МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ**

**КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ**

**Кваліфікаційна робота**

**магістра**

**ЯКІСТЬ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ГРОМАДСЬКИХ ЗАКЛАДАХ КОВОРКІНГУ**

Виконала: студент, ІІ курсу,

групи 8.0548

спеціальності 054 «Соціологія»

Шостак К.А.

Керівник: д.філос.н.,доцент,

професор кафедри соціології,

Скворець В.О.

Рецензент: доцент кафедри соціології,

к.філос.н.,

Бірюкова Т.Ф.

Запоріжжя – 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет Соціології та управління

Кафедра Соціології

Рівень вищої освіти Магістр

Спеціальність 054 «Соціологія»

# ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

В.О. Скворець \_\_\_\_\_\_\_

04 червня 2019 року

**З А В Д А Н Н Я**

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Шостаку Костянтину Андрійовичу

1. Тема роботи (проекту) Якість надання послуг в громадських закладах коворкінгу

Керівник роботи Скворець Володимир Олексійович зав.кафедри соціології, д.філос.н.

Затверджені наказом ЗНУ від 29 травня 2019 року № 803-с

2. Строк подання студентом роботи 11 січня 2020 р.

3. Вихідні дані до роботи: 1. Gupta A. The CoWorking space concept. URL: https://www.iima.ac.in/c/document\_library/get\_file?uuid=029aa57625084974808c91df12ab6c5c&groupId=642050. 2. WatersLynch J., Potts J. Coworking: A Transdisciplinary Overview: URL: https://www.academia.edu/25139868/Coworking\_A\_Transdiscip linary\_Overview. 3. Швед В. Коворкинг: возможности и преграды. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. No 4. URL: http://www.globalnational.in.ua/archive/42015/230.pdf.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1. Уточнити зміст понять «коворкінг», «послуга», «громадський заклад» та «якість». 2. Охарактеризувати стан наукової розробки тематики якості послуг. 3. Розглянути та обгрунтувати принципи та методи наукового дослідження явища якості надання послуг в громадських закладах типу коворкінг. 4. Дослідити коворкінг як модель організації робочого місця. 5. Проаналізувати світовий досвід організації коворкінгів. 6. Розглянути послуги як основу діяльності коворкінгів. 7. Обґрунтувати емпіричний метод дослідження якості надання послуг громадських закладів коворкінгу. 8. Зробити аналіз та інтерпретацію даних дослідження якості надання послуг громадських закладів коворкінгу. 9. Надати рекомендації щодо забезпечення якості надання послуг в громадських закладах коворкінгу.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

6. Консультанти розділів роботи

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Розділ | Прізвище, ініціали та посадаконсультанта | Підпис, дата |
| завданнявидав | завданняприйняв |
| Розділ 1 | Скворець В.О., зав.кафедри соціології, д.філос.н. | 05.09.19 | 05.09.19 |
| Розділ 2 | Скворець В.О., зав.кафедри соціології, д.філос.н. | 14.10.19 | 14.10.19 |
| Розділ 3 | Скворець В.О., зав.кафедри соціології, д.філос.н. | 12.11.19 | 12.11.19 |

7. Дата видачі завдання 04 червня 2019 р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1. | Вибір та формулювання теми роботи | Травень 2019 | *виконано* |
| 2. | Опрацювання наукових джерел | Червень-Серпень2019 | *виконано* |
| 3. | Робота над вступом | Вересень 2019 | *виконано* |
| 4. | Робота над першим розділом | Вересень-Жовтень 2019 | *виконано* |
| 5. | Робота над другим розділом | Жовтень 2019 | *виконано* |
| 6. | Проведення соціологічного дослідження | Листопад-Грудень 2019 | *виконано* |
| 7. | Робота над третім розділом | Листопад 2019 | *виконано* |
| 8. | Робота над висновками | Грудень 2019 | *виконано* |

Студент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ К.А. Шостак

Керівник роботи (проекту) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ В.О. Скворець

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т. О. Ратушна

РЕФЕРАТ

*Кваліфікаційна робота магістра складається з*: 80 сторінок, 47 позиції у списку літератури, 2 додатків.

ЯКІСТЬ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ГРОМАДСЬКИХ ЗАКЛАДАХ КОВОРКІНГУ

*Мета наукового дослідження:* соціологічне дослідження якості надання послуг в Україні.

*Об’єкт наукового дослідження:* коворкінги як засоби формування комунікативних зв’язків.

*Предмет наукового дослідження:* послуги коворкінгів як основа формування комунікативних зв’язків.

*Методи наукового дослідження:* діалектичний, історичний, функціональний, структурно-системний та метод експертного опитування.

*Гіпотеза дослідження:* Якістьнадання послуг коворкінгами є визначальним чинником формування їх комунікативного середовища та створює умови для реалізації ділової активності клієнтів.

*Висновки:* 1. Коворкінг – одна з сучасних форм просторового та соціального формування робочого простору та надання послуг. Явище виникло як результат поширення потреб в створенні умов для роботи фрілансерів в процесі трансфрмації економіки України

2.  Надання послуг клієнтам – основний вид діяльності коворкінгів, вирішення проблем в розміщенні та соціалізації такого прошарку населення як фрілансери та інші представники творчої або розумової праці.

3.  Для надання якісних послуг, власники коворкінгів повинні дотримуватись певних правил та розроблених методик, приділяти належну увагу потребам клієнтів, орієнтуватись на їх естетичні смаки, піклуватись про імідж закладу та забезпечувати високий рівень обслуговування.

**SUMMARY**

*Master's qualification work consists of*: 80 pages, 47 literature sources, 2 annexes.

QUALITY OF SERVICE IN PUBLIC INSTITUTIONS COWORKING

*Research purpose:* sociological study of the quality of service delivery in Ukraine.

*Research object:* coworkings as a means of forming communicative relationships.

*Research subject:* is coworking services as a basis for forming communications.

*Research methods*: dialectical, historical, functional, structural-system and method of expert survey.

*Research hypothesis:* The quality of service provided by coworkings is a decisive factor in the formation of their communicative environment and creates conditions for realization of business activity of clients.

*Conclusions*: 1. Coworking is one of the modern forms of spatial and social formation of work space and provision of services. The phenomenon emerged as a result of the widespread need to create conditions for working freelancers in the process of transformation of the Ukrainian economy.

2. Providing customer service is the main activity of coworking, solving problems in the placement and socialization of such a population as freelancers and other representatives of creative or mental work.

3. To provide quality services, coworking owners must adhere to certain rules and techniques, pay great attention to the needs of customers, focus on their aesthetic tastes, take care of the image of the establishment and monitor the level of service.

**ЗМІСТ**

Вступ………………………………………………………………………………..6

Розділ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ДІЯЛЬНОСТІ КОВОРКІНГУ

1.1. Уточнення змісту основних понять: «коворкінг», «послуга», «громадський заклад» та «якість»…………………………………………………….............…….8

1.2. Стан дослідження проблеми діяльності коворкінгу ………………………..13

1.3. Принципи та методи дослідження якості надання послуг в громадських закладах коворкінгу………………………………………………………………...18

Розділ 2. Теоретичні засади дослідження ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ГРОМАДСЬКИХ ЗАКЛАДАХ КОВОРКІНГУ

2.1. Коворкінг як модель організації робочого місця……………………………24

2.2. Світовий досвід організації коворкінгу……………………………………....34

2.3. Послуги як основа діяльності коворкінгів……….…………………………..41

Розділ 3. Праксеологічні засади дослідження ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ В ГРОМАДСЬКИХ ЗАКЛАДАХ КОВОРКІНГУ

3.1. Експертне опитування – основа дослідження якості надання послуг в коворкінгу…………………………………………………………………………...54

3.2. Результати соціологічного дослідження якості послуг коворкінгу………...56

3.3. Рекомендації щодо шляхів вдосконалення роботи закладів коворкінгу…..60

Висновки…………………………………………………………………...……64

Список літератури……………………………………………………...……67

Додатки…………………………………..……………………………………....72

**ВСТУП**

*Актуальність проблеми.* Сучасні медіа та інформаційні технології (IT) сприяють формуванню нових соціальних спільнот, соціальних просторів, трансформуючи сформовані раніше соціальні відносини і соціальну структуру. З'являються нові форми взаємодії, специфічні територіальні та просторові утворення, по-іншому конструюється робочий простір.

Як новий соціальний феномен, такий вид організації праці викликає дослідницький інтерес серед зарубіжних та вітчизняних вчених різних галузей наукового знання. Перші дослідження, присвячені коворкінгам, були здійснені саме зарубіжними авторами, серед них Anil K. Gupta, D. Jones, Clay Spinuzzi, Tadashi Uda, Elizabeth Frazer, [Ignasi Capdevila](https://papers.ssrn.com/sol3/cf_dev/AbsByAuth.cfm?per_id=2189719), О. Грішнова, С.Бабич, В.Пархоменко, М. Полтавська. Вчені, які працюють в рамках урбаністики і медіаурбаністики, зацікавилися коворкінгом в контексті його вивчення як нової форми публічного міського простору і особливостей комунікативних практик його учасників. Серед вітчизняних дослідників можна відмітити працю В. Швед «Коворкинг: возможности и преграды». Цінним джерелом є онлайн журнал про коворкінг та нові робочі простори по всьому світу «Deskmag Magazine». Проте, потрібно відмітити, що більшість робіт, які присвячені дослідженню коворкінгів мають загальний, ознайомчий характер. А досліджень коворкінгів в області соціології серед вітчизняних та зарубіжних вчених проведено мало.

Наукова новизна вибраної теми полягає в відсутності досліджень якості надання послуг в громадських закладах типу коворкінг. Які послуги є цінними, та що саме потребують відвідувачі таких закладів. Тема є актуальною в сучасних Українських реаліях через перехідну форму економіки, та зростаючу кількість самозайнятих працівників в сфері IT індустрії.

Дослідження якості послуг актуальні для власників коворкінгів та клієнтів. Дослідження дасть змогу розуміти потреби, та аспекти які є привабливими для більш широкого кола потенційних клієнтів. Також, актуалізувати головні фактори привабливості подібних просторів.

*Проблемна ситуація.* На даний момент існує потреба в дослідженні якості надання послуг, та вплив на формування комунікативних зв’язків.

*Об’єкт.* Коворкінги як засоби формування комунікативних зв’язків.

*Предмет.* Послуги коворкінгів як основа формування комунікативних зв’язків.

*Мета.* Соціологічне дослідження якості послуг коворкінгів в Україні.

Досягнення поставленої мети передбачає розв’язання наступних *наукових завдань:*

– уточнити зміст понять «коворкінг», «послуга», «громадський заклад» та «якість»;

– охарактеризувати стан наукової розробки тематики якості послуг;

– розглянути та обґрунтувати принципи та методи наукового дослідження явища якості надання послуг в громадських закладах типу коворкінг;

– дослідити коворкінг як модель організації робочого місця;

– проаналізувати світовий досвід організації коворкінгів;

– розглянути послуги як основу діяльності коворкінгів;

– обґрунтувати емпіричний метод дослілденняякості надання послуг громадських закладів коворкінгу.

– зробити аналіз та інтерпретацію даних дослідження якості надання послуг громадських закладів коворкінгу;

– надати рекомендації щодо забеспечення якості надання послуг в громадських закладах коворкінгу.

*Гіпотеза.* Якістьнадання послуг коворкінгами є визначальним чинником формування їх комунікативного середовища та створює умови для реалізації ділової активності клієнтів.

*Структура роботи.* Робота складається зі вступу, трьох розділів та дев’яти підрозділів, висновків, списку літератури та додатків.

**Розділ 1**

**Методологічні засади дослідження якості надання послуг діяльності коворкінгу**

**1.1. Уточнення змісту основних понять: «коворкінг», «послуга», «громадський заклад» та «якість»**

Одне з головних понять, які будуть розглядатись та активно використовуватись в ході роботи, це поняття «коворкінг». Коворкінг (англ. Coworking) – дослівно перекладається як «співпраця». Коворкінг – це офіси відкритого плану, в яких мобільні, незалежні працівники розумової праці ділять місця роботи. Але коворкінг зазвичай визначається як щось більше, ніж доступ до простору і об'єктів, насправді саме невловимa якість цієї поведінки «робота поодинці» є джерелом зростаючої привабливості для багатьох верств населення пов’язаних з розумовою або творчою діяльністю [47].

Це загальний, обладнаний всім необхідним для роботи простір, який здається в оренду будь-якому відвідувачу центру і передбачає роботу людей на неконкурентній основі, за відсутності бізнес-ієрархії [20].

Перш за все, коворкінг – це соціальне явище, нова форма організації трудових взаємовідносин та просторової організації, який виник під тиском трансформації суспільства та появою нових технологій, котрі дозволили більш не залежати від компаній та офісів. Працівники отримали можливість трудитись буквально де завгодно, та с ким завгодно, вибирати самим с ким організовуватись, або ж мати право працювати поодинці та ні від кого не залежати. Коворкінги виникли як місце, створене для надання найкомфортніших умов праці та дають можливість соціалізуватись з такими ж фрілансерами для досягнення синергії в робочому просторі.

Коворкінг – це модель роботи, при якій за учасниками робоче місце не закріплюється вони вільно використовують загальний простір для своєї роботи. Це концепція організації трудового процесу, що означає діяльність великої кількості людей над своїми власними проектами в одному офісі для економії на орендних витратах, розвитку нетворкінгу і отримання ефекту синергії. В коворкінгу можна знайти риси і роботи на дому, і офісної діяльності. Центри, як правило, обладнуються необхідними для відпочинку меблями, швидкісним інтернетом, кулерами з водою і кавовими машинами, повноцінними їдальнями для приготування обіду або повноцінним баром. Також невід’ємною частиною є переговорні кімнати. Візуально таке приміщення нагадує офіс, однак працюють в ньому люди, які не залежать один від одного, а їх діяльність не впливає на коворкінг-центр. Загалом це означає, що відвідування подібного простору для спільної роботи не є обов'язковим: тут знаходяться тільки люди, здатні платити оренду. В коворкінг-центрах можна знайти дизайнерів, перекладачів, програмістів, співробітників модельних агентств, творчих працівників – письменників, художників, поетів, музикантів – і інших. Тобто всіх тих, хто не може знайти вдома необхідне усамітнення для плідної праці. Робоча атмосфера коворкінг-центрів не має на увазі шуму і прив'язки до конкретного роботодавця. Приміщення має також кімнати відпочинку, конференц-зали, кімнати для особистих і телефонних зустрічей і навіть спортивні зали, тому свою діяльність ви зможете організувати в будь-якому зручному для вас місці [18].

Наступне поняття дипломної роботи, яке буде розглянуто, це поняття «послуги». Відповідно до чинного законодавства України, зокрема, Закону України «Про захист прав споживачів», «послуга» розглядається як діяльність виконавця з надання (передачі) споживачеві певного визначеного договором матеріального чи нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб [7].

Якщо розглядати поняття послуги в рамках роботи, то це вирішення всіх побутових проблем, які постають перед орендарем, тобто коворкінг бере на себе більшу частину турбот по забезпеченню благоустрою та дотриманню в належних умовах робочого місця. Звісно регулюючи умови в рамках закону України та договору між орендарем та коворкінгом.

Розглянувши поняття послуги, логічним буде розгляд якості надання послуги, що саме повинно надаватись споживачеві та за яким регламентом. За ДСТУ ISO 9000-2001 [4], якість (quality) послуг означає певну ступінь, до якої сукупність власних характеристик задовольняє вимоги. Якість об'єкта можна розглядати в різних аспектах – залежно від формування вимог: стандартів (технічних умов) чи споживачів. Технічний аспект обумовлений ступенем відповідності характеристик об'єкта, характеристикам, пред’явленим в технічних умовах або в стандартах. З економічних позицій якість розглядається як результат споживання досліджуваного об'єкта – це споживчий аспект. Оскільки вимоги до характеристик того або іншого об'єкта можуть бути різноманітними, остільки якість буде оцінюватися споживачами, особливо різних сегментів, по-різному. Отже, з економічної точки зору важливо знати, наскільки якість відповідає потребі. При цьому не всяка висока якість може бути благом, тобто між технічним й економічним розумінням якості є протиріччя. Воно носить діалектичний характер й обумовлюється взаємозв'язком виробництва й споживання об'єктів. Виходячи із цього, представляється доцільним прагнути досягти взаємоузгодження цих вимог. При системному перегляді та встановленні стандартів повинні негайно враховуватися споживчі вимоги [1].

Питання якості послуг, що надаються постає і при їх безпосередньому наданні замовнику. Ця умова входить у склад основного надання з боку послугодавця (виконавця послуги), що полягає у вчиненні дії з надання послуги. Іншими словами, вона визначає корисність послуги, яку надають. Споживача задовольняє надання не будь-якої за якістю послуги. Не якісна послуга не містить користі для споживача, як і неякісний товар. Іншими словами, споживання останньої не призводить до очікуваного результату і не задовольняє інтереси споживача [12, с. 57].

На даний момент, не існує чіткого визначення що являє собою коворкінг. Він може поєднувати в собі багато різнонаправлених рис від громадського простору, до закладів ресторанного господарства. Але дана форма діяльності існує і доцільним є дати визначення поняттю «громадський заклад».

За́клад – синонім слова [установа](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0). Термін може позначати широке коло понять: освітню, лікувальну, наукову організацію чи підприємство; бюджетну організацію; приміщення, де надаються послуги чи знаходиться якась підпорядкована (чи бюджетна) організація [6].

Установа – Організація, що забезпечує виконання функцій держави в соціальній, культурній та інших невиробничих сферах або безпосередньо здійснює господарську, соціально-культурну чи іншу діяльність у сфері послуг, (Установи науки, освіти, культури, охорони здоров'я, побуту, послуг; фінансів і банківських установ та ін.). Установа є самостійною структурою з визначеним штатом службовців. її очолює дирекція (адміністрація), що відає у межах наданих їй прав певною галуззю адміністративного управління, господарювання, культури тощо. Установи діють на підставі загального для всіх установ даного типу (виду) положення або статуту. Працівники установ зв'язані відносинами державної служби як у самій установі, так і у взаємовідносинах з іншими установами, підприємствами, організаціями і державними органами. Установу очолює адміністрація, до складу якої входять керівник (директор, завідувач, голова, начальник тощо), його заступники, відповідальні працівники та інші співробітники. Установа складається зі структур, одиниць (підрозділів): управлінь (департаментів), відділів, секторів, груп та інше.

За здійснюваними функціями і джерелами фінансування та майновою базою установи поділяються на державні й недержавні (громадські), бюджетні й небюджетні. До державних належать установи утворені органами державної влади і місцевого самоврядування. Вони функціонують на базі державної або комунальної власності й фінансуються відповідно з державного або місцевого бюджету. До громадських належать установи, утворені громадськими (в тому числі кооперативними) організаціями.

Вони функціонують на базі майна цих організацій і фінансуються засновником або коштом інших джерел, у тому числі власним. Бюджетною вважається установа, яка одержує всі необхідні для своїх витрат кошти з державного або місцевого бюджету. В Україні до таких установ належать органи державної влади і управління, органи прокуратури, суду, більшість соціально-культурних і наукових організацій (навчальні заклади, музеї, театри тощо), установи охорони здоров'я, органи силових структур (армії, міліції, служби безпеки) та інше.

За характером діяльності установи бувають адміністративними (наприклад, військові відомства, міліція, органи виконання покарань), соціально-культурними (наприклад, освітні й лікувальні заклади) та організаційно-господарськими (наприклад, асоціації). Залежно від підпорядкованості та обсягу (масштабів) діяльності розрізняють установи загальнонаціональні (загальнодержавні) та установи місцевого значення (підпорядкування). Окрему групу становлять фінансові та банківські установи, які є основною складовою фінансово-кредитної системи України, організаціями, що здійснюють операції з фінансовими ресурсами і регулюють фінансову та банківську діяльність [10].

У підрозділі 1.1. дипломною роботи традиційно були розкриті поняття, які є ключовими для розуміння проблеми. Уточнено головні поняття роботи, а саме, що таке «коворкінг». Узагальнюючи це поняття, можна сказати що коворкінг – це приміщення, в я кому створені всі умови для комфортної роботи людей творчої та технічної направленості. Наступним було розкрито поняття «послуги». Розкрита його правова сторона, та охарактеризований той аспект, який відповідає потребам дипломної роботи. Не менш важливим поняттям є «громадський заклад» воно є багатогранним та поєднує в собі низку різних признаків, які притаманні широкому колу типових один до одного закладів, як державних так і приватних. Але основна спільна характеристика яка притаманна всім громадським закладам є цілеспрямована взаємодія з людьми в рамках закладу. Одним з головних понять дипломної роботи є поняття «якості», також була опрацьована правова сторона цього питання. Проте виникає питання суб’єктивного сприйняття поняття якості, та що означає якість послуг в коворкінгу, що саме повинно входити та якими критеріями вимірюватись.

**1.2. Стан дослідження проблеми діяльності коворкінгу**

Сучасні медіа та інформаційні технології (IT) сприяють формуванню нових соціальних спільнот, соціальних просторів, трансформуючи сформовані раніше соціальні відносини і соціальну структуру. З'являються нові форми соціальної взаємодії, специфічні територіальні та просторові формування, по-іншому конструюється робочий простір.

Коворкінг – це сучасна структура, яка з’явилась лише в середині двохтисячних років. Тема є дуже новою та малодослідженою як в Україні, так і в цілому світі. Можна виділити, що майже всі статті мають оглядовий, загальний характер, які мають на меті познайомити читача з цим явищем.

Як новий соціальний феномен ковокрінг не може не викликати певного дослідницького інтересу зарубіжних та вітчизняних вчених різних категорій научного знання. Треба відмітити, що перші дослідження, присвячені коворкінгу, були зроблені сама зарубіжними авторами.

Серед авторів можна виділити, наприклад професора Anil Gupta, який в своїй роботі «The Co-Working space concept» [38] досліджує концепцію робочого простору, на конкретних прикладах працюючих коворкінгах. Аналізує профіль учасників, а також послуги, що пропонуються. Показує що така концепція організації робочого простору має багато переваг перед класичними формами робочих місць.

У своїй роботі представляє коментарі та свідоцтва підприємців, власників коворкінгів та орендарів робочих місць – фрілансерів. Намагається всебічно розглянути феномен коворкінгу та показати як хороші, так і погані сторони цього виду діяльності.

В роботі: «Coworking: A Transdisciplinary Overview», Julian Waters-Lynch, Jason Potts, Tim Butcher, Jago Dodson, Joe Hurley [47], надали огляд феномена коворкінгу для широкої академічної аудиторії. В статті стверджується, що коворкінг – це складне соціальне явище, яке можна відрізнити від інших просторових концепцій, пов'язаних з роботою, навчанням і соціальними взаємодіями. У статті дається історичний звіт про походження коворкінгу і дається огляд існуючої наукової і популярної літератури, пропонуючи теоретичне відмінність між коворкінг-просторами і обслуговуються офісами, яке залежить від ступеня соціальної співпраці і важливості місця розташування і можливостей офісного середовища. Представлений огляд останніх даних про кількість і розташування коворкінг-майданчиків по всьому світу, включаючи кілька прикладів, які демонструють просторовий розподіл коворкінг-майданчиків в містах. Також надаються деякі дані про типові профілі коворкінгу. Нарешті, в документі пропонуються деякі подальші напрямки досліджень, пов'язуючи відповідну існуючу теорію з ключовими питаннями в областях економічної географії, економіки міського планування і організаційних досліджень.

Великим попитом серед вітчизняних та російських дослідників тематики користується робота С.Бабич та В.Пархоменка «Коворкинг: концепция и перспективы» [15]. У статті вчені розглядають модель організації робочого процессу – коворкінг. проаналізовані її основні переваги та недоліки, географічна поширеність, популярність в професійних співтовариствах. Наведено короткий огляд та порівняння коворкінгу з деякими схожими формами: міні-офісом, інкубатором, акселератором, технопарком, бізнес-каталізатором, коллабораторіумом. Зібрані кращі практики відкриття успішного коворкінг-простору на території Росії. Описано математичні моделі, економічні передумови для вибору найбільш оптимальної і ефективної форми організації робочого процесу.

Важливим аспектом дослідження, без якого не було коворкінгів та потреби в них, є фрілансери. Адже саме на них, та для них створений та орієнтовано ринок коворкінгів. В статті О.А. Грішнова, O.O. Савченко «Фріланс: нові можливості і проблеми реалізації трудового потенціалу» [3]. Досліджуються питання умов реалізації трудового потенціалу працівника-фрілансера, особливості та специфічні проблеми дистанційної зайнятості.

Описано комплекс рекомендацій щодо покращення умов здійснення фрілансу в Україні загалом, запропоновано конкретні заходи по зменшенню негативних аспектів нетрадиційної зайнятості для окремого працівника. Комплексно оцінено сучасні умови реалізації трудового потенціалу працівника-фрілансера, досліджено специфічні проблеми дистанційної роботи та розроблено комплекс рекомендацій, спрямованих на покращення умов здійснення фрілансу в Україні загалом.

Також тему фрілансу розкривають Рекун Г.П., Богуш А.С., Ключка А.Ю., у статті «Інститут позаштатної зайнятості в сучасній моделі ринку праці України» досліджено зміни, що відбуваються на ринку праці в частині появи нових форм зайнятості, зокрема, фрілансу. Проаналізовано основні чинники, що створюють передумови появи інституту фрілансу в Україні, а також стан його розвитку. Визначено основні рушійні інтереси розвитку інституту фрілансу з боку замовника та фрілансера. Виділено основні переваги та недоліки інституту фрілансу для працівників та замовників. Надано пропозиції щодо удосконалення умов розвитку інституту фрілансу [9].

В статті «Институционализация новых форм социального взаимодействия: пространство коворкинга» М.Б. Полтавської, коворкінг розглядається як одна з нових форм соціальної взаємодії, простежується історія становлення та інституціоналізація коворкінг-спільнот. Коворкінг аналізується як простір, призначене для спільної роботи, а також як спільнота, що сприяє професійному зростанню фрілансерів, підприємців-новаторів і всіх, хто є незалежними працівниками [10].

Враховуючи зростаючий попит на послуги коворкінгів, у співавторстві Матвиенко К.М., Куталов В.А., Киселёв К.А. Була написана стаття на тему: «Коворкинги: особенности и перспективы развития рынка». Стаття присвячена вивченню сегмента коворкінгів як повноправного гравця ринку нерухомості. Розглянуто динаміку розвитку коворкінгів з моменту їх виникнення в 2005 році. Проаналізовано і показана роль коворкінг-центрів у розвитку бізнесу, фрілансерів, а також показано вплив даного сегмента на орендодавців класичних офісів [21].

Серед вітчизняних дослідників можна відмітити працю: «Коворкинг: возможности и преграды» Швед В.В. В статті розглянуто ключові аспекти коворкінгу через аналіз ключових переваг та недоліків даного явища. Аналізується схожість концепції відкритого простору та моделі коворкінгу. Розглядаються питання розвитку моделі коворкінгу через напрямки міні-офісів та анти-кафе, визначаються їх основні характеристики. Доводиться можливість використання моделі коворкінгу та її складових елементів у сучасному інституціоналізованому бізнесі [28].

В статті Христини Снігур «Коворкінг: переваги та недоліки в організації робочих місць» Досліджено організацію та функціонування коворкінг-просторів. Зазначено повільність розповсюдження такої форми організації робочого процесу, на відміну від США та Європи. Розглянуто коворкінг як одну з інноваційних форм взаємодії управлінців та підлеглих в межах організації, простежено історію становлення та інституціоналізацію даного поняття.

Визначено, що коворкінг сприяє розвитку стартап-культури, яка будується або на основі нових інноваційних ідей, або технологій, які щойно з’явилися, надаючи не тільки всю необхідну інфраструктуру для розвитку нового проекту і створюючи певну творчу атмосферу, а й формуючи креативне співтовариство, члени якого можуть увійти в новий стартап-проект.

Обґрунтовано приналежність коворкінгу до системи інноваційної інфраструктури в системі управлінням персоналом на основі порівняння функцій її елементів і характеристик, аналізу взаємовідносин учасників і організаторів, обґрунтування принципів формування внутрішнього середовища коворкінгу.

Розглянуто поняття “коворкінг” у трьох різних аспектах: спільної оренди офісного приміщення з метою зручності роботи незалежних працівників різної сфери діяльності; як модель організації робочого простору, який максимально комфортно укомплектовано для ведення підприємницької діяльності вільних і незалежних учасників; як принцип організації робочого простору, який дозволяє незалежним і вільним учасникам максимально комфортно і з найбільшою ефективністю вести свою діяльність за рахунок гнучкої комбінації послуг та грамотно організованого робочого мікроклімату, що стимулює обмін думками і генерацію нових ідей за допомогою взаємодії між учасниками і певної політики організаторів. Охарактеризовано коворкінг, його відмінні властивості від звичайного, звичного виду підприємницької чи іншої діяльності. Наведено як позитивні, так і негативні риси даного виду діяльності. Розкрито необхідність роботи в центрах коворкінгу в період кризи з метою економії коштів [10].

Також потрібно відмітити ряд інтернет-ресурсів присвячених темі коворкінгів. Одним з найбільших ресурсів є сайт Deskmag, в ньому публікують новини пов’язані з коворкінгами, дослідження, статті. Він є найбільшим ресурсом з подібною інформацією [32]. Серед вітчизняних ресурсів можна відмітити сайти coworking.net.ua та coworking.com.ua [17]. Перевага цих сайтів в тому, що в них є списки коворкінгів України та короткий опис всіх послуг та ціни. Надають широкий вибір коворкінгів та репрезентують стан розвитку цього виду діяльності в Укранїі.

Доцільним буде згадати також стан розробки проблеми якості та оцінки параметрів та властивостей діяльності у сфері послуг.

У статті Артюхової І.В. «Дослідження тлумачення поняття «якість» як економічної категорії» розглядається термін якості з рахунком його вживання в деяких аспектах. Поняття якості розглядала Ганущак-Єфіменко в статті «Система управління якістю послуг» та розглядався контроль проблем, що виникають у процесі надання послуг та управління якістю на підприємствах. Обґрунтовано важливість вибору для кожної організації переліку основних показників якості послуг, методів їх оцінки та особливості забезпечення послуг в взаємодії з системою контролю та власне управління ними.

Дослідження відносин у сфері послуг, сервісних підприємствах та менеджменту в них здійснювали такі зарубіжні та українські вчені, як Т.Д. Бурменко, О.Б. Моргулець, В.І. Куценко та інші. Наступні науковці та автори наукових праць: Е.С. Аскаров, Р.П. Валевич, І.І. Мазур, А.І. Момот, Є.В. Фрейдіна, Дж. Харрінгтон, А.Д. Шадрін – приділили свою увагу контролю й управлінню якістю послуг. [2]

 Незважаючи на появу певного інтересу до даного феномену, на сьогоднішній день коворкінг як самостійна галузь дослідження все ще залишається на периферії активного соціологічного дискурсу. Потрібно відмітити, що в сучасних українських реаліях, зі зростанням кількості найманих працівників фрілансерів, тема коворкінгів залишилась поза увагою науковців та дослідників. Хоча являє собою дуже актуальну та перспективну тему для наукових досліджень не тільки загального характеру, а й більш детального та сегментного дослідження. Тим часом на окрему увагу заслуговує питання виявлення сутності цього явища, яке, на перший погляд, не представляється проблематичним, проте при більш детальному зануренні в тему викликає безліч питань. Зарубіжні науковці своїми дослідженнями показують тенденції до розвитку та закріплення в суспільстві такого явища як фріланс та коворкінги. Коворкінг є новим соціальним співтовариством, в якому учасники відчувають свою приналежність до нього. Коворкінг можна інтерпретувати як нову форму соціальної взаємодії, та як спосіб організації праці.

**1.3. Принципи та методи дослідження якості надання послуг в громадських закладах коворкінгу**

Вивчення якості надання послуг в громадських закладах типу коворкінг вимагає визначення принципів та методів дослідження цього соціального феномену.

До основних принципів дослідження соціальних явищ і процесів відносять такі:

– принцип об’єктивності означає, що дослідження повинно бути максимально збережене від впливу сторонніх чинників, які можуть зіпсувати або викривити данні на виході дослідження. На перебіг та виконання дослідження не повинні впливати суб’єктивні погляди на перебіг подій дослідника; його переконання, вподобання або навпаки, власний настрій чи стан. На жаль, дуже важко зберегти дослідження від стороннього впливу, а данні від суб’єктивних суджень.

– Принципи розвитку й історизму дозволяютьподивитись на проблему, на те, як її вивчали раніше, на аспекти формування та протікання дослідження. Завдяки цим принципам ми можемо зробити правильні кроки в дослідженні та не робити помилок в обробці інформації, яку вивчаємо. У межах історичного принципу активно застосовується порівняльно-історичний підхід – сукупність пізнавальних засобів, завдяки яким ми можемо спостерігати процеси виникнення і становлення того явища, яке ми взялися досліджувати і розглядати як наукову проблему.

Оскільки коворкінг за своєю соціальною природою відноситься до сфери послуг, то для його вивчення доцільно використати принципи, що використовуються для дослідження сфери послуг. Серед них необхідно виділити такі:

1. Принцип біхевіоризму, тобто зв’язок реакції, що формує поведінку людини на виникаючі подразники або взаємодія в рамках надання послуг.

2. Принцип символічного інтеракціонізму полягає в обміні символами в процесі надання послуг, що формують комунікативну взаємодію.

3. Принцип феноменалізму проявляється в тому, що в процесі отримання послуг формуються трудова, інтелектуальна, творча взаємодія, що характеризує комунікацію в коворкінгу.

4. Принцип детермінізму виявляється в тому, що комунікаційне середовище коворкінга заохочує розвиток потреб індивіда в пізнавальній діяльності що, в свою чергу формує нові комунікативні звя’зків.

З точки зору територіально та соціальної

Кожен з напрямків зробив свій внесок в розробку методології. Розуміти процеси, які відбуваються та чому вони виникають. До таких методів можна віднести: діалектичний, історичний, діяльнісний, або функціональний, структурно-системний, пізнавальний і принцип цілісності.

Оскільки коворкінг це соціальний простір, всі перелічені принципи допомагають розібрати явище взаємодії суб’єктів в рамках закладу, зрозуміти виникнення такої форми організації суспільства та соціальних груп. Розібрати та дослідити кожен конкретний аспект взаємодії

Вчені виділяють низку значень які характеризують таке явище як «метод дослідження». Але щоб більш детальніше розібрати значення цього поняття спочатку потрібно визначити значення поняття «метод». Деякі словники щодо поняття «метод» дають такі пояснення: (від грець. methodos – шлях, спосіб пізнання, дослідження) спосіб досягнення певної мети, набір прийомів або операцій практичного або теоретичного досягнення певної поставленої цілі. Метод як явище, являє собою шлях пізнання, за допомогою котрого дослідник досягає поставленої перед ним задачі, керуючись сформованою раніше в рамках дослідження гіпотезою.

Вчені виділили декілька тлумачень поняття «метод дослідження». За підходом Г. Рузавіна [23], метод пізнання, або метод дослідження – певний особливий процес, який формується з дій, завдяки яким з’являється й обґрунтовується нове знання в науці. Під методами дослідження розуміють варіанти вирішення науково-технічних завдань, тобто те, завдяки чому і відбувається наукове дослідження.

В зв’язку з багатогранністю поняття, єдиної класифікації методів дослідження не існує, але вчені виділяють основні класи за якими прийнято поділяти методи дослідження: за рівнем пізнання – практичні й теоретичні, тобто такі методи які виконуються безпосередньо вченими в полі або підготовленому місці, або теоретичні, ті які розробляються вченими лише на папері; за точністю припущень – ймовірнісно-статистичні; від конкретної області дослідження – фізичні, біологічні, соціальні, технічні. Методів дослідження пропорційно багато, як і нових досліджень, всі вони різні та виконують ті чи інші поставленні на них функції в залежності від рівня, стану та низки інших факторів, які характеризують дослідження.

Але, узагальнюючи весь спектр відомих нам методів дослідження, їх прийнято поділяти на загальнонаукові (тобто ті, які можуть бути використані в емпіричному та теоретичному дослідженні) і спеціальні, ті які застосовуються тільки в конкретних галузях науки. Не зважаючи на поділ та класифікацію методів, всі вони можуть застосовуватись в різних аспектах того чи іншого дослідження, якщо така комбінація потрібна та виправдана. Загальнонаукові методи дослідження прийнято поділяти на такі групи: методи емпіричного дослідження (це методи які потрібно проводити «у полі» та приймати безпосередню участь, до таких методів відносять: спостереження, порівняння, вимір, експеримент,); методи теоретичного дослідження (сходження від абстрактного до конкретного, ідеалізація, уявний експеримент, формалізація, аксіоматичний метод або дедуктивно-аксіоматичний); Також методи, використання яких можливе як на практичному, так і на теоретичному рівні дослідження, так звані загальні методи (абстрагування й конкретизація, аналіз, синтез, індукція, дедукція, абдукція, моделювання, аналогія, історичний і логічний методи).

Загальнонаукові методи використані під час роботи над вибраною темою допомагають розібрати, опрацювати та зрозуміти багатогранне соціальне явище інституціоналізації коворкінгів. Кожен розділ поетапно розкриває зміст поняття коворкінгу та допомагає дослідити це поняття.

Кожен з напрямків зробив свій внесок в розробку методології. Розуміти процеси, які відбуваються та чому вони виникають. До таких методів можна віднести: діалектичний, історичний, діяльнісний, або функціональний, структурно-системний, пізнавальний і принцип цілісності.

Окрім методів, не менш значущою частиною в науковому дослідженні виступають принципи. Вони дають змогу цілісно розкрити аспекти які вивчаються.

У підрозділі 1.3. наведені принципи та методи дослідження допомагають зрозуміти та розкрити поняття якості надання послуг в коворкінгах. Розкрити історичні аспекти та передумови формування цього явища, що стало причиною виникнення потреби в інституціоналізації нових форм просторових взаємодій. Проаналізувати стан сучасних напрацювань вчених та дослідників, та зрозуміти відношення сучасної науки то нового явища, яке стрімко розвивається та стає нормою сучасного життя. Методи дедукції та індукції допомогли розібрати та дослідити знання та поняття які існують та відносяться до тематики що досліджується, та зібрати до купи різні фактори для відображення загальної суті поняття коворкінг. Практичний метод дослідження допоміг дослідити та перевірити поставлені гіпотези та рівень взаємодії та комунікації серед експертів в коворкінгу, що саме їх приваблює в типових закладах. Без принципів та медодів наукового дослідження було б неможливим опрацювання вибраної теми. Вони допомогли повністю дослідити поставлені питання та вирішити задачі наукового пізнання.

У першому розділі дипломної роботи були розібрані ключові поняття, узагальнені деякі терміни для зручності в подальшій роботі. Розібрані наукові роботи присвячені коворкінгу. Коворкінг – це сучасна структура, яка з’явилась лише в середині двохтисячних років. Тема є дуже новою та малодослідженою як в Україні, так і в цілому світі. Було виділено, що майже всі статті мають оглядовий, загальний характер, та мають на меті познайомити читача з цим явищем. Як новий соціальний феномен ковокрінг викликає певний дослідницький інтересу зарубіжних та вітчизняних вчених різних категорій научного знання. Треба відмітити, що перші дослідження, присвячені коворкінгу, були зроблені сама зарубіжними авторами. Потрібно відмітити, що в сучасних українських реаліях, зі зростанням кількості найманих працівників фрілансерів, тема коворкінгів залишилась поза увагою науковців та дослідників. Хоча являє собою дуже актуальну та перспективну тему для наукових досліджень не тільки загального характеру, а й більш детального та сегментного дослідження. Обгрунтовано принципи та методи наукового дослідження, що допомагають зрозуміти та розкрити поняття якості надання послуг в коворкінгах. Розкрити історичні аспекти та передумови формування цього явища, що стало причиною виникнення потреби в інституціоналізації нових форм просторових взаємодій. Загальнонаукові методи використані під час роботи над вибраною темою допомогли розібрати, опрацювати та зрозуміти багатогранне соціальне явище інституціоналізації коворкінгів.

**Розділ 2**

**Теоретичні засади дослідження якості надання послуг в громадськИХ закладАХ коворкінгУ**

**2.1. Коворкінг як модель організації робочого місця**

Хоча така форма організації робочого простору як коворкінг зародилась в 2005 році в США, а до України дібралась лише у 2009 році, схожі форми були відомі задовго до цього по всьому світі. Для більш детального розуміння природи коворкінгу, які проблеми та виклики вони призвані вирішувати, потрібно заглянути в історію.

Складність визначення коворкінгу виникає через дуальність, яка закладена в практиці таких закладів. З одного боку, коворкінг – це організація, в якій працюють приватні особи та інші організації. Не дивно, що це призводить до широкого зміни того, що є визначальною характеристикою коворкінгу. Ми могли б розрізняти два типу або конфігурації коворкінгів. Однією з них є модель «Хороші партнери», яка підкреслює спільну роботу своїх членів над спільними проектами. Другий – модель «Добрі сусіди», в якій учасники «працюють разом, проте поодинці», але працюють в співтоваристві в коворкінг-просторі. У першому випадку співтовариство народжується з спільної роботи, а в другому випадку співпраця є результатом свідомих зусиль менеджерів коворкінгу і учасників по створенню спільноти, діяльність, яка є окремою від їх роботи.

Ця різниця відповідає більш ранній класифікації коворкінгів в трьох моделях: моделі франшизи, кооперації і спільноти [42], яка залишається дуже корисною в тому сенсі, що можна побудувати континуум з моделі франшизи, заснованої на особистому інтересі і мотивацією прибутку до моделі співпраці, що розглядає коворкінг як робоче співтовариство, яке може сприяти збагаченню ділових мереж та виконання роботи, до моделі соціальної групи, в якій створення спільноти вважається ключовою метою, а співпраця, пов'язана з роботою, є результатом, а не причиною цього.

З одного боку, деякі автори підкреслюють інструментальне вимірювання коворкінгу, підкреслюючи можливості для контактів, співпраці, розширення мереж і обміну інформацією. Таким чином, Кенлайн [40] проаналізувала коворкінг як екосистему і визначила його як «засновану на співтоваристві соціокультурну екосистему обміну, в якій мережа людей об'єднана спільними соціальними мережами і загальними ресурсами». Її визначення вказує, що коворкінг – це не просто фізичний простір, що використовується людьми в якості свого робочого місця, але система, в якій «соціальні мережі і ресурси пов'язані один з одним, утворюючи спільну економіку». Також Тадаші Уда [46]стверджує, що коворкінг означає «способи роботи, при яких фрілансери, дрібні підприємці або члени організацій, які мають окрему роботу, мають спільне робоче місце і гнучкість і співпрацюють в обставинах, що склалися, взаємодіючи один з одним ».

З іншого боку, коворкінг тісно пов'язаний з спільнотою. Етнографічні дослідження і тематичні дослідження коворкінг-просторів часто описують свідомі зусилля учасників підтримувати типи взаємин, які вони пов'язують з спільнотою. В описі коворкінгу практикуючими фахівцями використовуються такі терміни: доброзичливий, веселий, творчий, надихаючий, продуктивний, відкритий, вільний, товариський. Можливо, найбільш чітке визначення «коворкінг як спільнота» можна знайти на одній з веб-платформ, де коворкінг визначається як: «глобальне співтовариство людей, з цінностям співпраці, відкритості спільноти, доступності та стабільності своєї роботи».

Концепція спільноти дуже важлива для існування коворкінгів тому, необхідно приділяти більш пильну увагу до неї. Опираючись на соціологію, спільнота складається з чотирьох основних компонентів: функціонального, структурного, культурного і територіального.

Функціональний компонент включає соціальний, економічний і емоційний обмін, вбудований в одну і ту ж соціальну мережу.

Структурний компонент передбачає повторну взаємодію між обмеженим набором учасників, які формують стійкі моделі взаємин і забезпечують організаційну основу для спільноти.

Культурний компонент заснований на спільних цінностях, символах і переконаннях, які формують колективну ідентичність і емоційне відчуття приналежності.

Територіальний компонент забезпечує загальне середовище проживання для спільноти. Громада – це найменша територіальна група, яка може охопити всі аспекти суспільного життя. У психологічному плані вона забезпечує своїм членам почуття спільності, яке, складається з емоційного зв'язку, членства, інтеграції та впливу. Учасники сприймають членство як взаємне почуття приналежності до групи і готові ділитися ресурсами з її членами через їх емоційний зв'язок з групою. Вони вважають, що можуть реалізувати свої потреби в групі (інтеграції), беручи участь в її діяльності та прийнятті рішень.

Поняття спільноти коворкінгу має мало спільного з традиційним співтовариством і набуло нового значення. Спільнота в коворкінг-просторах демонструє такі особливості, як обмін, приналежність, взаємність і довіру. Але також має на увазі відкритість для нових людей, нових ідей, інновацій та інших спільнот.

Інтеграція та комунікація спільноти заснована не на однаковості його членів, а на відмінності між людьми з різними навичками і знаннями, які готові ділитися і співпрацювати. І це не пригнічує індивідуальність і свободу вираження, але відзначає неоднорідність своїх членів.

В загалом, співтовариство, яке процвітає в коворкінгах, спирається на сучасні, а не традиційні структури, які надають йому новий характер і значення. Щоб запобігти подальшому непорозуміння, ми пропонуємо назвати спільноту працівників спільнотою праці. Визначальною рисою такої спільноти є те, що соціальні відносини організовані так, щоб підтримувати індивідуальність в його/її прагненні до творчого самовираження. І така спільнота використовує культуру спільного використання, щоб забезпечити виробничу систему коворкінгу своїм найважливішим ресурсом, а саме безкоштовною інформацією. Громадський тип організації праці і культура співпраці є двома найбільш важливими умовами для виконання роботи творчими особистостями. Таким чином, співтовариство – це комунікаційна мережа, ретельно спроектована і підтримувана колегами-керівниками для того, щоб реалізувати найважливіший ресурс робочого творчого класу, тобто необмежений потік інформації.

Традиційні спільноти підтримують солідарність, встановлюючи жорсткі межі із зовнішнім світом, і їх кінцевою метою є увічнення самого співтовариства. На відміну від цього співтовариство працівників прагне створити глобальну мережу співпраці з метою необмеженої інформації.

Спільнота праці – це продукт, який обіцяє людям увійти в культуру обміну і отримувати вигоду з необмеженого обміну ідеями, знаннями та інформацією. У цьому світлі цінність солідарності, відданості, взаємності та довіри, які пов'язані з співтовариством [1], насправді є організаційними засобами для необмеженого обміну. Довіра важлива для обміну інформацією, знаннями та порадами між членами. Солідарність і взаємність є основою для обміну матеріальними ресурсами, включаючи час, який учасники готові присвятити, щоб допомогти своїм членам у вирішенні їх проблем і підтримувати саме співтовариство. А прихильність групі дає впевненість учасникам в тому, що група, в яку вони вкладають гроші, буде мати постійність.

Ці функції, що надаються активним спільнотою, є ключовими структурними стовпами творчої співпраці, яке також є основною причиною приєднання до коворкінг-простору. Тільки створивши співтовариство, члени спільноти коворкінгу можуть розраховувати на безперешкодний доступ до творчих ідей, допомогу і підтримку інших членів спільноти коворкінгу. Спільний простір без спільноти може не забезпечити ключових компонентів творчої співпраці, а саме культури обміну. Тепер ми можемо розглянути чому саме коворкінги приваблюють фрілансерів. Відповідь полягає в особливій комбінації роботи і спільноти, яка до недавнього часу здавалася неможливою для розуміння.

Раніше робота виконувалася в основному у великих бюрократичних апаратах, які придушували інновації і творчість. Спільнота була винятковою областю приватного життя, де соціальні зв'язки пропонують емоційну підтримку і теплий відхід від конкурентного зовнішнього світу, але також душать інновації та креативність. Це поєднання роботи і сучасної версії спільноти, привабливою для креативного класу. Результатом його комбінації є цілісність праці, яка об'єднує, а не відокремлює раціональний, конкурентний світ праці з ефективною підтримкою соціальних відносин.

Швидке зростання кількості людей, які використовують різні коворкінги щодня, щотижня або щомісяця, пояснюється різноманітністю нових видів коворкінгів, що з'явилися за останні кілька років. Вони можуть бути засновані на співтоваристві та співпраці та, таким чином, розумітися як робочі простори спільнот або просто пропонувати своїм членам тільки робоче місце з усім необхідним обладнанням – щось на зразок майже забутої моделі інтернет-кафе. Ігнасіас Капдевіла [29] в своєму підході до визначення типології коворкінг-просторів, заснованих на спільнотах, або локалізованих просторів спільних інновацій, визначає три основні характеристики: вони відкриті для широкої публіки; вони колективно домовилися і визначили фокус і цілі з членами спільноти і діляться інформацією, інструментами та іншими ресурсами між учасниками. Також доцільним додатково встановити характеристики, які можуть диференціювати коворкінг-простори між собою – як простір з гетерогенною або однорідною спільнотою.

Перші коворкінги мали тенденцію бути відкритими для окремих осіб (або груп людей) з будь-якої сфери діяльності, починаючи з програмістів, архітекторів і дизайнерів і закінчуючи фахівцями з маркетингу, економістами і соціальними працівниками, створюючи таким чином гетерогенний комплекс.

В коворкінгу можна знайти риси і роботи на дому, і офісної діяльності. Центри, як правило, обладнують необхідними для відпочинку меблями, інтернетом, кулерами з водою і кавовими машинами. Тут є і переговорні кімнати. Візуально таке приміщення нагадує офіс, однак працюють в ньому люди, які не залежать один від одного, а їх діяльність не впливає на коворкінг-центр. Це означає, що відвідування подібного простору для спільної роботи не є обов'язковим: тут знаходяться тільки люди здатні платити оренду.

Слід зазначити, що коворкінг може розглядатися в трьох різних аспектах:

1) спільна оренда офісного приміщення з метою зручності роботи фрілансерів різної сфери діяльності;

2) модель організації робочого простору, яке максимально комфортно укомплектовано для ведення підприємницької діяльності вільних і незалежних учасників;

3) принцип організації робочого простору, який дозволяє незалежним і вільним учасникам максимально комфортно і з найбільшою ефективністю вести свою діяльність за рахунок гнучкої комбінації послуг та грамотно організованого робочого мікроклімату, що стимулює обмін думками і генерацію нових ідей за допомогою взаємодії між учасниками і певної політики організаторів.

Набір мінімальних вимог до обладнання коворкінг-центру виглядає таким чином: обладнане робоче місце, переговорні кімнати, конференц-зали (з обладнанням для презентацій), приміщення для прийому їжі з необхідним та мінімальним набором устаткування, але достатнім набором продуктів для проведення кави-брейк. Окрім того, коворкінг-центри для своїх відвідувачів можуть пропонувати такі послуги, як: бухгалтерське і юридичне обслуговування, аудит, просування продукту, супровід і розвиток проектів.

В коворкінг-центрах можна знайти дизайнерів, перекладачів, програмістів, співробітників модельних агентств, творчих працівників – письменників, художників, поетів, музикантів та інших. Тобто всіх тих, хто не може знайти вдома необхідне усамітнення для плідної праці. Робоча атмосфера коворкінг-центрів не має на увазі шуму і прив'язки до конкретного роботодавця. Приміщення має також кімнати відпочинку, конференц-зали, кімнати для особистих і телефонних зустрічей і навіть спортивні зали, тому свою діяльність ви зможете організувати в будь-якому зручному для вас місці.

Існують різні види коворкінг-центрів.

Офісний і виробничий. Найпопулярніший вид, він не вимагає спеціального обладнання і великих енерговитрат. Все, що потрібно: приміщення, офісна техніка, меблі, інтернет, – можуть бути корисні бізнесменам, керівникам фірм і менеджерам.

Основний простір таких коворкінг-центрів зазвичай доповнюється кімнатами відпочинку, конференц-залами, приміщеннями для телефонних переговорів і особистих зустрічей. Центри для виробничої та офісної діяльності нерідко стають місцем служби фахівців великих компаній, які наймаються для виконання разових проектів. Це дозволяє заощадити на організації додаткових робочих місць. Створення такого бізнес-центру для коворкінгу можна вважати досить простим процесом. Витрати на організацію мінімальні, а вартість складається з оплати за години, тижні або місяці оренди.

Творчий коворкінг. Коворкінг-центри творчого напряму. Це молодіжний коворкінг-центр, який припаде до душі представникам творчих професій: художникам, поетам, музикантам, письменникам. Тут збираються ті, хто хоче знайти однодумців для спілкування. Затишний куточок знайдеться і для людей, до яких натхнення приходить тільки в самоті. Відкриті handemade-майстерні – пошивний коворкінг. У подібних майстерень можна знайти як обладнання, так і матеріали – тканини, папір, фурнітуру, дерево і скло.

Ремісничий коворкінг. Новий напрямок бізнесу. Центри є повноцінними цехами, де за орендну плату можна створити шедевр з будь-якого матеріалу. Ремісничі коворкінг-центри – відмінний варіант для тих, у кого немає можливості організувати досить простору майстерню. Так само ремісничі майстерні використовуються для організації майстер-класів і навчальних курсів. Існують кілька різновидів ремісничих коворкінг-центрів, кожна зі своєю специфікою: дизайнерські, кравецькі, столярні майстерні та інші.

Дитячі коворкінг-центри – це досить рідкісне, але перспективне явище в Росії. На Заході цей симбіоз дитячого садка і центру дитячої творчості вельми поширений.

Переваги і недоліки. Коворкінг має як сильні так і слабкі сторони.

Переваги коворкінгу:

– Соціалізація і нетворкінг. Спільний офіс допомагає заводити нові бізнес контакти, є місцем, де відбувається постійний обмін ідеями і досвідом.

– Комунікабельність необхідна для успіху, вміння спілкуватися з людьми і будувати взаємовідносини.

– Соціалізація постає як один з основних плюсів коворкінгу, який покриває не тільки комунікації, а й дозволяє розвивати мозок в інших напрямках, тих які «перестали бути потрібні».

– Робоча обстановка в порівнянні з будинком допомагає зосередитися на ділі і мінімізувати відволікаючі фактори. Робота в офісі підвищить вашу продуктивність.

– Професійний розвиток, якому сприяють освітні програми, конференції та різні зустрічі, організовані коворкінг-просторами.

– Нетворкінг – набуття корисних зв'язків і контактів, що сприяють у вирішенні різних завдань і питань. Можливість зібрати команду для роботи над великим проектом і знайти менторську допомогу.

– Загальна ефективність. Ефект синергії дозволяє значно підвищувати ефективність комунікацій і спільної розробки.

До недоліків коворгінга можна віднести:

– Орендна плата: робота вдома дуже економить час.

– Перебуваючи в коворкінг-центрі, неминуче виникає спілкування з різними людьми, що нерідко відволікає від справ. Важливо зосередитися і намагатися витрачати час тільки на корисні контакти.

– Безпека. Важливо пам'ятати про безпеку своїх особистих речей в громадському місці.

– Оплата проїзду до офісу. Фрілансер, що працює на дому, дуже економить на транспортних витратах. Найвигідніше розташовувати коворкінг-центри в центральній частині міста, де є зручна транспортна розв'язка, обов'язкова наявність поблизу кафе, готелів, бізнес і торгових центрів [20].

Розглянемо основні складові коворкінгу, а також можливі труднощі в забезпеченні нормального функціонування і фактори, що впливають на результат роботи коворкінгу (табл. 2.1.).

*Таблиця 2.1.*

**Фактори, що впливають на результати роботи коворкінгу**



 Успіх або провал багато в чому залежить від команди, ключову роль в якій грають адміністратор центру, дизайнер інтер'єру, фахівець з технічного забезпечення центру, а також менеджер з спецпроектів і подій. Велику увагу слід приділяти дрібницям і фірмовим «фішкам».

Істотною перевагою коворкінг-простору є близьке до метро або центру міста місце розташування, також буде плюсом знаходження поблизу великих транспортних розв’язок та кількість маршрутів громадського транспорту. Чим більше прямих рейсів може довести потенційного клієнта з різних частин міста, тим більш буде привабливим місце. В ідеальному випадку по сусідству також будуть перебувати інші креативні проекти.

Аналіз існуючих практик показує виправданість фокусування такого центру тільки на певної цільової аудиторії - співтоваристві, а також надання йому не тільки простору, але і додаткової користі: промо-підтримка, нові зв'язки, обмін знаннями, досвідом. Просуванню коворкінг-простору сприяє залучення в цей процес яскравих і відомих людей, щотижневе наповнення життя центру цікавим контентом, подіями: звітами, прямими трансляціями, лекціями. Крім цього, коворкінг є відмінним місцем для інтерв'ю, фотозйомок, джерелом подій і точкою поширення інформації. Програма хорошого коворкінг-простору розписана 24/7, в тому числі і на вихідних: маркети вихідного дня, тематичні вечірки, конференції. Грамотно організовані освітні програми, що проводяться в коворкінг-просторі, можуть приносити хороший ефект і додатковий дохід.

Комбінування платних курсів з безкоштовними дозволить зацікавити більше слухачів, але починати слід з програм, спрямованих на досить широку аудиторію, а тільки потім сфокусуватися на найбільш затребуваних. Не останнє місце в коворкінг-бізнесі займає дизайн інтер'єру: високі стелі, великі вікна, а також мальовничий вид з вікна. Цікава історія місця також буде плюсом. Важливою зоною для неформального спілкування є кухня. Не слід забувати, що дизайн - це процес: не варто розраховувати зробити генеральний план, а потім заморозити інтер'єр. Швидше за все його доведеться часто міняти. В ідеальному варіанті кожне робоче місце буде повністю налаштовується на його мешканця. Покращення краще проводити на підставі спостережень. Наприклад, обладнання популярного для розмов по телефону місця диваном або масажним кріслом; установка в кімнаті для конференцій величезного загального столу - він допоможе скріпити співтовариство. Створене і викладене в загальний доступ чіткий опис докладного райдера і умов послуг коворкінг-центру, а також шаблон заяви на участь в його події дозволять встановити порядок.

Регламент використання загальних ресурсів, а також правила дотримання тиші застережуть від потенційних конфліктів і внутрішньої напруженості. Доцільно розробити список найбільш часто порушуються правил і покарань, що застосовуються до порушників. Організатори коворкінг-просторів в числі факторів успіху відзначають зроблені фінансові вкладення на хвилі ентузіазму і авралу в перший місяць (або до відкриття центру). Максимум роботи з партнерами на бартерних умовах: відео-кліпи/трансляції, продукти в офісі, прокат, школи, настільні ігри, доставка замовлень на робоче місце - все це посилить кооперацію з іншими креативними спільнотами. Приклади: налагодження взаємин з кафе в тій же будівлі або відкриття власного міні-кафе; суміщення коворкінгу з хостелом.

В підрозділі 2.1. розглянуто коворкінг як модель організації робочого простору з декількох сторін. Один підхід розглядає коворкінг як форму організації соціальної взаємодії, а інший – як модель просторової організації робочого місця. Коворкінг поєднує в собі основні компоненти спільноти: функціональний, структурний, культурний та територіальний. В рамках коворкінгу проходе емоційний, соціальний, економічний обмін між акторами. Формуються повторні взаємозв’язки між обмеженим набором учасників, які формують стійкі моделі взаємовідношень. Формують спільні цінності, символи, колективну ідентичність та відчуття належності. Всі ці процеси відбуваються завдяки територіальному компоненту коворкінгу, який забезпечує місце, та створює умови для життя групи. Саме модель просторової організації є тим фактором, який спонукає появі взаємозв’язків та створює зовнішній вигляд всій організації. Територіальний компонент є важливим не тільки в рамках коворкінгу, він ще створює імідж за межами його, приваблює нових клієнтів, та є обличчям всього коворкінгу.

**2.2. Світовий досвід організації коворкінгу**

Концепція коворкінгу з часом змінювалася: поступово з’явилися уявлення про працю незалежно один від одного, але разом під одним дахом. Більшість співробітників працюють так, як їм самим зручно. Вони є фрілансерами, які поділяють загальні цінності простору який вибрали для праці. Але все ж для набуття тих форм, які існують на даний час, відкриті простори пройшли певний шлях трансформації.

У 1995, в Берліні, був заснований С-base, один з перших хакерських просторів у світі. Його мета – розширити знання та навички, що стосуються комп'ютерного програмного забезпечення, апаратних засобів та мереж передачі даних. Асоціація займається численними спорідненими видами діяльності. Наприклад, у товаристві були стенди на великих фестивалях, таких як День захисту дітей, де вони знайомлять молодих людей з такими темами, як робототехніка та комп'ютерний дизайн [30]

У 2002 році вони зробили доступними мережі WiFi та сприяли безкоштовному доступу громадськості до Інтернету. Хакерські простори зазвичай орієнтовані на громаду, пропонуючи фізичне місце, де люди можуть зустрічатися та працювати. Ці простори можна розглядати як одні з перших попередніх моделей коворкінг-просторів. Рух хакерського простору також зростає у всьому світі.

1999: ДеКовен запустив слово «коворкінг» як спосіб визначити метод, який полегшить спільну роботу та ділові зустрічі, координовані комп'ютерами. Він зрозумів, що люди та бізнес є надто ізольованими та ієрархічними, щоб вважати їх «спільними роботами як рівними». Його метод спрямований на підтримку спільної роботи за допомогою неконкурентного підходу, надаючи людям можливість працювати над власними проектами.

Приблизно в цей час «116 Вест Х'юстон» (згодом перейменований на Нутопію) відкрив робочий клуб, пристосований до творчої індустрії в Нью-Йорку.

Того ж року в Нью-Йорку з’явився ще один відкритий простір. «42 West 24» керувала компанією з розробки програмного забезпечення та пропонувала приємну робочу обстановку з гнучкою системою праці для осіб та команд, які також можна було змінити за короткий термін. Незважаючи на відсутність акценту на аспект громади, порівняно з багатьма іншими коворкінг-просторами, ця ініціатива стала ще одним принципом для ринку гнучких робочих просторів. Особливо після того, як у 2001 році, коли компанія з розробки програмного забезпечення втратила багато клієнтів і, отже, багато співробітників. «42 West 24» був заповнений новими членами і досі сильно розвивається, з 50 працівниками, які займають близько 32 столів, які оточені вісьмома офісами. Компанія-засновник все ще займає частину спільного робочого простору.

У Відні 2002року відкрито Schraubenfabrik, який вперше був названий громадським центром для підприємців. Пізніше його продовжили Hutfabrik (Hat Factory, 2004) та Rochuspark (2007). Простори працюють під егідою спільнот Konnex, яка стала першою локальною мережею коворкінг-просторів. Багато коворкінг просторів дали старим фабрикам подих нового життя.

У 2005 році, Офіційний перший «коворкінг-простір» відкрив свої двері в Сан-Франциско, 9 серпня програмістом Бредом Нойбергом як реакцію на «несоціальні» бізнес-центри та непродуктивну робочу обстановку в домашніх умовах. Організований як комерційний кооператив, простір розміщувався в Spiral Muse, «будинку для добробуту». Асоціація пропонувала п'ять-вісім столів два дні, на тиждень, безкоштовний wifi, а також спільні обіди, перерви на медитацію, масажі, велосипедні тури та строгий час закриття – 17.45. Простір коворкінгу закрився через рік, а його замінила Hat Factory у 2006 році.

Перший HUB стартував на London's Angel Station. Звідти понад 40 інших коворкінг-просторів були розроблені франчайзинговою мережею на п'яти континентах, яка є найбільшою мережею коворкінг-просторів на сьогоднішній день.

У Німеччині Санкт-Обергольц відкрився в 2005 році як одне з перших кафе Берліна, яке запропонувало безкоштовний доступ до Інтернету та дозволило людям працювати на своїх ноутбуках як гості, а не паразити через wifi. Кафе та його відвідувачі опинилися у книзі під назвою «Ми називаємо це роботою – Цифрові богеми чи розумне життя поза межами робочих місць». Опублікована у 2006 р. Книга, яка не стосується конкретного коворкінгу, описує нову форму роботи, створену Інтернетом та його людьми, які – зараз – часто працюють у коворкінг-просторах. Книга підживлювала коворкінг-рух у найбільшій країні Європи. Сьогодні Санкт-Обергольц пропонує справжній коворкінг-простір над кафе [43].

The Hat Factory відкрилася як перший простір повного робочого дня, який називався «коворкінг-простором». Серед співзасновників був Бред Нойберг, Кріс Мессіна та Тара Хант. Наразі це був один із майже 30 коворкінг-просторів у всьому світі. До 2012 року його кількість майже вдвічі збільшувалася.

2007 рік: вперше термін «коворкінг» розглядався як тенденція в базі даних Google. З того часу пошукові запити зросли у 20 разів, коли пошук слова «коворкінг» переважав над іншими пошуковими термінами. Концепція коворкінгу стала частиною основних медіа в США. Однак, приблизно до 2009/2010, термін був обмежений лише США.

У Німеччині Betahaus був одним з перших офіційних так званих «коворкінг-просторів», який відкрився в березні 2009 року. Жоден інший коворкінг-простір так часто не знаходив місця в найбільшому журналі Німеччини – Spiegel. Через зростання уваги термін «коворкінг» увійшов до німецьких основних медіа. Через рік Німеччина була визнана як перша країна в Європі, яка вжила термін «коворкінг», повідомляє Google Trends.

2010 рік: Коворкінг-рух відсвяткував перший #CoworkingDay – на згадку про перший «коворкінг день», який відбувся п'ятьма роками раніше.

На даний момент, коворкінг не розглядають як щось незвичне. Такі центри утворюються майже в кожному місті, бо попиту на такий вид послуг все більше та більше.

Розрізняють шість типів коворкінгів на основі ділової моделі та рівня доступу користувачів, а саме: публічні офіси (тобто безкоштовні кооперативні простори, такі як бібліотеки), треті місця (тобто публічні простори, які потребують придбання послуг, таких як кава), центри співпраці (тобто державні офіси, що зосереджуються на співпраці між працівниками), готелі (тобто спільні офісні приміщення з короткостроковою орендою та компактним пакетом послуг), інкубатори (тобто спільні офісні приміщення, орієнтовані на підприємництво), а також спільні студії (тобто спільні офіси, де організація чи підприємець орендує офісні приміщення на основі договорів гнучкої оренди, з такими вимогами, як орендатор, як відповідність громаді). Хоча існує кілька типів просторів для співпраці, вони поділяють однакові основні цінності, а саме: співпраця, спільнота, доступність, стійкість та відкритість. Співпраця стосується співпраці з іншими колегами. Крім того, у кооперативному просторі через його відкрите робоче середовище між користувачами часто виникають стихійні взаємодії. Іноді господаря співпраці призначають для створення гарної атмосфери та стимулювання взаємодії, взаємодії та співпраці між колегами.

Крім того, простори співпраці – це середовище, кероване громадою, де співробітники можуть покращити себе за допомогою інших колег. Основна цінність громади полягає в тому, що вона відкрита і доступна для всіх. У цій спільноті співробітники можуть знаходити інших людей, ідеї та інші ресурси, обмінюватися досвідом, вчитися один у одного та відзначати успіхи один одного. Крім того, декілька постачальників простору для співпраці пропонують простір для співпраці в декількох місцях. Тому незалежні фахівці мають гнучкість вибору місця роботи. Крім того, приміщення для спільної роботи доступні, оскільки офісні приміщення пропонують здебільшого на основі низьких цін на оренду та гнучких договорів оренди, таких як період оренди на день, тиждень або місяць.

Типовий простір для спільної роботи поєднує неформальні та творчі простори з елементами робочого простору (функціональні простори). Класичний фізичний дизайн простору для спільної роботи – це відкрите планування будівлі з спільними робочими просторами, де співробітники можуть легко взаємодіяти один з одним. Ця концепція офісу для багатьох орендарів пропонує, порівняно з традиційними офісами для багатьох орендарів, більше неформальних просторів / приміщень, таких як кавові куточки, кухня, кімнати для нарад, цілодобовий доступ, доступ до Інтернету, засоби друку та копіювання, приміщення для відпочинку та інші неформальні простори [41].

Очевидно, що попит на коворкінг зазвичай виявляється в великих містах, обласних центрах, де велика частка самозайнятого населення, фрілансерів, старт-аперів і людей, креативних професій. А це значить, що кон'юнктура ринку коворкінг-послуг безпосередньо залежить від динаміки розвитку ринку фрілансу. Попит на коворкінг-послуги також викликаний з боку молодих компаній, які хочуть мати багатофункціональний, сучасний офіс «тут і зараз», але не готові віддати за нього великі суми. Так, у Москві на великі компанії припадає близько 80% виручки коворкінг-центрів, орієнтованих на здачу в оренду окремих міні-офісів. Особливість галузі коворкінгу в даному випадку в тому, що розмір орендної плати, що вноситься відвідувачами розрахований тільки на те, щоб покривати витрати на ІТ інфраструктуру, плату за оренду приміщення, знятого під коворкінг і комунальні платежі.

Тенденцією, яка поступово складається на ринку, є той факт, що окремим коворкінгам стає все складніше конкурувати, тому для оптимізації процесів і залучення нових членів вони об'єднуються в регіональні чи міжнародні мережі. Це дозволяє створити єдині стандарти обслуговування, полегшити обмін клієнтами всередині однієї мережі, а також – запропонувати додаткові знижки і бонуси.

На світову популярність мережевих закладів впливають гнучкі умови оплати та членські привілеї, а унікальне поєднання декількох функціоналів (наприклад, хостел + коворкінг), різних послуг, незвичайного дизайну приміщень дозволяє зберегти популярність самостійних коворкінгів. Позначену тенденцію підтверджують і представники галузі: «Економіка коворкінгу працює ефективно тільки при наявності ефекту масштабу, якщо його бізнес-модель нагадує мережу Starbucks або «Шоколадниця», – вважає стратегічний консультант міжнародної мережі коворкінг Knotel Марк Фрідлянд. На його думку, ринок чекає консолідація. Він також вважає, що з часом коворкінги стануть більш затребувані з боку великих компаній. «Міжнародні компанії, такі як Google, інвестують величезні кошти в створення офісів, схожих на коворкінг, а не на класичні офіси. Причина – бажання співробітників насолоджуватися роботою і офісом: молоді і талановиті працівники можуть жертвувати зарплатою заради того, щоб працювати в тому офісі, який відповідає їхнім очікуванням [23].

Думки про розвиток ринку коворкінгів неоднозначні. Багато експертів вважають, що коворкінг-послуги мають величезний потенціал зростання і розвитку. Його забезпечує зростаючий рівень попиту: цільова аудиторія коворкінг-просторів неминуче буде збільшуватися за рахунок розвитку малого бізнесу і зростання числа професій інтелектуальної праці. Розвиток фріланс-сфери і старт-апів неминуче підвищує попит на такі приміщення. Позначається на зростаючій популярності «спільних офісів» і економічна нестабільність, яка в умовах глобалізації охоплює практично всі країни. Вже сьогодні багато роботодавців воліють не орендувати офіс постійно, а мінімізувати витрати і тимчасово орендувати коворкінг для ділових зустрічей або короткочасної спільної роботи штату. На думку інших експертів, у разі остаточної стабілізації економіки і поліпшення ситуації на ринку якісних офісів, безпрецедентне зростання коворкінг, який спостерігається в даний час, припиниться. В умовах економічного зростання попит на ці площі збережеться тільки з боку невеликої частки фрілансерів і малих компаній, яким потрібно приміщення на кілька співробітників. Також, як і в даний час, найбільш активно коворкінги будуть розвиватися в офісних центрах класу С, розташованих в будівлях колишніх промислових підприємств, так як саме там встановлюються найбільш доступні для відвідувачів орендні ставки [24].

У підрозділі 2.2. розглянуто світовий досвід організації коворкінгів, предтечі появлення, перші коворкінги та історію розвитку коворкінг центрів. Те, якими вони задумувались спочатку, та що вони представляють зараз. Тенденції розвитку ринку коворкінг послуг, та можливі аспекти подальшого існування. Охарактеризовані типів коворкінгів за направленістю та рівнем організації. У світі коворкінги набувають все більшу популярність серед працівників IT індустрії, великі корпорації готові платити за утримання своїх працівників в коворкінгах. Тому що все більше людей готові отримувати меншу зарплатню, за комфортну робочу обстановку. А коворкінги якраз і спеціалізуються на цьому, бо від кількості постійних клієнтів залежить функціонування коворкінгу. Коворкінги стали одним із продуктів сучасного суспільства що трансформується.

**2.3. Послуги як основа діяльності коворкінгів**

Перш за все, коворкінг це простір, який орієнтований на вирішення проблем такого робочого прошарку населення, як фрілансери. У зв’язку з тенденцією, що склалася у світовій економіці, формується новий клас працівників, котрі не орієнтується на роботу у штаті, а готові працювати за наймом на короткотривалий період часу. Працівників даного класу називають фрілансерами, а таку форму зайнятості – фрілансом.

Поняття фрілансер (freelancer) з’явилося ще у середньовіччі. Фрілансерами (буквально «вільний спис») називали професійних військових, котрі слугували різним наймачам за винагороду. Починаючи з XIX століття у Європі так починають називати «вільних художників» ‒ незалежних журналістів, а також представників інших творчих професій. Ці люди воліли не зв’язувати себе довгостроковими зобов’язаннями із роботодавцем, виконуючи поодинокі замовлення. Розвиток інтернет-технологій, глобалізація ринку праці й можливість наймати персонал у режимі онлайн призвели до зростання популярності віддаленої (дистанційної) роботи. Наприклад, у США більш ніж третина співробітників є фрілансерами. В Україні такий вид занятості менш популярний. Проте, з врахуванням залученості молодих спеціалістів у інформаційні технології, є підстави припускати, що з часом кількість фрілансерів буде лише зростати. Сьогодні фріланс є широко розповсюдженою формою самостійної зайнятості. Тепер під фрілансером розуміється людина, котра виконує роботу без укладання довгострокового договору з роботодавцем, котрого винаймають тільки для виконання певного виду робіт (позаштатний працівник). Фріланс дає можливість самостійно керувати часом і проектами, пропонувати свої послуги на міжнародному ринку та, відповідно, більше заробляти. Що ж таке віддалена (дистанційна) робота або фріланс? У сучасній економічній науці інститут фрілансу є мало дослідженим явище, а тому і визначень фрілансу існує незначна кількість. Необхідно дати роз’яснення сутності інституту фрілансу: «Фріланс (freelance) – це робота, зміст якої полягає в тому, що деяка особа або фірма для виконання певної задачі наймає собі людину, котра може знаходитися в іншому місті або навіть в іншій країні» [13].

В країнах Західної Європи та США фріланс – вільна зайнятість, переважно віддалена поза штатом організації. На професійних іноземних сайтах можна зустріти таке тлумачення цього поняття: «Фріланс – це робота на контрактній основі для різних компаній, на відміну від роботи в якості співробітника для однієї компанії» [36]. Самі фрілансери у професійних товариствах сутність поняття фріланса вбачають у наступному: це віддалена робота, при якій не потрібна присутність працівника на робочому місці [25]. Виходячи із поданих вище визначень фрілансу, можна запропонувати визначення, яке буде відповідати характеристикам кожного із них. Фріланс – це вид людської діяльності, представлений у формі самозайнятості, яка виражається у наданні послуг, переважно віддалено, на засадах короткотермінового договору на певний перелік робіт між замовником та виконавцем, поза штатом організації. А, фріласери, відповідно, – це люди, котрі надають ці послуги. Займаються фрілансом, як правило, представники так званих творчих професій (письменники, журналісти, дизайнери, художники, фотографи), а також спеціалісти IT (веб-розробники, веб-дизайнери, контент-менеджери, адміністратори сайтів та інші представники подібних професій). Серед фрілансерів також багато архітекторів, інженерів, маркетологів, спеціалістів з реклами. Проте, навіть не володіючи потаємними знаннями у сфері дизайну, web-дизайну, програмування чи маркетингу, все одно можна знайти можливість для роботи фрілансером, а саме, як приклад: перекладацька робота, коректорська робота, написання студентських робіт на замовлення, рерайтинг та копірайтинг тощо.

Можна вважати, що така форма праці в нашій, та в сусідніх пострадянських країнах зародилася з розпадом Радянського Союзу та появою такого явища як інтернет.

Експертами, у світі, як правило, зараз виділяється 5 типів фрілансерів. Перший тип – незалежні підрядники. До них відносять людей, які не мають постійного роботодавця і займаються тимчасовими проектами, змінюючи замовників одного за іншим. До другого типу «сумісників» відносять працевлаштованих людей, які присвячують фрілансу тільки вільний час. Третій тип – це диверсифіковані робітники, що включають людей з частковою зайнятістю, які поділяють робочий час на виконання замовлень фріланса і роботу в компанії. Тимчасові робочі – тип фрілансерів, пов’язаний з роботодавцем договором трудового підряду. Для них характерною рисою є наявність тільки одного роботодавця і тільки одного проекту, робота над яким суворо обмежена часом, зазначеним у договорі. Останній тип фрілансерів – це власники фріланс-бізнесу. Як правило, вони створюють компанію з 1-5 учасників і вважають себе фрілансерами [39].

Посилення диференціації заробітної плати чинить руйнуючий вплив на існуючі інститути зайнятості та сприяє розвитку таких форм зайнятості як фріланс, який досить часто пов’язаний з міграцією з однієї сфери в іншу. В Україні за останні роки відбувається істотне посилення диференціації оплати праці за секторами економіки. Наприклад, співвідношення середньомісячної заробітної плати у найбільш високооплачуваному секторі економіки до найбільш низькооплачуваного у 2002 році складало 5,5 разів (фінансова діяльність і сільське господарство та пов’язані з ним послуги), а 2015 році розрив складає 8,5 разів (авіаційний транспорт і поштова та кур’єрська діяльність) [5]. Але, якщо взяти до уваги відсутність офіційного звітування ІТ-сектору перед Держслужбою України, то це співвідношення для 2015 року складе більш ніж 18 разів [14].

Однією з передумов поширення в Україні такої форми зайнятості як фріланс є високий рівень безробіття серед молоді. Порівнюючи данні 2015 та 2013 років, можливо прослідкувати збільшення кількості безробітних людей: у віці 15-24 років на 144, 3 тис. осіб; у віці 25-29 років – на 22,7 тис. осіб; у віці 30-34 років – на 66,1 тис. осіб. В той же час, за даними дослідження інформаційного порталу «ubr.ua», основою сучасного фріланса, є люди, віком до 35 років [45]. У вересні 2015 року фріланс-майданчиком Freelancehunt було проведено аналіз активності замовників і фрілансерів за регіонами. Лідером серед регіонів, стала Київська область, в якій зосереджено 36% фрілансерів країни. При цьому основна частина з них (90% від частини фрілансерів Київської області) зосереджені в столиці. Друге місце займає Харківська область, поставляє 9,7% трудових ресурсів фріланса. Дніпропетровська область забезпечує 8,5% фрілансерів. Найбільш вагомі показники мають: Одеська область – 5,7%, Донецька область – 5,3%, Львівська область – 4,8% та Запорізька область – 4%. Решта 18 регіонів у сукупності забезпечують близько 25% (менше 4% по кожній області) [37].

Вагому роль у збільшенні кількості фрілансерів грають постійно мінливі умови ринку праці. У зв’язку з останніми подіями в країні багато працівників були позбавлені місця роботи і змушені шукати нову тимчасову або за сумісництвом проектну роботу.

В цей же час, роботодавці почали шукати співробітників на неповний робочий день або для роботи за контрактом, щоб уникнути зайвих витрат в економічно нестабільний час, прийнявши нових висококваліфікованих людей на постійній основі. Обидві сторони знайшли альтернативне рішення участі в трудових відносинах – фріланс. Це чинить влив на скорочення загальної чисельності зайнятого населення,яке за останні 15 років склало3731,8 тис. осіб.

Фріланс, як форма зайнятості дозволяє скоротити витрати організації на утримання постійного штату працівників. Опитування, проведене в 2015 році міжнародною біржею фрілансерів «Proffstore» показало, що на відміну від світового ринку, де найбільша частка фрілансерів належить до технологічних спеціальностей, український фріланс найбільш популярний серед дизайнерів [43]. У процентному співвідношенні всі фріланс-ресурси України представлені такими видами діяльності (Рис. 2).



**Рис. 2.1. Структура фріланс-ресурсів України**

За даними державної служби статистики України щодо динаміки середньооблікової чисельності штатних працівників за видами економічної діяльності, за останні п’ять років спостерігається скорочення загальної кількості прийнятих у штат співробітників на 2198 тис. осіб. У тому числі за видами економічної діяльності з яких, особливо яскраво це видно, розвивається фріланс: інформації і телекомунікацій на 65 тис. осіб, у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування – на 10 тис. осіб, у сфері операцій з нерухомим майном – на 60 тис. осіб, у сфері мистецтва і творчості – на 9 тис. осіб, у сфері надання інших видів послуг – на 19 тис. осіб [5].

Проте, все ж, більшість вільно-найманих працівників потребують певних умов для праці, як мінімум робоче місце та доступність джерел інформації. І доволі часто, власне місце проживання не може надати потрібні умови. Тож багато хто звертається до різних громадських та приватних закладів, таких як, бібліотеки, кафе, комп’ютерні клуби, з часом та розвитком технологій інтернет-кафе та анти-кафе. Тобто місця, з швидкісним та зручним доступом до інтернет мережі, відносно тихою та спокійною обстановкою, яка сприяє продуктивній праці.

Також значну роль в утворенні та зміцненні такого виду зайнятості відіграв перехідний стан економіки, економічні кризи, застарілі стандарти та інститути праці і регулювання взаємовідносин між працедавцем та робітником, а з плином часу вони взагалі втрачають вже свою актуальність. Досить характеризує ситуацію, що склалась, Г. Рекун. Стверджує, що: «класичний інституту зайнятості, де основними вимогами є зайнятість на постійній основі, жорсткий графік роботи, стабільні нарахування на фонд оплати праці пов’язані із системою соціального страхування, наявність соціально-трудових гарантій вступає в протиріччя із вимогами розвитку сучасних секторів економіки. Відповіддю на виклики є феномен «фрілансу», який реалізує «перегляд правил гри» у сфері «продажу праці» [8].

Можна сказати, що ринок фрілансу активно почав свій розвиток в 2006 році. Але стрімке збільшення почалось з 2011 року. Для порівняння за період з 2006 по 2011 рік фрілансери заробили близько 38 млн. дол. А вже з 2012 по 2017 – 262 млн. дол. Що ж стосується чисельності незалежних спеціалістів, то за період з 2011 по 2016 рік кількість їх реєстрацій на фріланс-біржах досягла кількості 190000 осіб, з яких близько 25% – активні фрілансери, що заробляють лише займаючись фрілансом [16].

Така «армія» працівників повинна десь працювати, а бібліотеки, комп’ютерні клуби або кафе не можуть вмістити всіх охочих а тим паче задовольнити зростаючі потреби працівників. Тож в Україні починають відкриватись спеціалізовані місця для таких працівників – коворкінги.

Це концепція організації трудового процесу, що означає діяльність великої кількості людей над своїми самостійними проектами в одному офісі для економії на орендних витратах, розвитку нетворкінгу і отримання ефекту синергії [16].

Сфера послуг є окремою частиною економіки, котра включає в свою діяльність всі можливі види комерційних послуг. Основну частину економіки розвинутих країнах, складає саме сфера послуг.

Сфера надання послуг в коворкінгах — це комплекс галузей, основне завдання яких пов'язане з обслуговуванням відвідувачів та постійних клієнтів, або резидентів під час їх перебування на території коворкінгу. До них відносять певний ряд основних послуг (оренда приміщення, користування технікою, робочим простором, а в деяких випадках і послуги надання тимчасового проживання). Коворкінг в вирішенні потреб клієнтів виконує ключові функції, оскільки пропонує відвідувачам комплекс послуг. Отже, доцільно виокремити коворкінгову індустрію як най-комплекснішу та різноманітну, та розглядати її окремо від інших сфер послуг. Коворкінги через свою багатофункціональність можуть поєднувати та виконувати дуже широкий спектр послуг.

 Ще одна особливість послуг, які надає коворкінг – це їх неосяжність. Тобто їх неможливо оцінити ні до ні після надання, вони існують тільки в процесі їх надання та споживання. Послуга не має фізичного агрегатного стану як товари в магазині. Послуга виступає як обіцянка чи договір, що передбачає високу довіру між тим хто її надає і тим хто споживає.

Це спонукає власників коворкінгів робити все можливе, щоб клієнт мав довіру до наданих послуг що в подальшому посилює лояльність до закладу.

Неможливість зберігати послуги – це одна з особливостей такого виду діяльності. Послуги не зберігаються, що є наслідком їх нематеріальності. Як було зазначено вище, коворкінг – це вид підприємницької діяльності, а мета будь якого підприємства полягає в якомога інтенсивнішій реалізації товарів і послуг. У той же час, в світі, в тому числі і в нас, на ринках багатьох товарів і послуг сформувався стан, коли пропозиція перевищує попит. Проте, є і виключення, існують благодійні коворкінги які існують за рахунок благодійних фондів, під патронажем меценатів та грантовій основі. Зазвичай такі заклади мають вузько направлену діяльність та концентрують в собі певний прошарок людей та спеціалістів. До таких можна віднести «ВетеранHUB». Він знаходиться у місті Київ та спрямований на реабілітацію та повторну соціалізацію ветеранів АТО.

Доцільним буде перелічити та описати типові послуги які можуть надаватись в коворкінгах та не типові послуги в спеціалізованих коворкінгах. Типові послуги будуть описані на прикладі коворкінгу в місті Запоріжжя Edison Space, тому що він по своїй суті являє собою типовий простір, та поєднує всі характерні риси коворкінгу.

Коворкінг-центри в Україні є доповненням орендного бізнесу, який зараз переживає не найкращі часи. Власники сподіваються, що бізнесмени-початківці, які користуються послугами центру, економічно зміцніють і почнуть знімати повноцінний офіс у них же.

Основним пунктом надання послуг є оренда приміщення. Під орендою приміщення розуміють те, що коворкінг надає в тимчасове користування простір та обладнання. Оренда приміщення поділяється на оренду спеціально відведеного місця (переговорні кімнати, лекторії) для проведення певних заходів. Частіше за все лекцій, тренінгів, семінарів, презентацій, уроків та ряду інших можливих заходів. Але, оскільки це конкурентний бізнес, то коворкінг слідкує за репутацією, тож є певний список заходів табу. Туди, наприклад, входять будь-які оренди з політичним підтекстом. Тому що за власними внутрішніми правилами коворкінг є аполітичною територією.

До іншого аспекту відноситься оренда робочого місця. Тобто пряме призначення існування коворкінгів. Ключовим фактом в розумінні роботи таких закладів є те, що ви платите не за саме місце, а за час перебування в коворкінгу. Такий аспект дуже характерний для так званих «тайм-кафе» та «анти-кафе». Існує багато варіацій оренди робочого місця, в залежності від ціни та часу, який ви збираєтесь провести в коворкінгу. Перелічимо декілька з них. Найпростішим є прийти до коворкінгу як гість, ви платите за години перебування, займаєте будь-яке вільне місце, де вам зручно, та працюєте або займаєтесь своїми справами. Ви можете користуватись простором, інтернетом, кухнею. Наступним буде оформлення довгострокової оренди робочого місця, так званого «резиденства», ви маєте всі попередньо перераховані послуги, проте платите вже за один календарний місяць. Самим широким спектром послуг, які можливо використати є наступний вид резиденства – це фіксоване резиденство, за вами фіксується ваше робоче місце, надається комірка для речей та біль широкий спектр користування послугами.

Всі ці послуги оренди прописуються в договорі між коворкінгом та споживачем послуг, і там регламентуються.

Експерти відзначають, що у коворкінгу великий потенціал розвитку. Його забезпечить зростання рівня попиту: клієнтура коворкінг неминуче буде збільшуватися за рахунок розвитку малого бізнесу і зростання числа професій інтелектуальної праці. Розвиток сфери freelance і стартапів неминуче підвищує попит на такі приміщення. Диктує свої умови і економічна нестабільність, яка в глобалізованому світі захоплює країни практично одночасно. Вже сьогодні багато роботодавців воліють не орендувати офіс постійно, а мінімізувати витрати і орендувати коворкінг на час, який необхідно для зустрічей або короткочасної спільної роботи штату. У всьому світі популярність мережевих операторів продовжить активно рости за рахунок гнучких умов оплати і членських привілеїв, популярність самостійних операторів за рахунок поєднання функцій (наприклад, хостел плюс коворкінг), унікальних послуг, незвичайного дизайну приміщень. В результаті дослідження ефективності використання моделі коворкінгу слід зазначити, що вона доцільна:

– для фрілансерів, маленьких стартапів або запуску пілотних проектів, або проектів малої тривалості (до року);

– для невеликих фірм до досягнення ними «критичної маси» (наприклад, 100 тисяч унікальних відвідувачів в місяць на сайті реклами). В інших випадках (великі компанії, тривалий термін) більш раціональним варіантом є оренда офісу і покупка / лізинг обладнання. Коворкінг стали спеціалізуватися на вузькопрофільних фрілансерів, наприклад, на IT-фахівців або стартап-командах, що працюють в сфері інноваційних технологій. Сьогодні стартап-команди і невеликі компанії, які не мають можливості для оренди повноцінного офісу, демонструють зростаючий інтерес до таких центрів. Вузькопрофільні коворкінги, що працюють при технопарку і дослідницьких центрах, вельми затребувані у IT-фахівців. Кількостей коворкінг в світі налічується понад 13 тисяч. Прогнозується, що кількість коворкінг буде з кожним роком тільки зростати.

Власники коворкінгів вимушені надавати послугу з оглядом на всі потреби споживача і дослухатись до його побажань, виробляти продукцію або послугу з упором на якість, а в противному разі місце підприємства на ринку займуть його конкуренти. Поняття послуги та якості послуги можна вважати взаємозалежними частинами один одно, тому дуже важливо розуміти і якість надання послуг в таких специфічних закладах.

Коворкінги поєднують в собі багато рис та можуть надавати широкий спектр послуг. Навіть самий малий та звичайний коворкінг, проблематично віднести до якоїсь конкретної сфери послуг ресторанного бізнесу, орендного чи взагалі готельного, тому що він може об’єднувати в собі всі ці риси. Неможливо вказати чіткий перелік характеристик, подивившись на який, можна сказати що йде мова саме про коворкінг, а не про якийсь інший заклад надання послуг.

Особливу увагу в коворкінг-центрах приділяється створенню комфортної робочої обстановки та організації робочого простору таким чином, щоб максимально підвищити ефективність роботи і рівень творчого мислення своїх учасників. Забезпечують максимальні результати роботи коворкінгу.

Коворкінг розміщує і обслуговує своїх резидентів: надає повністю укомплектовані необхідним обладнанням робочі місця. Сприяє просуванню і розвитку бізнесу: надає юридичні, бухгалтерські, консалтингові послуги, проводить навчальні заходи, створює унікальні умови взаємодії з іншими учасниками, корисні для просування і розвитку бізнесу. Бере участь в комерціалізації інноваційних продуктів: надає консалтингові послуги з аналізу ринку, ефективної реклами, продажу, проводить заходи з залученням потенційних інвесторів.

Крім схожих функцій, коворкінг, як і більшість з розглянутих раніше елементів інноваційної інфраструктури, може гармонійно входити до складу інших, більш великих елементів, а також переслідує схожі цілі - створення і комерціалізацію інновацій, що дозволяє віднести його до елементів інноваційної інфраструктури. Однак, на відміну від інших елементів, коворкінг охоплює те коло резидентів, який ще не має власного підприємства і часом навіть ще не визначив сферу майбутньої інноваційної діяльності, але має величезне бажання її почати.

Якість послуг – це відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам. Таким чином, стандарти, їхня реальна форма і зміст є критерієм якості обслуговування у коворкінгу. Критерій оцінки якості наданої послуги для споживача – це ступінь його задоволення, тобто відповідність отриманого та очікуваного. Критерій ступені задоволення клієнта – це бажання повернутися ще раз і порадити це зробити своїм друзям і знайомим. Для ефективного забезпечення якості і конкурентоспроможності послуг коворкінга актуальною проблемою є управління проектуванням і контролем їх якості. При цьому ключову роль має не лише виявлення внутрішніх причин, але і вивчення потреб клієнтів, а також способи задоволення даних потреб.

Прагнення коворкінгів до отримання більшого прибутку та зростаюча платоспроможність фрілансерів спонукають до розширення послуг, розвитку та відкриттю нових форм коворкінгів, зайняття певних ніш. Це збагачує зміст поняття коворкінг, розширює сферу діяльності підприємств, що надають послуги і власного виробництва, і суміжних галузей.

Економічна сутність коворкінгової індустрії полягає в нематеріальному характері її діяльності. Результат орендно-експлуатаційної діяльності коворкінгів — основний продукт у формі своєрідного виду послуг. їхня особливість пов'язана з тим, що вони створюються та реалізуються в межах одного підприємства.

Обсяг, якість і асортимент послуг зумовлені насамперед станом матеріально-технічної бази і рівнем та кваліфікацією персоналу закладу розміщення. Поряд з коворкінгами відкриваються кафе, хостели, ресторани, магазини. Таким чином запропоновані послуги мають комплексний характер.

Сервісне підприємство прийнято вважати складним комплексом матеріально-технічних, інформаційних, трудових, фінансових та людських ресурсів, призначених для задоволення широкого кола потреб. Різноманіття застосовуваних ресурсів передбачає пошук шляхів раціонального сполучення й використання їх для того, щоб забезпечити досягнення намічених цілей підприємства. Підприємства, що надають послуги являють собою відкриту соціально-економічну систему, яка володіє рядом відмінних ознак [2].

В підрозділі 2.3. було розглянуто суть діяльності коворкінгів, а саме надання послуг клієнтам. Описана цільова аудиторія таких закладів – фрілансери. Що саме означає, коли вони з’явились, чим займаються та які потреби у них виникають. Показана статистика та динаміка зростання такого виду зайнятості, що спонукає та які наслідки для коворкінгів та економіки України, в цілому, можуть бути. Вагому роль у збільшенні кількості фрілансерів грають постійно мінливі умови ринку праці. У зв’язку з останніми подіями в країні багато працівників були позбавлені місця роботи і змушені шукати нову тимчасову або за сумісництвом проектну роботу. Коворкінги створені для вирішення потреб фрілансерів, тому були описані ці потреби, як потрібно їх вирішувати, та через надання яких послуг коворкінги це роблять. Коворкінги поєднують в собі багато рис та можуть надавати широкий спектр послуг.

У другому розділі дослідження якості надання послуг в громадських закладах типу коворкінг були розглянуті та розкриті теоретичні засади дослідження. Розкрита дуальність явища коворкінг, як просторова організація та як соціальна організація праці. У розділі, ми розкрили теоретичні засади дослідження, охарактеризували основні поняття та всебічно розглянули всі можливі аспекти пов’язані як з функціями коворкінгу, так і самою суттю цього явища. Описано поєднання багатьох раніше не характерних рис надання організації праці в одному закладі. Типовий простір для спільної роботи поєднує неформальні та творчі простори з елементами робочої зони (функціональні простори). Охарактеризовані типи коворкінгів за направленістю та рівнем організації. Охарактеризовано різні види кокоркінгів, такі як: офісний, виробничий, творчий, ремісничий, дитячий. Коворкінг поєднує в собі основні компоненти спільноти: функціональний, структурний, культурний та територіальний. Розглянуто світовий досвід організації коворкінгів, предтечі появлення, перші коворкінги та історію розвитку коворкінг центрів, вистроєна хронологія появи та розвитку таких центрів. Розкрито історичний аспект формування цього явища. Розглянуто поява такого прошарку населення, як фрілансери. Перехідний стан економіки та зростаючий попит на послуги ковркінгів. Що саме коворкінги мають надавати як послуги, які послуги входять в перелік коворкінгів. Відзначено великий потенціал до розвитку таких просторів як на території України так і всього світу. Зростає рівень попиту: цільова аудиторія коворкінг-просторів неминуче буде збільшуватися за рахунок розвитку малого бізнесу і зростання числа професій інтелектуальної праці. Розвиток фріланс-сфери і старт-апів неминуче підвищує попит на такі приміщення. На світову популярність мережевих закладів впливають гнучкі умови оплати та членські привілеї, а також унікальне поєднання декількох функціоналів.

**Розділ 3**

**Праксеологічні засади дослідження якості надання послуг в громадських закладах коворкінгу**

**3.1. Експертне опитування – основа дослідження якості надання послуг в коворкінгу**

В рамках дипломної робити по дослідженню якості надання послуг в закладах типу коворкінг, було вирішено обрати метод опосередкованого експертного опитування, а саме анкетування.

Експертне опитування – один з видів соціологічного дослідження, в ході якого респондентами виступає особливий тип людей – експерти. Це компетентні особи, які мають глибокі знання про предмет або об’єкт дослідження. В рамках дослідження якості надання послуг, в якості експертів були вибрані люди, які в даний час працюють в коворкінгу, та користуюся послугами, які надає коворкінг це – ­­резиденти. Експерт – фахівець, який робить висновок при розгляді будь-якого питання. Представник будь-якої сфери діяльності, крім нашої власної, може виступати для нас в якості експерта. Знання процесів, які відбуваються в ході комунікації є ключовими в рамках дослідження. Тому експертне опитування як найкраще підходить для дослідження проблеми якості надання послуг в закладах типу коворкінг.

Завдяки знанням та досвіду експертів у досліджуваній сфері, можна виявити та акцентувати на прикладі одного закладу проблеми, які можуть виникати у всіх типових та схожих за характеристиками коворкінгах.

**Методом збору інформації з дослідження якості надання послуг було обрано опитування. Це найбільш зручний метод для даного типу дослідження. Опитування** – це метод збору соціальної інформації про досліджуваний об’єкті в ході прямого (інтерв’ю) або опосередкованого (анкетування) спілкування дослідника та опитуваного (респондента), в нашому випадку експерта. шляхом фіксації відповідей респондента на поставлені питання стосовно проблематики дослідження.

Для досягнення цілей дослідження використовується певний ряд методів. До них відносяться Комунікативний, Соціологічний метод: опосередковане експертне опитування з закритими питаннями. Опитування було проведено серед постійних клієнтів послуг коворкінгу Edison Space.

Коворкінг Edison Space для проведення експертного опитування був вибраний не просто, а через низку причин. Коворкінг Edison Space наразі є єдиним у місті неспеціалізованим коворкінгом, який має змогу надавати одночасно як послуги оренди для різного типу заходів, так і безпосередньо виконувати свою пряму функцію – надавати робочі місця для фрілансерів. Також він є найбільшим опен-спейсом в місті, та поєднує в собі всі якості класичного коворкінгу. Має розвинуте комьюніті резидентів, та низку переваг перед іншими подібними закладами. А також досвід роботи в Edison Space, тому тема для дослідника є також не менш актуальною.

Для збору потрібної інформації була створена анкета, с питаннями які характеризують якість надання послуг в коковркінгу та соціальної взаємодії. Резидентам було запропоновано відповісти на 26 запитань. Інтерес для дослідження представляло дізнатись думку експертів щодо місцезнаходження та зручності розташування коворкінгу, оцінку роботи персоналу, загальний комфорт в приміщенні, побутові послуги, взаємовідносини в колективі і демографічні показники.

Анкета починається з привітання та звернення до резидентів, пояснюється що за опитування їх попросили пройти та для чого воно потрібно. Першим питанням стоїть оцінка зручності місцезнаходження, адже зручність в переміщенні від дому до місця роботи грає дуже велику роль. Чим зручніше дібратись до коворкінгу тим більше людей зможе та охоче буде це робити.

Наступним питанням ми дізнаємось яким видом транспорту експерти дістаються до роботи. Це питання нам показує, як нам формувати робочий день, біль орієнтуватись на життя міста, та рух громадського транспорту, чи буду більш незалежними в цьому питанні.

Наступне питання показує наскільки резидент може бути мобільним в переміщеннях та непримхливості в робочих місцях. Більшість фіксованих резидентів тримають на своїх робочих містах власну стаціонарну комп’ютерну техніку.

Далі йде блок питань, ціль якого дізнатись взаємовідносини резидентів один з одним, та дізнатись думку експертів щодо взаємин між резидентами взагалом. Наступним блоком питань, є питання, через які ми дізнаємось оцінку експертів роботою коворкінгу, обслуговування, комфортом робочих місць, рівнем надання послуг.

Наступним блоком питань ми дізнаємось скільки часу та днів на тиждень експерти проводять в коворкінгу. Та останній блок питань, це демографічний блок, дізнаємось вік та стать експертів.

У підрозділі 3.1. Було описано та обґрунтовано метод дослідження якості надання послуг в громадських закладах коворкінг. **Методом збору інформації з дослідження якості надання послуг було обрано опосередковане експертне опитування. Це найбільш зручний метод для даного типу дослідження. Обгрунтовано вибір місця проведення опитування. Описано методологічну частину дослідження. Також розібрані блоки питань, які допоможуть нам дізнатись думку експертів. Дослідження проводиться для того, щоб дізнатись думку експертів, щодо якості послуг, підтвердити гіпотезу, що** Якістьнадання послуг коворкінгами є визначальним чинником формування їх комунікативного середовища та створює умови для реалізації ділової активності клієнтів, та по висновкам дослідження надати рекомендації щодо покращення якості роботи типових закладів.

**3.2. Результати соціологічного дослідження якості послуг коворкінгу**

В рамках дипломної роботи мною було проведено соціологічне дослідження, а саме експертне опитування якості надання послуг в коворкінгу Edison Space. Метою дослідження було перевірити поставлену гіпотезу, а саме якістьнадання послуг коворкінгами є визначальним чинником формування їх комунікативного середовища та створює умови для реалізації ділової активності клієнтів, визначити показники якості послуг закладу коворкінгу і розобити рекомендації щодо подальшого розвитку цієї сфери діяльності.

Дослідження показало високі показники якості надання послуг, взаємодії персоналу коворкінгу з клієнтами, високий рівень комфорту праці та високий рівень соціальної взаємодії серед резидентів. Так, питання «Дайте, будь ласка, оцінку задоволеності вашим резиденством в цілому.» 71.4% експертів оцінили в 4 бали, тобто доволі задоволені, 21,4% вказали що резиденство їх в цілому влаштовує, та 7.1% експертів поставили найвищій бал, вказавши, що дуже задоволені власним резиденством. Схожа тенденція відповідей простежується в питаннях: «Чи задоволенні ви зручністю вашого робочого місця?», та «Оцініть, будь ласка, загальний комфорт праці в Edison Space». Відповідно 7,1% та 21,4% експертів поставили найвищій бал, 50% та 42,9% поставили 4 бали, і 42,9% та 35,7%, відповідно, поставили середній бал. Такий розподіл відповідей може сказати що відповідно до потреб клієнтів коворкінгу, послуги надаються якісно. Нема ні одної оцінки нижче 3 балів, що свідчить про задоволеність експертів загальним комфортом в закладі. Комфорт є однією зі складових та ключових характеристик, на які звертають увагу фрілансери в пошуку місця роботи. Дуже важливо сформувати необхідний мінімум в наданні послуг та забезпечення комфорту праці, для стилістичної та естетичної гармонії робочого місця.

Важливим аспектом є доброзичливе та лояльне ставлення адміністрації коворкінгу до потреб резидентів, та вміння швидко реагувати і вирішувати проблеми що виникають. 57.1% експертів, в питанні «Дайте, будь ласка, загальну оцінку роботі адміністраторів Edison Space» ставлять найвищій бал, тобто дуже задоволені роботою адміністраторів. А інші 42,9% поставили 4 бали. На питання «Чи задоволенні ви рівнем взаємодії з персоналом в Edison Space?» 42,9% експертів відповіли, що дуже задоволені, 35,7% вказали, що доволі задоволені, та 21,4% зазначили, що в цілому влаштовує. Такі відповіді свідчать про високий рівень професіоналізму обслуговуючого персоналу коворкінгу, та клієнтоорієнтованість. Особливе ставлення та відношення до потреб резидентів. Адміністратор коворкінгу – це обличчя закладу, адміністратор вирішує всі проблеми резидентів, та спілкується з ними. Тому для такого специфічного виду діяльності вміння якісно працювати з клієнтами життєво важливе, адже від рівня та успішності комунікації залежить не лише імідж закладу, а для коворкінгів імідж має значущий характер, а й фінансовий стан. Вміння правильно надавати послуги, є одним з ключових аспектів життя коворкінгу.

Також важливим чинником у наданні якісних послуг є побутові та технічні аспекти. Важливо не тільки сформувати зручне робоче місце, а й забезпечити комфортну працю за ним. Комфортну працю забезпечують таки фактори, як якість інтернету, рівень шуму, кількість людей, а отже кількість свіжого повітря та циркуляція кисню. На питання: «Вкажіть, будь ласка, який на вашу думку рівень шуму в Edison Space?» 50% експертів відповіли що рівень шуму їх, в цілому, влаштовує, 42,9% відповіли що доволі не шумно, та 7,1% відповіли що в коворкінгу дуже шумно. Також на питання: «Вкажіть, чи відчуваєте ви дискомфорт під час роботи, при повній загрузці коворкінгу?» 28,6% відповіли що відчувають помірний дискомфорт, 7,1% вказали на сильний дискомфорт, 21,4% майже не заважає, та 42,9% вказали, що їм нічого не заважає. В питанні: «Вкажіть, будь ласка, чи задоволенні ви рівнем циркуляцією повітря в коворкінгу?» найвищій бал поставили 21.4%, доволі влаштовує 28,6%, в цілому влаштовує 42,9% і зовсям незадоволені залишились 7,1%. Рівнем покриття та швидкістю доступу до інтернета дуже задоволені 21,4%, доволі задоволені 21,4%, в цілому влаштовує 42,9%, та доволі не задоволені 14,3%. Такі доволі низькі показники, порівняно з попередніми питаннями, пояснюються високою загрузкою коворкінгу в будні дні, та обмеженість в наданому просторі. Для покращення цих показників, зменшення рівня шуму, навантаження коворкінгу, більшої пропускної спроможності інтернета, рівня циркуляції свіжого повітря, треба на початку планування коворкінгу та етапі будівництва включити можливості розширення, план просторового збільшення, та збільшення потужностей, для зменшення відчуття завантаження коворкінгу створити можливі варіанти зонування простору. Та с досягненням фізичного максимуму в кількості одночасних відвідувачів та резидентів не приймати нових резидентів. Дотримуватись балансу для забезпечення найкомфортніших умов праці.

Дуже важливим аспектом життя коворкінгу є формування комунікативної взаємодії серед резидентів, та вирішення їх комунікативних потреб. Бо коворкінг це не лише про працю в комфортному місці, а й взаємодія з такими ж фрілансерами та однодумцями. Експерти відмічають високий рівень комунікативної взаємодії резидентів в коворкінгу. Так, на питання: «Оцініть, будь ласка, скільки часу ви витрачаєте на спілкування з іншими резидентами?» 28,6% ставлять найвищій бал, вказуючи що вони дуже багато спілкуються, 57,1% відмічають що вони спілкуються багато, та всього 14,3% відмічають що спілкуються середньо. В питанні: «Оцініть, буль ласка, за шкалою, рівень доброзичливості серед резидентів.» 28,6% ставлять найбільший бал та відмічають найбільший рівень доброзичливості, 42,9% експертів відмічають просто доброзичливість, та 28,6% показують нейтральне ставлення до інших учасників коворкінгу. Схожі данні ми отримали в питаннях: «Скажіть, звертались ви колись за допомогою чи проханням до когось з резидентів?» та «Скажіть, чи звертались до вас інші резиденти з проханням?» відповідно: 57,1% та 35,7% – так. 42,9% та 64,3% – ні. Ці показники свідчать про доволі високий рівень культури взаємовідношень між самими резидентами, формування всередині середовища малих соціальних груп та тісних міжособистісних зв’язків, які можуть базуватись не тільки на спільному місці для роботи. Це формує здорову екосистему всередині коворкінгу, укорінює постійних клієнтів, адже їх тепер додатково тримає не тільки зручне місце для праці, а й взаємовідношення з однодумцями, а також дає можливість для формування нових спільних проектів.

Заключним іде демографічний блок, він показує нам, на кого потрібно орієнтуватись в розробці коворкінгу, чиї потреби будемо вирішувати та кому надавати послуги. 85,8% експертів знаходяться в віковій категорії від 20 до 30 років. З них 78,6% чоловіки. Отже, основна аудиторія це чоловіки від 20 до 30 років. Цей показник дуже гарно ілюструє стан сучасної економіки України. С кожним роком все більше працездатних молодих людей виходять на інформаційний ринок праці.

Також окремо хочеться відмітити важливість географії розташування. Адже 66,7% опитаних експертів, для того, щоб потрапити до коворкінгу, користуються громадським транспортом. Зручність розташування зупинок транспорту та кількість прямих маршрутів грають дуже важливу роль в доступності послуг коворкінгу.

Підбиваючи підсумок проведеної роботи, можна сказати, що гіпотеза дослідження була підтверджена., Якістьнадання послуг коворкінгами є визначальним чинником формування їх комунікативного середовища та створює умови для реалізації ділової активності клієнтів. По отриманим даним можна розробити рекомендації щодо покращення надання послуг, модернізації самого простору Edison Space та надання інформації майбутнім ковркінгам, задля уникнення зайвих фінансових витрат, та якісної роботи.

**3.3. Рекомендації щодо шляхів вдосконалення роботи закладів коворкінгу.**

Опираючись на проведене соціологічне дослідження якості надання послуг в громадських закладах коворкінгу, можна надати рекомендації щодо роботи типових закладів, їх орієнтованості, покращення наявних послуг, які надаються клієнтам. Дослідження ілюструє наявні потреби клієнтів типових закладів, та допомагає зрозуміти сутність послуг.

Від якості послуг, які надає коворкінг, напряму залежить рівень заробітку фрілансерів, які в ньому працюють. Зручна та комфортна обстановка сприяє продуктивній діяльності клієнта, зменшена кількість подразників, які можуть відволікати також збільшує продуктивність.

Найперша проблема, яка повинна бути вирішена, це місце знаходження закладу. Коворкінги потрібно розташовувати в легкодоступному місці. Суть така, що чим більше є способів дістатись до закладу, тим більше людей зможуть це зробити. Ідеально розміщувати неподалік від великих транспортних розв’язок, в центрі міста, або в діловій зоні. Також слід враховувати доступність паркінгу для автомобілів та наявність розвиненої ділової та комерційної інфраструктури.

Важливим чинником забезпечення якості послуг є дизайн інтер’єру, та планування робочих зон. Дуже важливо пропрацювати ергономіку коворкінгу. Помилкою буде робити один великий відкритий простір, в якому будуть проходити всі заходи, та паралельно працювати клієнти. Потрібно відділяти такі зони, щоб вони не заважали одне одному. Якщо такої можливості немає, то потрібно або переробити концепцію, яку ви впроваджуєте, або максимально розділити такі зони дизайнерськими рішеннями, наприклад, декоративні полиці з книгами, вітражне скло та інше. Найбільш вдалим та продуктивним для роботи резидентів буде таке розділення простору: зона відпочинку, де резиденти можуть неформально спілкуватись, відпочити від своєї роботи, або поспати чи почитати книжку.

Зона їдальні, вдалим поєднанням є їдальня та власне кафе коворкінгу, цій зоні потрібно також приділити увагу, щоб вона відповідала санітарним нормам, та була комфортна. Дуже значна частина комунікацій проходять саме в їдальні, тому комфорт є одним з пріоритетних факторів. Зона гардеробу, буде дуже доречною, в цій зоні також можна розмістити додаткові камери схову.

Зона ресепшн – це обличчя коворкінгу, місце, куди насамперед звертається клієнт, що заходить. Жоден коворкінг в наші дні не може нормально функціонувати без зони ресепшн. Ресепшн росташовують, зазвичай, на вході, стійка ресепшн вітає відвідувача, створюючи перше враження. Перше враження про коворкінг може вкоренитися в підсвідомості клієнта і вплинути на хід подальшого співробітництва. Завдання ресепшн не тільки нести максимум інформації про роботу компанії, але й формувати уявлення про неї, задавати тон подальших відносин з клієнтами. Центральне місце в ресепшн займає стійка, за якою розташовуються співробітники, найчастіше адміністратор. Стійка ресепшн – це обличчя компанії, крім функціональної, виконує і представницьку роль, а значить і створює [імідж](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D0%BC%D1%96%D0%B4%D0%B6) компанії. Частіше стійка розміщується [фасадом](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%B0%D1%81%D0%B0%D0%B4) до входу, але в маленьких приміщеннях її ставлять і уздовж бічної стінки. Основна особливість стійок ресепшн – їхня дворівнева структура, яка покликана зробити умови для спілкування адміністраторів, і гостей, які підходять до стійки.

Робоча зона, те місце, де працюють клієнти. Організація робочого місця повинна сприяти максимальній ефективності процесу праці й бути гідною людини. Вона визначає продуктивність праці працівника та її якість. **Планування робочого місця** передбачає раціональне розміщення у просторі матеріальних елементів виробництва, зокрема устаткування, технологічного та організаційного оснащення, а також робітника. Рівень організації праці на конкретному робочому місці залежить також від якості його обслуговування. **Обслуговування робочого місця** передбачає своєчасне забезпечення його всім необхідним, включаючи технічне обслуговування (налагодження, регулювання, ремонт); регулярну подачу необхідних видів енергії, інформації та витратних матеріалів; контроль якості роботи обладнання, транспортне та господарське обслуговування (прибирання, чищення обладнання тощо). Для забезпечення мінімуму потреб клієнта, до робочої зони входить: стіл, стілець, особиста камера схову або шухлядка, де можна розмістити та залишити свої речі щоб не носити їх с собою, достатня кількість розеток, мінімум три на одну людину, мережевий дріт для швидкісного підключення до інтернету. Цей перелік мінімально вирішує потреби клієнта в робочому місці. Можливі індивідуальні варіації в залежності від потреби окремих індивідів та від концепції коворкінгу.

Зона для проведення івентів. Вона обов’язково повинна бути відокремленою від всіх інших зон, стіною, склом або іншим шумоізолюючим матеріалом. Вона служить як для самих резидентів, так і для потреб коворкінгу. Таку зону здають в оренду для проведення різного роду заходів, лекцій. Або служить додатковим майданчиком для неформального спілкування резидентів.

Важливим є побутове забезпечення потреб клієнтів. Опалення взимку, кондиціонування влітку, постійний потік свіжого кисню, гаряча вода, сан вузли, швидкісний інтернет. Фрілансери приходять до коворкінгів, знаючи, що заплативши гроші за робоче місце, ці всі проблеми будуть вже вирішені.

Дуже велику увагу слід приділити також якості структурних елементів коворкінга, меблям, та функціональним частинам дизайну. Важливо розуміти що коворкінг це громадське місце з дуже великим потоком людей. Потрібно вибирати дуже якісні та функціональні меблі. Приділити цьому аспекту дуже багато часу. Бо, як показує практика, такі речі як стільці, дивани, столи швидко приходять в неробочий стан.

Отже, розуміння потреб клієнтів коворкінгу, та бажання їх вирішувати, спонукають на надання якісних послуг. Формуючи середовище, пам’ятайте що воно повинне створювати умови для реалізації ділової активності клієнтів та створювати комунікативне середовище.

**ВИСНОВКИ**

Коворкінг є однією з нових форм утворення та організації робочого простору. Такий спосіб організації покликаний задовольняти нові форми взаємодії працівників. Трансформуючи сформовані раніше соціальні відносини і соціальні структури.

Такий вид організації викликав дослідницький інтерес як у зарубіжних так і у вітчизняних дослідників. Але через новизну тематики, більшість робіт має загальний, описовий характер. Тож, в рамках цієї дипломної роботи досліджено такий аспект, як якість надання послуг в громадських закладах типу коворкінг.

Для досягнення поставленої мети було розв’язано ряд наукових завдань.

У дослідженні було сформовано та уточнено ряд основних понять. Одним з головних є поняття: «коворкінг». З англійської дослівно перекладається як «співпраця». Це багатогранне явище, яке має ряд визначень. В загальному сенсі, це певне просторове формування, модель роботи в якому між учасниками соціальної взаємодії визначається поділом ресурсів користування. Такі заклади створюються та обладнуються таким чином, щоб надати комфортні умови праці. Також важливими є поняття: «послуга», «якість», «громадський заклад».

Проаналізувавши стан дослідження наукової проблеми, нами було виділено низку авторів, які займались дослідженням такого явища як коворкінг та опрацювали їхні наукові роботи, що становили теоретичну та практичну базу дослідження. Поява нової форми організації праці викликала науковий інтерес у вчених з різних сфер діяльності. Соціологи, урбаністи, економісти почали досліджувати інституціоналізацію та укорінення в нашому житті коворкінгів.

При вирішенні поставленого завдання визначено принципи та методи дослідження якості надання послуг в громадських закладах типу коворкінг. Вивчення якості надання послуг в громадських закладах типу коворкінг має ґрунтуватися на принципах:

– Принцип біхевіоризму, тобто зв’язок реакції, що формує поведінку людини на виникаючі подразники або взаємодія в рамках надання послуг.

– Принцип символічного інтеракціонізму полягає в обміні символами в процесі надання послуг, що формують комунікативну взаємодію.

– Принцип феноменалізму проявляється в тому, що в процесі отримання послуг формуються трудова, інтелектуальна, творча взаємодія, що характеризує комунікацію в коворкінгу.

– Принцип детермінізму виявляється в тому, що комунікаційне середовище коворкінга заохочує розвиток потреб індивіда в пізнавальній діяльності що, в свою чергу формує нові комунікативні звя’зків.

Опрацьовані методи допомогли у вирішенні практичних та теоретичних завдань, які ставились як цілі. Розроблена методологія дослідження коворкінгу, завдяки якій були отримані результати що характеризують якість надання послуг цими закладам.

У дослідженні була з’ясована та розглянута дуалістична модель коворкінга, зі сторони організації соціальної взаємодії та зі сторони організації просторової взаємодії. Опрацьовані фактори що впливають на результати роботи коворкінгу, та різні види коворкінг центрів. Так, зі зростом такого прошарку населення як фрілансери зростає і потреба в коворкінгах, тобто в місцях для їх праці. Тож і зростає диференціація спрямованостей коворкінгів, з’являються виробничі, творчі, ремісничі коворкінги. Саме модель просторової організації є тим фактором, який спонукає появі взаємозв’язків та створює зовнішній вигляд всій організації. Територіальний компонент є важливим не тільки в рамках коворкінгу, він ще створю імідж за межами його, приваблює нових клієнтів, та є обличчям всього коворкінгу.

Практична оцінка якості надання послуг в закладах типу коворкінг в Україні засвідчує, що потенціал цих закладів використовується неповною мірою, а тому вдосконалення діяльності коворкінгів потребує втілення в практику їхньої діяльності кращого світового досвіду. В роботі проаналізовано світовий досвід формування коворкінгів, визначено ключові етапи становлення сучасного виду коворкінгу, а також формування світових мереж коворкінгів.

Основою діяльності коворкінгу є надання послуг. Коворкінги створені для вирішення просторових та комунікативних проблем, які виникають перед фрілансерами. Вони беруть на себе всі організаційні та комунальні проблеми оформлення та підтримки в життєздатному стані робочого місця. Проте нема чіткого поняття, що саме повинно входити до функцій коворкінгу та як саме вони повинні їх надавати.

Метод опосередкованого експертного опитування було використано для перевірки гіпотези дослідження. Для проведення дослідження був обраний Запорізький коворкінг Edison Space, метою дослідження було отримання даних, які характеризують якість надання послуг в коворкінгу та соціальної взаємодії. Отримані дані підтвердили що, якістьнадання послуг коворкінгами є визначальним чинником формування їх комунікативного середовища та створює умови для реалізації ділової активності клієнтів.

Отримані дані є дуже корисною інформацією для власників коворкінгів, тому що вони акцентують увагу на дотримані якості послуг для задоволення потреб фрілансерів та клієнтів коворкінгів.

**Список літератури**

1. Артюхова І.В. Дослідження тлумачення поняття «якість» як економічної категорії. *Культура народов Причерноморья*. 2007. No 103. С. 122-124.

2. Ганущак-Єфіменко Л. М. Система управління якістю. *Матеріали II Всеукраїнської наукової інтернетконференції «Освітньоінноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи»*. 7 грудня 2017 р., Київ. Київ : КНУТД, 2017. С. 3239.

3. Грішнова О. А. Фріланс: нові можливості і проблеми реалізації трудового*. Ринок праці та зайнятість населення*. 2016. No 1. С. 812.

4. ДСТУ ISO 90002001. Системи управління якістю. Основні положення та словник. URL: <https://dnaop.com/html/34108_3.html>. (дата звернення: 25.12.2019).

5. Державна служба статистики України URL: ukrstat.gov.ua. (дата звернення: 10.12.2019).

6. Заклад. URL: https://kodeksy.com.ua/dictionary/z/zaklad.htm (дата звернення: 25.12.2019).

7. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. N 1023XII. Дата оновлення: 11.12.2019. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/102312](https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/1023-12). (дата звернення: 25.12.2019).

8 . Рекун Г. П. Інститут позаштатної зайнятості в сучасній моделі ринку праці України. *Социальная экономика*. 2016. No 2. С. 39-45.

9. Рекун Г., Богуш А., Ключка. Інститут позаштатної зайнятості в сучасній моделі ринку праці України. Социальная экономика, Национальная академия наук Украины, Харьковский национальний университет Каразина. 2016. No 2. С. 39-45.

10. Снігур Х. Коворкінг: переваги та недоліки робочих місць. *Вісник Тернопільського національного економічного університету.* 2017. No4. С. 117-124.

11. Установа. URL: ttps://leksika.com.ua/13281126
/legal/ustanova. (дата звернення: 25.12.2019).

12. Утєхін І. Б. Якість послуг за договором у цивільному праві. *Університетські наукові записки*. Чернівці. 2010. No 4(36). С. 57-62.

13. Фрілансер. URL: https://www.kadrof.ru/freelance.shtmlФрілансер. (дата звернення: 25.12.2019).

14. Яремчук Р. Є. Основні переваги та загрози для комплексного розвитку ІТ сектора України від реалізації угоди про асоціацію з ЄС. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України.* 2015. Випуск 5 (115). С. 68-72.

15. Бабич С., Пархименко В. Коворкинг: концепция и перспективы. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kovorkingkontseptsiyaiperspektivy/viewer. (дата звернення: 25.12.2019).

16. Божкова К. Как изменился фриланс в Украине за 5 лет: конкуренция, специальности, рейты. URL: [https://ain.ua/2017/03/22/kakizmenilsyafrilansvukraineza5letkonkurenciyaspecialnostirejty](https://ain.ua/2017/03/22/kak-izmenilsya-frilans-v-ukraine-za-5-let-konkurenciya-specialnosti-rejty). (дата звернення: 25.12.2019).

17. Все коворкинги. URL: <http://www.coworking.net.ua/> (дата звернення: 18.12.2019).

18. Игнатьева Ю. А. Коворкинг как новая модель бизнеса. *Бизнес образование в экономике знаний*, М. Іркуцьк, Росія, 2018. No3. С. 42 45. URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/kovorkingkaknovayamodelbiznesa/viewer](https://cyberleninka.ru/article/n/kovorking-kak-novaya-model-biznesa/viewer). (дата звернення: 25.12.2019).

19. Коворкинги офисы будущего? URL: https://www.cre.ru/analytics/39330. (дата звернення: 25.12.2019).

20. Койава Е. C., Юртаева Е. А. Что такое коворкинг: его достоинства и недостатки. *Успехи в химии и химической технологии.* М. Москва, Росія, 2012. No 8. С. 107-110.

21. Матвиенко К., Куталов В., Киселёв К. Коворкинги: особенности и перспективы развития рынка. *Весник современных исследований.* Омск. 2018, No1212(27). С.288-292.

22. Рузавин Г.И. Методология научного исследования. Москва. : ЮНИТИДАНА, 2012. 287 с.

23. Теперь здесь коворкинг: почему офисы сдают позиции. URL: https://www.thevillage.ru/village/business/story/301803kovorkingi (дата звернення: 25.12.2019).

24. Трушин Г. Коворкинги: за и против. URL: http://realty.vesti.ru/gorod/kovorkingzaiprotiv. (дата звернення: 25.12.2019).

25. Что такое фриланс. URL: [https://www.freelance.ru](https://www.freelance.ru/users/serya). (дата звернення: 25.12.2019).

26. Швед В. Коворкинг: возможности и преграды. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. No 4. URL: http://www.globalnational.in.ua/archive/42015/230.pdf.

27. Butcher T. Coworking: locating community at work. *College of Business, RMIT University.* Мельбурн, Австралія, 2013. URL: https://www.anzam.org/wpcontent/uploads/pdfmanager/118\_ANZAM2013255.PDF (дата звернення: 25.12.2019).

## 28. Canada.gcuc.co. 2018 Global Coworking Forecast: 30,432 Spaces and 5.1 Million Members by 2022. URL: https://gcuc.co/2018globalcoworkingforecast30432spaces51millionmembers2022/. (дата звернення: 25.12.2019).

## 29. [Capdevila](https://papers.ssrn.com/sol3/cf_dev/AbsByAuth.cfm?per_id=2189719) I. Typologies of Localized Spaces of Collaborative Innovation URL: <https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2414402>. (дата звернення: 18.12.2019).

30. Cbase. URL: https://www.digitalinberlin.de/c-base/. (дата звернення: 10.12.2019).

31. Coworking zone. URL: <https://www.coworking.com.ua/> (дата звернення: 18.12.2019).

32. Deskmag.com. URL: <http://www.deskmag.com/>. (дата звернення: 25.12.2019).

33. Deskmag URL: http://www.deskmag.com/

34. Deskmag.com. The 2018 Global Coworking Survey. URL: http://www.deskmag.com/en/backgroundofthe2018globalcoworkingsurveymarketresearch. (дата звернення: 25.12.2019).

# 35. Frazer E. The Problems of Communitarian Politics: unity and conflict URL: [http://users.ox.ac.uk/~efrazer/efrazer/Problems,%20Pref%20and%20Intro.pdf](http://users.ox.ac.uk/~efrazer/efrazer-/Problems%2C%20Pref%20and%20Intro.pdf) (дата звернення: 18.12.2019).

36. Freelance. URL: http://www.businessdictionary. com/definition/freelance.html. (дата звернення: 25.12.2019).

37. Freelancehunt. URL: https://freelancehunt.com. (дата звернення: 10.12.2019).

38. Gupta A. The CoWorking space concept. URL: [https://www.iima.ac.in/c/document\_library/get\_file?uuid=029aa57625084974808c91df12ab6c5c&groupId=642050](https://www.iima.ac.in/c/document_library/get_file?uuid=029aa576-2508-4974-808c-91df12ab6c5c&groupId=642050) (дата звернення: 25.12.2019).

39. Roy M. Hiring and Learning in Online Global LaborMarkets. Stanford University. 2011. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\_id=
1957962 (дата звернення: 10.12.2019).

# 40. Kenline C., «Defining a Culture»: The Paradigm Shift Toward a Collective Economy.URL:https://www.academia.edu/2327744/Defining\_a\_Culture\_The\_Para digm\_Shift\_Toward\_a\_Collective\_Economy. (дата звернення: 18.12.2019).

41. [Koevering](https://www.tandfonline.com/author/van%2Bde%2BKoevering%2C%2BJasper) J., [AppelMeulenbroek](https://www.tandfonline.com/author/Appel-Meulenbroek%2C%2BRianne) R., [Arentze](https://www.tandfonline.com/author/Arentze%2C%2BTheo) T. Analysing user preferences for coworking space characteristics. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09613218.2018.1463750?scroll=top&needAccess=true&>. (дата звернення: 10.12.2019).

# 42. ResearchGate. Coworking: A Community of Work. URL: <https://www.researchgate.net/publication/290430356_Coworking_A_Community_of_Work>. (дата звернення: 18.12.2019).

43. The history of coworking spaces in a timeline. URL: http://www.deskmag.com/en/thehistoryofcoworkingspacesinatimeline. (дата звернення: 10.12.2019).

44. Topsdev. Топ 7 странлидеров фрилансерского аутсорспрограммирования Восточной Европы в 2014 году. URL: https://topsdev.org/blog/topcountriesreport2014.htm (дата звернення: 18.12.2019).

45. Ubr.ua. URL: http://ubr.ua/analytics. (дата звернення: 10.12.2019).

46. Uda T. What is Coworking? A Theoretical Study on the Concept of Coworking. URL: <https://eprints.lib.hokudai.ac.jp/dspace/bitstream/2115/53982/1/DPA265.pdf> (дата звернення: 18.12.2019).

47. WatersLynch J., Potts J. Coworking: A Transdisciplinary Overview: URL: https://www.academia.edu/25139868/Coworking\_A\_Transdiscip linary\_Overview. (дата звернення: 25.12.2019).

**ДОДАТКИ**

**Додаток А**

**Програма соціологічного дослідження на тему:**

**Якість надання послгу в закладах громадського харчування**

**Методологічна частина**

*1. Обґрунтування проблеми дослідження.* Зміни, що відбуваються у сучасному економічному просторі, підвищення рівня його інноваційності, зумовлюють трансформацію змісту та характеру праці, її інтелектуалізації, зміна структури форм економічних та, зокрема, трудових відносин. Все більше уваги приділяється розумовій праці, творчим та інноваційним формам роботи. Все більше працездатного населення переходить на так званий фріланс. Але зростаючої кількості робітників виникає потреба десь працювати та соціалізуватись. Саме для вирішення цих потреб, працівники і звертаються до послуг коворкінгів. Проте надані послуги не завжди відповідають стандартам якості, тому виникає питання в дослідженні послуг, які надаються коворкінгами.0

*2. Об’єкт дослідження.* Задоволеність споживачів наданими послугами в коворкінгу Edison Space.

 *3. Предмет дослідження* Якість послуг як вирішення потреб споживача Edison Space.

4. *Мета дослідження.* соціологічне дослідження якості послуг в коворкінгу Edison Space.

*5. Завдання дослідження.*

– Провести опесердковане анкетування експертів з метою дослідження їх думки.

– Визначити рівень послуг, що надаються в коворкінгу Edison Space;

– Виявити слабкі місця наданих послуг;

– Проаналізувати та проінтерпретувати результати дослідження;

– розробити рекомендації по результатам проведеного дослідження.

*6. Системний аналіз об’єкта і предмета дослідження*

*6.1 Інтерпретація основних понять*

**Коворкінг –** це загальний, обладнаний всім необхідним для роботи простір, який здається в оренду будь-якому відвідувачу центру і передбачає роботу людей на неконкурентній основі, за відсутності бізнес-ієрархії.

**Послуга –** це діяльність виконавця з надання (передачі) споживачеві певного визначеного договором матеріального чи нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб.

**Якість –** це певну ступінь, до якої сукупність власних характеристик задовольняє вимоги.

*6.2 Гіпотеза дослідження.* Якістьнадання послуг коворкінгами є визначальним чинником формування їх комунікативного середовища та створює умови для реалізації ділової активності клієнтів.

 **Додаток Б**

АНКЕТА РЕЗИДЕНТА

Шановні резиденти нашого закладу!

Прошу вас прийняти участь в експертному опитувані, яке є частиною дослідження для магістерської роботи на тему «Якість надання послуг в громадських закладах коворкінгу». Учасниками цього опитування є резиденти Edison Space coworking. Головна мета цього опитування – дізнатися вашу експертну думку щодо якості надання послуг у коворкінгу. Приблизний час опитування – 5–10 хв. Дослідник гарантує, що Ваші відповіді будуть використані лише для дипломної роботи.

 





                  