosvětového průzkumu – coworkeři z českých centrech kladou přednostně důraz na lokalitu centra a jeho vybavení a poskytované služby.

Tvrzení provozovatelů coworkingových center o procesu sdílení znalostí potvrzují i odpovědi respondentů dotazníkového šetření – proces je záměrně

podporován organizačním týmem center, ale probíhá i samovolně při práci i mimopracovních aktivitách.

Vyšší produktivitu práce v důsledku coworkingu zaznamenalo 29 % coworkerů, k opačné skutečnosti se přihlásily pouhé 2 % z nich. Převážná většina respondentů (98 %) hovoří o pozitivní zkušenosti s tímto typem práce, všichni respondenti pak bez rozdílu vyjádřili úmysl v coworkingu v blízké budoucnosti pokračovat.

Návrhy možného vylepšení center se dotýkají převážně změn interiérů center a jejich vybavení.

Studenti jsou ve 20 % případů výslovně jmenováni jako vhodní potenciální coworkeři a 29 % respondentů v této spojitosti konstatovalo potřebu inovace vysokoškolské výuky. Během výuky by studenti měli být soustavně podporováni v podnikání, týmové projektové spolupráci, měli by být rozvíjeny jejich komunikační dovednosti, schopnost samostatného uvažování a smysl pro zodpovědnost. Vyjma toho navrhují respondenti uspořádat alespoň exkurzi do místního coworkingového centra s cílem seznámit se studenty s tímto stylem práce.

6 Návrh změny koncepce výuky v kontextu aktuálních trendů na trhu práce

V důsledku trendů na trhu práce a apelu autorů kolektivní monografie *Knowmad Society*¹¹⁸, o nichž bylo pojednáno v kapitole 1, i s ohledem na doporučení provozovatelů coworkingových center a poznatků části respondentů ankety se jeví inovace koncepce výuky budoucích znalostních pracovníků jako naléhavé a velmi aktuální téma. Ambicí autorky v následující, závěrečné kapitole je na základě sesbíraných dat a konzultace s J. Esmanem¹¹⁹, tutorem a členem konzultantského týmu Knowmads Business School, rámcově navrhnout inovativní prvky výuky na Katedře aplikované ekonomie Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci, které by usnadnily adaptaci budoucích absolventů (potenciálních knowmads) na aktuální trendy na trhu práce. Návrh inovativních prvků výuky se opírá rovněž o doporučení zakladatele Knowmads Business School P. Spindera.

6.1 Koncepce vzdělávání dle Knowmads Business School

Knowmads Business School je unikátní platforma zaměřená na vzdělávání kreativních znalostních pracovníků s předpokladem výkonu nezávislé práce. Tato škola disponuje vlastním coworkingovým centrem, v rámci něhož na denní bázi studenti pracují po boku nezávislých profesionálů. Původní Knowmads Business School¹²⁰, založená v Amsterdamu v roce 2009, se vymezuje jako „*platforma pro vzdělávání jedinců, kteří chtějí měnit svět k lepšímu*“¹²¹. Roční vzdělávací program není zakončen závěrečnou zkouškou ani udělením diplomu – je postaven na aktivním zapojení studentů při vzdělávacích workshopech, přidružených akcích i při tvorbě samotného vzdělávacího plánu.

Vyjma teambuildingových aktivit usnadňujících seznámení členů a posílení vzájemných vazeb a důvěry ve skupině se studenti prostřednictvím období zaměřeného na unlearning a metody self-directed learning podílejí na výběru náplně nadcházejících

¹¹⁸ MORAVEC, J. W. et al. *Knowmad Society*. Minneapolis: Education Futures, 2013.

¹¹⁹ Konzultace s J. Esmanem, tutorem Knowmads Business School, ze dne 1. 7. 2015. Dostupné z archivu autorky.

¹²⁰ Pobočky Knowmads Business School byly následně zřízeny bývalými absolventy také v Hanoi, Seville a Berlíně; v současnosti je v jednání možné zřízení italské pobočky.

¹²¹ Knowmads Business School. [online]. cit. 2015-06-30. Dostupné z: <http://www.knowmads.nl>.

workshopů. Úvod roku bývá věnován zpravidla technikám efektivní komunikace a týmové práce, projektovému a event managementu s důrazem na dovednostní, nikoliv znalostní stránku vzdělání; čerství absolventi programu pak pro inspiraci nováčkům prezentují výsledky své práce za uplynulý rok.

V průběhu roku studenti pracují v rámci ročníku (tzv. kmenu) na společném projektu zadaném externí entitou (zejména firmou), přičemž výběr společného projektu je zcela v gesci studentů (kmene). Studenti rovněž s danou firmou vyjednávají podmínky spolupráce včetně odměny za vykonanou práci, a to buďto formou finanční odměny, či refundací jiné podoby. Jak uvádí J. Esman, tým tutorů v této záležitosti studenty pouze podporuje formou coachingu a dohlíží na případné právní závazky a modalitý dohody; samotné vyjednávání a rozhodnutí o podobě odměny však závisí na kmenu. Kromě celoročního společného projektu studenti zároveň pracují na vlastních iniciativách (start-upových konceptech), jež průběžně konzultují se svým coachem-školicem.

Studenti v polovině programu prezentují průběh prací na vlastním projektu, účastní se outdoorové expedice a probíhá seminář věnovaný hodnocení a kmenové sebereflexi. Druhá polovina roku se opět opírá o metodu self-directed learning a v jejím závěru studenti prezentují výsledky práce na projektu širšímu publiku v rámci sítě Business Knowmads School, ale i např. stakeholderům daného projektu.¹²²

Celý program je tedy kompletně postaven na převzetí sebezodpovědnosti za současné komunitní angažovanosti, důraz je kladen na proaktivitu, vytrvalost a cílevědomost, zvědavost a pozitivní přístup ke vzdělání, stejně jako na adaptabilitu, schopnost sebereflexe a kritické myšlení ve vztahu k současné situaci. V rámci programu jsou studenti vyzváni k reflexi a hledání odpovědí na následující klíčové otázky:

- V jakém světě (společnosti) chci žít? (Aspekt udržitelnosti a společenské inovace)
- Jakým způsobem mohu změnit svět k lepšímu? (Aspekt osobního leadershipu)

¹²² Knowmads Business School. Programmes [online]. cit. 2015-06-30. Dostupné z: <http://www.knowmads.nl/knowmads-school/programmes/>.

- Co se chci naučit, příp. jaké dovednosti chci rozvíjet, abych mohl(a) tuto změnu uskutečnit? (Aspekt podnikání a inovativního businessu)
- Jakým způsobem budu můj nápad na změnu realizovat? (Aspekt tvořivosti a marketingu)

Vzdělávací proces kombinuje následujících šest prvků:

- Zaměření se na jedince i komunitu
 - Těžištěm je sebepoznání a porozumění členům komunity a následné uvědomění si vlastních i kolektivních potřeb
- Proaktivní přístup
 - Možná změna vychází z proaktivního přístupu jedince
- Head, Heart and Hands
 - Jedinec chápe účel a kontinuitu vzdělávacího procesu, vzdělání je zajištěno v prostředí vzájemné důvěry a nabyté znalosti či dovednosti jsou bezprostředně využívány v praxi
- Otevřená a asertivní komunikace
 - EQ, schopnost empatie a snaha o vzájemné porozumění
- Sebezodpovědnost
 - Možnost volby a ochota nést zodpovědnost za její důsledky
- Unicorn
 - Realita není vždy uchopitelná, kvantifikovatelná a vysvětlitelná; důraz na přijetí aktuálního stavu a schopnost adaptace.¹²³

Výuka některých kurzů je zajišťována interními tutoriály, jiné semináře či workshopy jsou pak realizovány pod taktovkou externích odborníků z praxe. Kurzy jsou vyučovány blokově, tzn. jeden tematický celek (modul) je vyučován zpravidla po dobu jednoho až tří dnů v závislosti na aktuální potřebě studentů.

¹²³ Knowmads Business School. How we work with you [online]. cit. 2015-06-30. Dostupné z: <http://www.knowmads.nl/knowmads-school/how-we-work-with-you/>.

Jak uvádí J. Esman: „*Oficiálně není stanoven žádný studijní plán, v rámci něhož by docházelo ke každoroční opakované výuce seminářů či workshopů, avšak zatím všechny kmeny projevíly zájem o komunikačně orientované kurzy: kurz Neagresivní komunikace, Deep Democracy a Storytelling. Mezi další velmi oblíbené patří i workshop věnovaný sociálním médiím a kurz věnovaný obchodním dovednostem, jelikož většina studentů nemá předchozí ekonomické vzdělání či nemá pracovní zkušenost z privátního sektoru*“.

Spinder dále uvádí, že studenti dostávají rovněž pravidelně přípravu v oblasti projektového managementu, designu business modelu, marketingu a preferují i workshop zaměřený specificky na řízení start-upů.¹²⁴

Výběr studentů probíhá v Knowmads Business School na základě psané přihlášky včetně motivačního dopisu či zamýšlené orientace a osobního pohovoru. J. Esman uvádí, že vyjma motivace a záměrů studentů bývá rovněž hodnocena jejich psychologická stabilita a vyspělost. V závislosti na formě a stupni případné spolupráce s Knowmads Business School lze proto uvažovat obdobný přijímací proces.

P. Spinder rovněž proklamuje, že „*vzdělání je o možnosti o volby*“¹²⁵ – studenti se v průběhu roku aktivně podílejí na podobě studijního plánu v závislosti na individuálních i skupinových potřebách pro zvolené projekty a v úvodu programu absolvují tzv. unlearning fázi, jejímž účelem je změnit stereotypní uvažování v rámci tradičního školního tabulkového hodnocení.

Dle slov J. Esmana, Knowmads Business School již tradičně spolupracuje s amsterdamskou University of Applied Sciences, jeden z lektorů externě vyučuje kurz věnovaný leadershipu na její sesterské univerzitě v Utrechtu. V současné době tým Knowmads Business School pracuje na spuštění alternativního MBA programu na barcelonské univerzitě. J. Esman se proto netají nadšením pro spolupráci s Univerzitou Palackého v Olomouci. Podmínky možné spolupráce záleží dle jeho slov na vzájemné domluvě (konkrétně za tým Knowmads Business School preferuje možnost pozměnění části studijního plánu vybraných oborů, příp. nabídky zcela nových volitelných předmětů).

¹²⁴ MORAVEC, J. W. et al. *Knowmad Society*. Minneapolis: Education Futures, 2013, s. 169.

¹²⁵ TEDx Talks. P. Spinder: Educating the mind without the heart is no education at all [online]. cit. 2015-07-20. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=iiQgubCp-SA>.

Možnou inovaci výuky ve spolupráci s Knowmads Business School lze uvažovat např. následujícími způsoby:

- nabídkou pravidelného workshopu formou volitelného předmětu a práce na celoročním projektu (ve spolupráci s některým z místních coworkingových center);
- úpravou části studijního programu ve spolupráci s tutori Knowmads Business School;
- nabídkou alternativního MBA programu, aj.

J. Esman je přesvědčen, že lze potenciální coworkery a budoucí znalostní pracovníky na coworking a inovativní formy práce připravit. Podle něj je vzdělávací program postavený na self-directed learning a projektové formě spolupráce aplikovatelný na univerzitní prostředí a dodává, že jej považuje za jeho nezbytnou součást.

6.2 Možné prvky inovace výuky na KAE

S ohledem na výstupy výzkumu apelující na inovaci vysokoškolské výuky v kontextu znalostní ekonomiky a aktuálních trendů na trhu práce představujeme tři oblasti, jež je vhodné v této souvislosti inovovat, a připojujeme specifické příklady, které se opírají o již existující podpůrnou strukturu KAE, příp. již zavedené postupy a předmětovou skladbu. Navrhovanými třemi okruhy jsou:

- Kombinace pracovní praxe (projektové formy práce) a výuky;
- Dehierarchizace struktur (partnerství se studenty), výukové metody, podpora sdílení znalostí;
- Předmětová skladba, self-directed learning.

6.2.1 Kombinace pracovní praxe a studia

Jak uvádí P. Spinder, nezbytným prvkem vzdělání je jeho bezprostřední propojení s realitou. Toto propojení ilustruje na příkladu Knowmads Business School:

„Pracujeme na reálných úkolech, s cílem generovat reálné hodnoty (...). Nebavíme se o případových studiích, tvoříme reálné výstupy.“¹²⁶ L. G., provozovatel Coworkingu 2.0, během řízeného rozhovoru mj. konstatoval, že „odtržení akademické sféry od firemní“ znesnadňuje přechod studentů do praxe.

Vhodným prostředkem k zajištění efektivního propojení vzdělávacího procesu a praxe je coworking v prostředí sdílené kanceláře. Jak J. Esman konstatuje, v rámci Knowmads Business School došlo ke sloučení s coworkingovým centrem, díky němuž dochází v pracovním i prakticky-vzdělávacím procesu k neformálním setkáním studentů s freelancery. V coworkingovém centru studenti pracují na vlastních i společných projektech a mají je možnost díky networkingu dále rozvíjet.

V tomto ohledu by bylo možné zvažovat např. propojení vzdělávacího procesu s coworkingovým centrem VTP UP, jehož přemístění do větších prostor do univerzitní budovy v centru města je na základě informací poskytnutých prostřednictvím řízeného rozhovoru v jednání. Navíc profesionálové účastníci se ankety v rámci této sdílené kanceláře shodně uvedli, že zde tráví v průměru pouze méně než 8 h týdně, poukazující na vzdálenou lokalitu kanceláře a malý prostor. Stěhování centra by se tak i ze strany klientů setkala s pozitivním ohlasem.

Projektová forma práce je zmiňována i respondenty v rámci realizovaného dotazníkového šetření – z vlastní profesní zkušenosti dosvědčují, že se jedná o hojně využívanou spolupráci. Rovněž pak navrhují, aby školy zprostředkovaly alespoň exkurzi do coworkingových center, není-li navázání bližší spolupráce možné. Tato reorganizace výuky s důrazem na bezprostřední aplikaci osvojeného učiva či dovedností v praxi by rovněž řešila požadavek některých respondentů a provozovatelů coworkingových center na prezentaci podnikání jako validní alternativy zaměstnání a zkušenost studentů s týmovou prací. Zároveň by projektová forma práce a takto koncipované vzdělání umožnily studentům v případě negociace smluvních podmínek se zadavatelem skupinového projektu pochopit hodnoty, na což poukazoval L. G., provozovatel Coworkingu 2.0.

Jak uvádí J. Esman, nabídka projektů, na nichž se podílí celý kmen vzniká na základě iniciativy tutorů, jež oslovují s daným konceptem různé organizace,

¹²⁶ SPINDER, P. Knowmads Business School: Empowering and Enabling Knowmads. In: MORAVEC, J. W. et al. *Knowmad Society*. Minneapolis: Education Futures, 2013, s. 165.

z iniciativy studentů i samotných organizací. V případě, že by došlo k zachování tohoto formátu výuky na bázi projektové spolupráce, bylo by vhodné s dostatečným časovým předstihem předjednat možnosti spolupráce formou komunikační kampaně prezentující alternativní koncepci výuky propojenou s praxí, příp. v pilotním ročníku navázat spolupráci s některým ze subjektů, jenž s KAE již spolupracoval.

6.2.2 Dehierarchizace, výukové metody, podpora sdílení znalostí

Jak J. Esman poukazuje, „*hierarchizace v privátním sektoru mizí*“ (firemní struktura je mnohdy zploštělá), „*zatímco akademická sféra v tomto ohledu zaostává*“. Studentům tak chybí smysl pro zodpovědnost, dále pak proaktivita a motivace. Stejný názor vyjadřuje např. i Besselink, Hartkamp či Moravec¹²⁷. Ve věci zplošťování organizačních struktur a eliminace složitých procesů odkazuje Esman rovněž na výzkum F. Laloux¹²⁸, který tuto skutečnost dokládá ve vybraných případových studiích úspěšných firem. Na složitost procesů, strnulé vzorce a hierarchizovanou organizaci vzdělávání poukazuje i provozovatelé Coworkingu 2.0 a Cowo Brno během řízeného rozhovoru.

Tutor (učitel) by měl tedy v tomto pojetí vzdělávání zastávat roli facilitátora, nikoliv direktivní autority, což implikuje využívání demokratických a liberálních praktik managementu – mentoringu, či lépe coachingu. Učitel tuto roli vykonává jako coach-školitel, jehož si studenti volí pro konzultace svého individuálního projektu. Jak uvádí P. Spinder, podpora vzájemné důvěry a empatie v rámci skupiny je z jeho pohledu pro smysluplné vzdělání nezbytná.¹²⁹

Za aplikaci těchto metod se přimlouvá z vlastní zkušenosti i J. Esman, když popisuje partnerský vztah tutorů Knowmads Business School a studentů – dle jeho slov je spolupráce mezi studenty a tutory je založena na „*individuálním i skupinovém coachingu, učení se v pracovním procesu, kolektivním návrhu projektu, jeho realizaci a metodě self-directed learning* (volitelném obsahu výuky, pozn. autorky)“.

¹²⁷ MORAVEC, J. W. et al. *Knowmad Society*. Minneapolis: Education Futures, 2013, s. 22.

¹²⁸ LALOUX, F. The Future of Management is Teal [online]. cit. 2015-07-12. Dostupné z: <http://www.strategy-business.com/article/00344?gko=10921>.

¹²⁹ SPINDER, P. Knowmads Business School: Empowering and Enabling Knowmads.

In: MORAVEC, J. W. et al. *Knowmad Society*. Minneapolis: Education Futures, 2013, s. 172.

Další oblastí, jež by např. dle Z. R., provozovatele sítě Impact HUB a vybraných coworkerů měla být vylepšena, je podpora sdílení znalostí. Jak Z. R. uvedl, je vhodné studenty seznamovat s úspěšnými i méně úspěšnými projekty, diskutovat možné příčiny neúspěchu a recyklovat nápady. P. Spinder v této souvislosti dokládá význam sdílení znalostí mezi vrstevníky (tzv. peer-to-peer learning), kdy jsou studenti podporováni v týmové spolupráci s nově přijatými jedinci.¹³⁰

V případě organizace studia na KAE je coaching de facto uplatňován při supervizi závěrečných prací studentů, příp. při spolupráci tutorů a studentů na výzkumných projektech. Tato praxe by se proto mohla podobně aplikovat v případě práce studentů na individuálních projektech (příp. podnikatelských záměrech) v rámci coworkingového centra v průběhu akademického roku. Úspěšné projekty a práce studentů mohou být prezentovány prostřednictvím blogu katedry, jejích stránek na sociální síti a rovněž mohou být diskutovány v rámci výukových kurzů.

6.2.3 Předmětová skladba, self-directed learning

Třetím významným okruhem, jehož aplikace se s ohledem na aktuální trendy na trhu práce jeví jako pertinentní je inovace předmětové skladby studia. Provozovatelé coworkingových center v rámci výzkumu opakovaně navrhovali zprostředkování přednášek podnikatelů studentům, průpravu k zahájení podnikatelské činnosti a spoluúčast studentů na tvorbě výukového plánu (skutečnost vztahující se ke konceptu Knowmads Business School v podobě self-directed learning).

P. Spinder uvádí, že tradiční pojetí vzdělávání je „založeno na konformitě, imitaci (...), rivalitě a strachu“.¹³¹ Konstatuje, že ve vysokoškolském procesu často chybí smysl pro kontinuitu, návaznost témat – po složení zkoušky či odevzdání zadané práce (jejíž účelnost studenti nutně nemusí chápat) studenti pokračují studiem mnohdy nenavazujícího předmětu či oblasti. Upozorňuje, že nabytou znalost či dovednost je nutné aplikovat v praxi. Přístup „Head, heart and hands“ v sobě tyto inovativní koncepty vzdělání obsahuje. Výuka v tomto pojetí umožňuje efektivní propojení sebeuvědomění a ztotožnění se se vzdělávacím procesem a motivaci pro transfer

¹³⁰ SPINDER, P. Knowmads Business School: Empowering and Enabling Knowmads.

In: MORAVEC, J. W. et al. *Knowmad Society*. Minneapolis: Education Futures, 2013, s. 172.

¹³¹ TEDx Talks. P. Spinder: Educating the mind without the heart is no education at all [online]. cit. 2015-07-20. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=iiQgubCp-SA>.

teoretických poznatků do praxe. Na tento aspekt klade důraz mj. i J. L., provozovatel Coworkingu Olomouc, když v závěru řízeného rozhovoru zdůrazňuje, že studenti by se měli profesně realizovat výhradně v oblasti, která „*je baví*“.

V rámci KAE již mnohé předměty korespondují s částí předmětové skladby Knowmads Business School, příp. byly již v minulosti nabízeny (jedná se zejména např. o kurzy Projektového managementu, Marketingu, Podnikání, Přednášek hostujících profesorů, Diskusních workshopů s odborníky z praxe, Fundraisingu, Soft skills, Manažerské psychologie, Virtual work či dále předměty nabízené v rámci spolupráce KAE s Katedrou psychologie FF UPOL či VTP UP, aj.). Služba komunitě je katedrou rozvíjena např. během nově zavedeného Give & Gain Day a vybrané kurzy zahrnují rovněž prvky teambuildingu či outdoorových expedic, upevňujících týmovou spolupráci a umožňujících sebereflexi (na jejichž význam mj. poukazovala H. J. z Coworking Centra Příbor).

V rámci možné inovace výuky lze např. uvažovat zavedení kurzů, jež jsou v rámci programu Knowmads Business School studenty každoročně preferovány, avšak v nabídce KAE dosposud chybí (jako např. kurz neagresivní komunikace, řízení start-upů, design business modelů, apod.). Dále by dle konstatování P. Spindera bylo vhodné předmětovou náplň definovat v úzké spolupráci se studenty, a to dle jejich aktuálních potřeb pro vypracování kolektivního projektu i projektů individuálních. Je zřejmé, že taková koncepce výuky vyžaduje značnou flexibilitu ze strany tutorů, avšak zcela by odpovídala předchozím dvěma vytyčeným principům ve smyslu přímé aplikace nově osvojených znalostí a dovedností v praxi i posílení partnerského vztahu mezi studenty a tutory.

Závěr

Cílem diplomové práce bylo zachytit rozvoj coworkingu v kontextu aktuálních trendů na trhu práce (a to s důrazem na provoz vybraných coworkingových center v kraji Olomouckém, Moravskoslezském, Jihomoravském a Zlínském), následně pak identifikovat motivační faktory coworkerů pro tento druh práce a navrhnout možné inovativní prvky výuky na pozadí změn na trhu práce.

Úvodní kapitola prezentovala aktuální změny a zároveň výzvy pracovní reality, v důsledku nichž se stal coworking globálním fenoménem. Tato forma práce vykonávaná nezávislými profesionály ze sdílených kanceláří v rámci profesně heterogenních, ale i homogenních komunit má dle dostupných statistických dat značný růstový potenciál i do budoucna. Výše uvedené změny však s sebou rovněž přináší potřebu inovace výuky, jež by usnadnila adaptaci budoucích absolventů na znalostní práci vykonávanou z coworkingových center.

Nárůst počtu coworkingových center v České republice mezi lety 2010–2015 svědčí o rozvoji coworkingu na tomto území. Řízené rozhovory s majiteli vybraných center přibližují okolnosti založení center, jejich provozní specifika, poznatky z dosavadního provozu, perspektivy coworkingu a jejich závěrečná část přináší náhled na možnou inovaci vysokoškolské výuky za účelem přípravy budoucích znalostních pracovníků na zkoumanou formu práce.

Na základě řízených rozhovorů s provozovateli vybraných českých center lze konstatovat, že většina zúčastněných center není v současnosti rentabilní, a to z důvodu vysoké počáteční investice a provozních nákladů ve spojitosti s nízkou obsazeností těchto center. Některá centra navíc nemají jednoznačně definovaný business model a ve finančním řízení i koncepci marketingové strategie vidí jistý prostor pro zlepšení. Nabízí se proto otázka, zda je provoz coworkingových center a rozvoj coworkingu v České republice dlouhodobě udržitelný s ohledem na nízkou rentabilitu, respektive nerentabilitu center a případnou neexistenci marketingové strategie?

Provozovatelé těchto center rovněž poukazují na nezbytnost inovace studijních programů na vysokých školách s cílem přípravy studentů na coworking. Dle jejich názoru by mělo být podnikání studentům prezentováno jako validní alternativa k zaměstnání, studenti by měli být alespoň seznámeni s možnostmi

coworkingu v jejich okolí a výuka by měla favorizovat sdílení znalostí, týmovou práci či obsahovat prvky zaměřené na sebereflexi, profesní motivaci a osobní rozvoj.

Dotazníkové šetření mezi klienty těchto center identifikovalo vizi motivačního, kreativního a stimulačního prostředí jako primární motivátor pro volbu coworkingu jakožto preferovaného stylu práce. V coworkingových centrech jsou nejčastěji zastoupeny profese z oboru IT a marketingu. Sdílení znalostí je ze strany provozovatelů coworkingových center podporováno prostřednictvím společenských či vzdělávacích akcí; některá centra pak účelně podporují networking v rámci center zprostředkováním kontaktů na žádost jejich klientů. Nelze opomenout ani samovolné sdílení znalostí, k němuž dochází díky prostorovým dispozicím centra a zvykům dané komunity (pauzy na kávu, občerstvení, apod.). Coworkeré ve většině případů nedeklarují potřebu inovace vysokoškolské výuky s ohledem na coworking, což je v rozporu s postoji provozovatelů coworkingových center i odborné veřejnosti. Respondenti, jež potřebu takovéto inovace cítí za vhodnou, apelují na koncepci výuky formou projektové spolupráce, podporu sdílení znalostí a podnikatelství.

Výše uvedené závěry posloužily k rámcovému návrhu možné inovace vysokoškolské výuky na konkrétním příkladu KAE FF UPOL. Tento návrh se opírá o know-how Knowmads Business School a specifika této koncepce byla konzultována s tutorem a členem organizačního týmu této vzdělávací platformy. Rámcový návrh se dotýká oblastí propojení pracovní praxe se studiem, zploštění organizace vzdělávacího procesu, jeho založení na metodách coachingu a sdílení znalostí a v neposlední řadě anticipuje také jisté úpravy předmětové skladby.

Výzkum byl problematický v důsledku nízké návratnosti dotazníků, ať již z důvodu neochoty klientů coworkingových center k účasti ve výzkumu či bezpečnostních opatření center ve věci distribuce dotazníku. Při další výzkumech v této oblasti by proto bylo vhodné realizovat sběr dat jinou metodou, např. skupinovým či individuálním rozhovorem s klienty center, příp. dotazníky distribuovat v několika vlnách v průběhu delšího časového období. Naopak provozovatelé s výjimkou jednoho případu projeví během řízených rozhovorů sdílnost, angažovanost a zájem v souvislosti s realizací výzkumu.

Budoucí výzkum v této oblasti by se vyjma mapování dalšího rozvoje coworkingu mohl zabývat tématy dlouhodobé finanční udržitelnosti provozu center, jejich marketingovou strategií, aktivní spoluprací s vysokými školami, dále by mohl

zkoumat přechod vysokoškolských absolventů do praxe či se orientovat na komunitní aspekt coworkingu a tendence nezávislých profesionálů ke spolupráci v rámci coworkingových center.

Résumé

Tato diplomová práce zkoumá rozvoj coworkingu, provozní specifika sdílených kanceláří i motivaci jejích klientů pro coworking, a to se specifickým důrazem na vybranou oblast České republiky.

Cílem práce bylo zachytit rozvoj coworkingu v kontextu aktuálních trendů na trhu práce, které mj. nastolují otázku potřeby inovace vzdělání za účelem přípravy budoucí generace znalostních pracovníků na tyto skutečnosti.

První část práce vymezuje coworking jako moderní formu práce nezávislých profesionálů ze sdíleného prostoru a pojednává o jeho rozvoji v globálním i národním měřítku.

Výzkumná část práce nejprve nastiňuje koncepci výzkumu; následně pak sestává ze série osmi řízených rozhovorů s provozovateli coworkingových center a analýzy výsledků dotazníkového šetření realizovaného mezi klienty těchto center.

V návaznosti na závěry získané sběrem dat je po odborné konzultaci s tutorem inovativní vzdělávací platformy zahrnující coworking jako součást vzdělávacího procesu sestaven rámcový návrh možných inovativních prvků vysokoškolského studijního programu, a to specificky pro Katedru aplikované ekonomie Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci.

Klíčová slova: coworking, coworkingové centrum, znalostní pracovník, knowmad, sdílení znalostí

Summary

With a specific focus on a delimited geographical area of the Czech Republic, this Master's thesis focuses on the expansion of coworking, the specifics of the coworking centres' operation and the motivation factors of the coworkers for this type of work.

The aim of the thesis is to give an overview of the development of coworking within the context of recent labour market tendencies. These trends put the current education system in question and raise a discussion concerning the possible ways of innovating it, so as to adequately prepare the future generations of knowledge workers for the changing reality.

The first part of the thesis defines coworking as a modern way of work carried out from coworking centres and privileged by freelancers, and goes on to outline the history of coworking both on international and national scales.

The empirical part presents the concept of the research. It then consists of eight structured interviews with the operators of chosen Czech coworking centers and also analyses the data obtained via a questionnaire distributed among the clients of these centers.

Using the observations of the respondents, a possible innovative design of a specific university study programme is then outlined and its specifics are consulted with a tutor of an innovative educational platform.

Key words: coworking, coworking centre, knowledge worker, knowmad, knowledge sharing

Seznam pramenů a literatury

BOURDIEU, P. F. Le capital social: notes provisoires. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 1980, roč. 31, č. 1.

Cohousing 9 pramenů. Blog [online]. cit. 2015-03-14. Dostupné z: <http://www.9pramenu.cz>.

Cowo Brno. Coworking? To je přece sdílená kancelář [online]. cit. 2015-02-24. Dostupné z: <http://www.cowobrno.cz/coworking/>.

CoWorkingNews [online]. cit. 2015-06-13. Dostupné z: <http://www.coworking-news.de>.

CoworkingVisaMap.com. Coworking Visa Map curated by The Network Hub [online]. cit. 2015-06-20. Dostupné z: <http://www.coworkingvisamap.com>.

DEKOVEN, B. The Coworking Connection [online]. cit. 2015-03-15. Dostupné z: <http://www.deepfun.com/the-coworking-connection>.

Deskmag. 2000 Coworking Spaces Worldwide [online]. cit. 2015-05-13. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/2000-coworking-spaces-worldwide-617>.

Deskmag. 1st Results of the Third Global Coworking Survey [online]. 2015-05-03. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/1st-results-of-the-3rd-global-coworking-survey-2012>.

Deskmag. 1st Studio with Flexible Desks Opens in NYC [online]. cit. 2015-03-15. Dostupné z: <http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/156192/The-History-Of-Coworking-Presented-By-Deskmag#vars!panel=1508577!>.

Deskmag. Coworking Barcelona: Creative Response to the Crisis [online]. cit. 2015-03-05. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/coworking-spaces-in-barcelona-221>.

Deskmag. First Results of Global Coworking Survey [online]. cit. 2015-05-03. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/first-results-of-global-coworking-survey-171>.

Deskmag. The 1st Global Coworking Survey [online]. cit. 2015-05-13. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/all-results-of-the-global-coworking-space-survey-200>.

Deskmag. The 1st Health Insurance Plan for Coworking Spaces [online]. cit. 2015-06-20. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/the-1st-health-insurance-plan-for-coworking-spaces-869>.

Deskmag. The Birth of Coworking Spaces [online]. cit. 2015-05-20. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/the-birth-of-coworking-spaces-global-survey-176>.

Deskmag. The Coworking Forecast 2014 [online]. cit. 2015-05-05. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/the-coworking-market-report-forecast-2014>.

Deskmag. The Coworking Magazine [online]. cit. 2015-01-04. Dostupné z: <http://www.deskmag.com>.

Deskmag. The First Day of Coworking [online]. cit. 2015-03-09. Dostupné z: <http://www.tiki-toki.com/timeline/entry/156192/The-History-Of-Coworking-Presented-By-Deskmag#vars!panel=1505040!>.

Deskmag. The Future of Coworking [online]. cit. 2014-19-12. Dostupné z: <http://www.deskmag.com/en/the-future-of-coworking-882>.

DRUCKER, P. F. *Management Challenges for the 21st Century*. Oxford: Butterworth-Heineman, 1999. ISBN 80-7261-021-X.

EUR-Lex. Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises [online]. cit. 2015-01-03. Dostupné z: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:EN:PDF>.

FLORIDA, R. *The rise of the creative class: and how it is transforming leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books, 2002. ISBN 978-0465024766.

Google.com. Google Trends: Coworking [online]. cit. 2015-08-03. Dostupné z: <http://www.google.de/trends/explore#q=coworking>.

Global Coworking Unconference Conference. Coworking by the numbers [online]. cit. 2015-06-04. Dostupné z: <http://fr.slideshare.net/sking04/coworking-by-the-numbers>.

Impact Hub. What is Impact Hub? [online]. cit. 2015-07-02. Dostupné z:

<http://www.impacthub.net>.

Inkubatorzlin.cz. Co-workingové centrum [online]. cit. 2015-03-10. Dostupné z: <http://www.inkubatorzlin.cz/co-working/>.

Inkubatorzlin.cz. Provozní řád co-workingového centra [online]. cit. 2015-07-05. Dostupné z: <http://www.inkubatorzlin.cz/wp-content/uploads/2013/10/1.2.-Provozn%C3%AD-%C3%A9-řád-Co-workingové-centrum.pdf>.

Knowmads Business School [online]. cit. 2015-06-30. Dostupné z: <http://www.knowmads.nl>.

Knowmads Business School. About the school [online]. cit. 2015-07-01. Dostupné z: <http://www.knowmads.nl/knowmads-school/about-the-school/>.

Knowmads Business School. How we work with you [online]. cit. 2015-06-30. Dostupné z: <http://www.knowmads.nl/knowmads-school/how-we-work-with-you/>.

Knowmads Business School. Programmes [online]. cit. 2015-06-30. Dostupné z: <http://www.knowmads.nl/knowmads-school/programmes/>.

Konzultace s J. Esmanem, tutorem Knowmads Business School, ze dne 1. 7. 2015. Dostupné z archivu autorky.

Korespondenční rozhovor s provozovatelem coworkingového centra TIC Zlín ze dne 9. 3. 2015. Dostupné z archivu autorky.

Korespondenční rozhovor s provozovatelem coworkingového centra VTP UP Olomouc, ze dne 12. 3. 2015. Dostupné z archivu autorky.

LALOUX, F. The Future of Management is Teal [online]. cit. 2015-07-12. Dostupné z: <http://www.strategy-business.com/article/00344?gko=10921>.

MARTOCH, M. Průzkum Práce na dálku 2013 v ČR [online]. cit. 2014-19-12. Dostupné z: <http://www.pracena-dalku.cz/portals/0/pruzkum/vysledky-pruzkum-prace-na-dalku-2013-v-cr.pdf>.

MLÁDKOVÁ, L. Nový fenomén. Znalostní pracovníci [online]. cit. 2015-03-02. Dostupné z: <http://hrm.ihned.cz/c1-20731790-novy-fenomen-znalostni-pracovnici>.

MORAVEC, J. W. et al. *Knowmad Society*. Minneapolis: Education Futures, 2013. ISBN 978-0615742090.

MORISSET, B. Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces. In: *2nd Geography of Innovation International Conference 2014*. Utrecht University, 2014.

Movebla. O futuro do trabalho é agora [online]. cit. 2015-01-04. Dostupné z: <http://www.movebla.com>.

Navolnoze.cz. Coworkingy [online]. cit. 2015-03-16. Dostupné z: <http://navolnoze.cz/blog/coworkingy/>.

NETsraz. Podnikáme na internetu [online]. cit. 2015-07-25. Dostupné z: <http://www.netsraz.cz>.

NomadList. [online]. cit. 2015-07-25. Dostupné z: <https://nomadlist.com>.

NYTimes. They're Working on Their Own, Just Side by Side [online]. cit. 2015-03-09. Dostupné z: http://www.nytimes.com/2008/02/20/business/businessspecial2/20cowork.html?pagewanted=all&_r=0.

Oficiální stránky města Příbor. Firmy se představují [online]. cit. 2015-07-04. Dostupné z: <http://www.pribor.eu/obcan/podnikatel-obcan/>.

Oficiální stránky města Příbor. Princip coworkingového centra [online]. cit. 2015-07-04. Dostupné z: <http://www.pribor.eu/obcan/podnikatel-obcan/coworking-centrum-pribor/>.

Řízený rozhovor s provozovatelem Coworking 2.0, Ostrava ze dne 30. 12. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

Řízený rozhovor s provozovatelem Coworking Olomouc ze dne 5. 1. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

Řízený rozhovor s provozovatelem Impact HUB Ostrava a Brno ze dne 10. 3. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

Řízený rozhovor s provozovatelkou Cowo Brno ze dne 23. 2. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

Řízený rozhovor s provozovatelkou Coworking Centra Příbor ze dne 3. 2. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

Řízený rozhovor s provozovatelkou coworkingového centra Viva Ostrava ze dne 6. 3. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

Řízený rozhovor s provozovatelkou coworkingového centra VTP UP ze dne 5. 3. 2015 [audio záznam]. Dostupné z archivu autorky.

Schraubenfabrik. Schraubenfabrik - Entrepreneurship-Center since 2002 [online]. cit. 2015-03-15. Dostupné z: <http://www.schraubenfabrik.at/Home/english.php>.

SPINUZZI, C. Working Alone Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical Communication*, 2012, roč. 26, č. 4. DOI 10.1177/1050651912444070.

Stowe Boyd. Word of the Moment: Fairchise [online]. cit. 2015-06-19. Dostupné z: <http://stoweboyd.com/post/952461633/word-of-the-moment-fairchise>.

SUNDSTED, T. et al. *I'm Outta Here! How coworking is making the office obsolete*. Austin: Not an MBA Press, 2009. ISBN 978-0982306703.

TEDx Talks. P. Spinder: Educating the mind without the heart is no education at all [online]. cit. 2015-07-20. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=iiQgubCp-SA>.

Technologické inovační centrum Zlín. [online]. cit. 2015-03-10. Dostupné z: <http://www.ticzlin.cz>.

Techsquat. Techsquat Brno [online]. cit. 2015-03-16. Dostupné z: <http://techsquat.com/brno.html>.

Vědeckotechnický park. Univerzita Palackého v Olomouci. O nás [online]. cit. 2015-03-20. Dostupné z: <http://www.vtpup.cz/o-nas.html>.

Viva Ostrava [online]. 2015-02-15. Dostupné z: <http://www.vivaostrava.cz>.

VLACH, R. Coworking [online]. 2015-07-30. Dostupné z: <http://navolnenoze.cz/blog/coworking/>.

Wired. Freelancers Forgo Office Space for Casual Coworking [online]. cit. 2015-03-05. Dostupné z: <http://archive.wired.com/techbiz/people/news/2007/07/coworking>.

WOKOUN, R. Znalostní ekonomika jako novodobý fenomén konkurenceschopnosti států a regionů [online]. cit. 2015-01-05. Dostupné z: http://kreg.vse.cz/wp-content/uploads/2011/04/REG904_Regveda_znal.ekonomika.pdf.

Seznam zkratk

FF UPOL	Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci
KAE	Katedra aplikované ekonomie
MBA	studijní program Master of Business Administration
OSVČ.....	osoba samostatně výdělečně činná
SEM.....	search engine marketing
SEO.....	search engine optimisation
s. r. o.	společnost s ručením omezeným
TIC.....	Technologické inovační centrum
VŠB – TUO	Vysoká škola báňská - Technická univerzita Ostrava
VTP UP.....	Vědeckotechnický park Univerzity Palackého v Olomouci
VUT	Vysoké učení technické v Brně

Seznam tabulek, grafů a obrázků

Tabulka 1: Seznam coworkingových center v České republice k 29. 7. 2015.....	18
Graf 1: Prognóza vývoje počtu coworkingových center do roku 2018.....	17
Graf 2: Prognóza vývoje počtu coworkerů do roku 2018	17
Graf 3: Věkové složení celosvětové populace coworkerů	23
Graf 4: Doba, během níž coworkeři využívají služeb coworkingových center	24
Graf 5: Motivační faktory coworkerů pro výběr daného coworkingového centra....	25
Graf 6: Věkové složení komunit coworkingových center.....	65
Graf 7: Lokalita, z níž coworkeři vykonávají svou profesi.....	67
Graf 8: Počet respondentů z jednotlivých center	68
Graf 9: Dosavadní doba pronájmu pracovního místa v rámci aktuálně navštěvovaného coworkingového centra	69
Graf 10: Průměrná doba trávená v coworkingovém centru klientem	69
Graf 11: Motivace respondentů pro coworking	70
Graf 12: Významnost kritérií při výběru coworkingového centra	71
Obr. 1: Globální statistika popularizace pojmu „coworking“ na vyhledávači Google	12
Obr. 2: Počty coworkingových center k 1. 11. 2011 a meziroční nárůst jejich počtu	14
Obr. 3: Počty coworkingových center k 31. 10. 2012 a jejich nárůst mezi lety 2010–2012.....	15
Obr. 4: Počty coworkingových center k 26. 2. 2013 a jejich nárůst mezi lety 2012–2013	16
Obr. 5: Statistika popularizace pojmu „coworking“ na vyhledávači Google pro Českou republiku.....	21

Seznam příloh

Příloha 1: Otázky pro řízené rozhovory s provozovateli coworkingových center	100
Příloha 2: Online dotazník pro klienty coworkingových center	102
Příloha 3: Otázky pro konzultaci s J. Esmanem	106

Přílohy

Příloha 1: Otázky pro strukturované interview s provozovateli coworkingových center

1. část: PROFIL

- 1) Jaké je Vaše dosažené vzdělání a obor/specializace?
- 2) Jaká je Vaše profese?
- 3) Odkud Vaše zaměstnání vykonáváte?
- 4) Specifikujte vlastními slovy, co pro Vás coworking znamená? Jak byste jej definoval/a?
- 5) Kdy a jak jste se o coworkingu poprvé dozvěděl/a?
- 6) Co Vás na coworkingu oslovilo/inspirovalo?
- 7) V čem spatřujete přínosy a úskalí coworkingu?
- 8) Proč se dle Vašeho názoru lidé uchylují k práci v coworkingovém centru?

2. část: PROVOZ COWORKINGOVÉHO CENTRA

- 9) Jaké byly důvody a motivace pro založení a provoz coworkingového centra?
- 10) Popište vznik Vašeho coworkingového centra (čas. rámec, zakládající tým).
- 11) Co předcházelo založení centra? (admin. a čas. rámec)
- 12) Co odlišuje Vaše coworkingové centrum od jiných center?
- 13) Popište strukturu Vaší současné klientely:
 - obsazenost centra (od jeho založení)
 - věková struktura
 - zastoupení mužů/žen
 - profesní zastoupení
 - které firmy jsou v centru zastoupeny?
 - počet freelancerů/studentů/klientů na mateřské (rodičovské) dovolené
- 14) Dochází k nějakému výběru klientů? Jestliže ano, na základě jakých kritérií klienty/pracovníky vybíráte?
- 15) Oslovujete potenciální klienty nějakou kampaní? Jestliže ano, jakou a na koho nabídkou cílíte?

- 16) Jaká je cena (Kč/měs.) za pronájem pracovního místa a co je v této ceně zahrnuto?
- 17) Je provoz coworkingového centra v současnosti rentabilní? (Jaká je návratnost počáteční investice?)
- 18) Řídí se komunita Vašeho centra nějakými pravidly/kodexem? Jestliže ano, jakými a jak tato pravidla vznikla?
- 19) Jsou v rámci centra pořádány nějaké mimopracovní společenské aktivity? Jestliže ano, jaké? Kdo se těchto aktivit účastní? Kdo je iniciuje (např. klienti centra, či pouze provozovatelé)?
- 20) Domníváte se, že dochází v rámci centra ke sdílení znalostí pracovníků? Jestliže ano, popište, jakým způsobem.
- 21) Pozorujete mezi klienty výrazné mezigenerační rozdíly ve způsobu práce? Jestliže ano, jaké?

3. část: BUDOUCNOST CENTRA A PROGNÓZA VÝVOJE

- 22) Popište Vaše poznatky z dosavadního fungování centra (úspěchy a prostor pro zlepšení).
- 23) Plánujete v budoucnu rozšíření prostor centra/ příp. jeho expanzi (do jiného města)?
- 24) Jaké jsou plány/projekty centra do budoucna?
- 25) Jak se bude dle Vašeho názoru fenomén coworkingu v ČR a ve světě vyvíjet?

4. část: DOPORUČENÍ PRO STUDENTY

- 26) Čeho by si dle Vašeho názoru měli být pracovníci před zahájením coworkingu vědomi (co od coworkingu očekávat)?
- 27) Vyžaduje práce v coworkingovém centru dle Vašeho názoru cílenou dovednostní či znalostní přípravu? Jestliže ano, jakou (co byste do této vzdělání/přípravy zahrnul/a)?
- 28) Měla by být dle Vašeho názoru pozměněna/inovována výuka na VŠ za účelem přípravy budoucích znalostních pracovníků na práci v coworkingových centrech? Jestliže ano, jak?

5. část: DALŠÍ KOMENTÁŘE

- 29) Máte jiná dodatečná sdělení/poznámky/komentáře?

Příloha 2: Online dotazník pro klienty coworkingových center

Jste:*

- Muž
- Žena

Do jaké věkové skupiny patříte?*

- Méně než 20 let
- 20 - 29 let
- 30 - 39 let
- 40 - 49 let
- 50 - 59 let
- 60 a více let

Uvedte, prosím, Vaši profesi (odbornost): *

Např. web designer(ka), lektor(ka) cizích jazyků, apod.

Pracujete:*

- jako freelancer (OSVČ)
- na pracovní poměr na dobu určitou
- na pracovní poměr na dobu neurčitou
- Jiné:

Jste-li v pracovním poměru, pro jakou organizaci pracujete?

- Malá až střední organizace (do 250 zaměstnanců)
- Velká organizace (nad 250 zaměstnanců)

Z jaké lokality vykonáváte Vaši profesi?*

- Výhradně z coworkingového centra
- Z coworkingového centra i z místa bydliště
- Z coworkingového centra i z firemního pracoviště (sídlí-li firma mimo coworkingové centrum)
- Jiné:

Co vše dle Vašeho názoru coworking zahrnuje? Jak byste jej vlastními slovy definoval(a)?*

Stručně, prosím, popište (příp. uveďte heslovitý výčet)

Kdy jste se o možnosti coworkingu poprvé dozvěděl(a)?*

Zcela postačí odhad roku (např. 2010)

Jakým způsobem jste se o možnosti coworkingu poprvé dozvěděl(a)?*

Možnost výběru více možností

- Od přátel, kolegů či rodinných příslušníků
- Od zaměstnavatele
- Z médií
- Jiné:

Jestliže jste se o coworkingu poprvé dozvěděl(a) z médií, stalo se tak:

- Prostřednictvím reportáže, článku, blogu, apod.
- Prostřednictvím reklamy (např. banneru) či inzerátu
- Jiné:

Uvedte, prosím, ve kterém coworkingovém centru aktuálně pracujete:*

Možnost výběru více možností

- COWO Brno
- Coworking 2.0, Ostrava
- Coworking Centrum Příbor
- Coworking Olomouc
- HUB Brno
- HUB Ostrava
- TIC Zlín
- Viva Ostrava
- VTP UP Olomouc
- Jiné:

Je toto první coworkingové centrum, v rámci něhož pracujete?*

- Ano
- Ne

Jestliže se nejedná o první centrum, v rámci něhož pracujete, uveďte, prosím, z jakého důvodu již v předchozím centru nepracujete?

Např. změna bydliště, nevyhovující nabídka služeb, apod.

Kdy jste začal(a) pracovat v tomto coworkingovém centru?*

Postačí uvést odhadem měsíc a rok (např. listopad 2014)

Kolik času průměrně trávíte v coworkingovém centru?*

- Méně než 8h / týden
- 1 - 3 dny / týden
- 4 - 5 dní /týden
- Více než 5 dní
- Jiné:

Proč jste zvolil(a) práci v coworkingovém centru?*

Možnost výběru více možností

- Motivační, stimulační a kreativní prostředí
- Heterogenní pracovní komunita
- Zřetelnější oddělení práce a osobního života (než např. v případě home office)
- Úspornější varianta (než pronájem samostatné kanceláře)
- Jiné:

V čem spatřujete přínosy (výhody) coworkingu?*

Z Vašeho osobního pohledu či obecně

V čem spatřujete úskalí (nevýhody) coworkingu?*

Z Vašeho osobního pohledu či obecně

Dle jakých kritérií jste si dané coworkingové centrum vybral(a)? *

Možnost výběru více možností

- Prostředí, vybavení, služby
- Cena za pronájem pracovního místa
- Komunita
- Lokalita či dostupnost
- Jiné:

Jsou v rámci coworkingového centra pořádány mimopracovní společenské aktivity?*

Např. přednášky, společné obědy, apod.

- Ano
- Ne

Jestliže ano, jak často se jich účastníte?

Domníváte se, že dochází v rámci coworkingového centra ke sdílení znalostí mezi pracovníky?

Jestliže ano, specifikujte, prosím, níže, jak ke sdílení znalostí dochází. Jestliže ne, ponechejte text. pole nevyplněné.

Domníváte se, že je proces sdílení znalostí ze strany coworkingového centra nějakým způsobem podporován?

Jestliže ano, specifikujte, prosím, níže jakým způsobem. Jestliže ne, ponechejte text. pole nevyplněné.

Pozorujete v kolektivu coworkingového centra výrazné rozdíly (např. mezigenerační, profesní, apod.) ve způsobu práce

Jestliže ano, specifikujte, prosím, níže. Jestliže ne, ponechejte text. pole nevyplněné.

Popište, prosím, stručně Vaše zkušenosti z coworkingu*

Např. co se týče Vaší produktivity práce, kreativity, motivace, navázaných kontaktů, pocitu seberealizace, apod.

Jak byste stávající coworkingové centrum vylepšil(a)? Co Vám v centru chybí?

Hodláte i do budoucna v coworkingu pokračovat?*

Jestliže ne, specifikujte, prosím, níže Váš důvod. Jestliže ano, vypište, prosím, "ANO".

Komu byste coworking doporučil(a)?*

Např. konkrétní profese, pracovníci na mateřské dovolené, studenti, apod.

Čeho by si dle Vašeho názoru měli být pracovníci před zahájením coworkingu vědomi? Co byste potenciálním zájemcům o coworking doporučil(a)?*

Např. Co konkrétně od coworkingu očekávat? Jaké vlastnosti je vhodné mít?

Vyžaduje coworking dle Vašeho názoru cílenou dovednostní či znalostní přípravu?
Jestliže ano, specifikujte, prosím, níže jakou. Jestliže ne, ponechejte text. pole nevyplněné.

Měla by být dle vašeho názoru inovována výuka na VŠ za účelem přípravy budoucích pracovníků na coworking?
Jestliže ano, specifikujte, prosím, níže jakým způsobem. Jestliže ne, ponechejte text. pole nevyplněné.

Další komentáře, postřehy, sdělení, poznámky

Příloha 3: Otázky pro konzultaci s J. Esmanem

1. How have the concept of Knowmads Business School and its programme evolved since your first opening in February 2010?
2. How do you choose your students? Do you consider any criteria?
3. You support young and keen individuals in making a difference in the world through encouraging them to realize that change has to start from within themselves first. How specifically do you guide your students through this process?
4. Are there any „recurring courses/workshops“ which are the same every year for all Tribes? What are they?
5. How is the period of „unlearning“ conceived? How do you work with your students during this particular period? Do some of them resist this different approach to education?
6. Do you think this concept might be applicable at university level (e. g. by running a self-directed learning programme and project-based learning in the final year of study for a group of interested students)?
7. Is it possible to prepare the new generation of knowledge workers for nomadic work/co-working during their university studies/at university? If so, how? Which courses would you specifically suggest?
8. Is there any way the traditional schooling system (especially in the Central European post-communist context) could be, in your opinion and from your experience, altered to reflect the changing nature of work (the need of highly specialised/talented knowledge workers, digitization, distance work)? What would you recommend?
9. How could we introduce the head-heart-hands approach at university?
10. Do you approach companies and partners to propose projects to work on for your students or do the companies come to you from their own initiative?
11. Who chooses the team project to work on – is it decided by the Tribe or the staff?
12. Do you interfere in any way when the Tribe proposes a value exchange to the company in return for their input? If so, how?

13. How do the students choose their mentor/coach for their own projects/start-up ideas?
14. Would you be interested in running some of your courses at Palacký University in Olomouc, Czech Republic? Do you collaborate with any universities in your area? If so, how? What are your requirements/expectations?
15. Are you planning to expand either in Amsterdam, or elsewhere in the world or do you leave this initiative up to your alumni (who set up Knowmads communities in Hanoi, Berlin and Sevilla)?
16. How will co-working and knowmadic work evolve in the future? Is a mere phenomenon or will it persist?
17. Is there anything a future knowmad/co-worker should know before setting off to such career path? What would you recommend? What is there to consider?