

## ВЛИЯНИЯ НА ИКОНОМИКАТА НА СПОДЕЛЯНЕ ВЪРХУ ИНДУСТРИЯТА НА СЪБИТИЯТА: В КОНТЕКСТА НА СПОДЕЛЕНИТЕ РАБОТНИ ПРОСТРАНСТВА

доц. д-р Стела Балтова

*Международно висше бизнес училище, Ботевград*

Александра Йолова

*Международно висше бизнес училище, Ботевград*

## THE IMPACT OF SHARING ECONOMY ON EVENT INDUSTRY: THE CASE OF CO-WORKING SPACES

Assoc. Prof. Stela Baltova, PhD

*International Business School, Botevgrad*

Alexandra Yolova

*International Business School, Botevgrad*

**Abstract:** *The aim of the paper is to discuss critically the soaring development of co-working spaces and their impact on the event industry. The paper starts from a short summary of the expansion of the sharing economy the last decade. Then we examine the co-working spaces as an emerging model of traditional services offered and we identified the different kind of events organized in co-working spaces and the impact of the ecosystem on the established partnerships. Finally we give our reflections for future research.*

**Keywords:** *sharing economy, co-working space, event industry, impacts.*

### ВЪВЕДЕНИЕ

Бизнес моделът на икономиката на споделяне навлезе сякаш неусетно през последните над десет години в различни сфери на икономиката, социалния живот на обществата, в публичния сектор, дори и в личния живот на хората [2,4,9]. Няма единно мнение за тази алтернативна форма на потребление, която поставя споделянето на преден план и въвлича със себе си все повече заинтересовани страни от различни сектори на икономиката, и все повече потребители. Няма консенсус за формите ѝ на проявления, за влиянията ѝ върху начина на живот, на работа, на пътуване, на разпределение на благата, които създава. Отприщването на силата на нейните модели се свързва с навлизането на дигитализацията във всички сфери на живота, както и в личния живот на хората. В България има няколко много големи и много активни международни играчи, които оформят пазара на услуги в икономиката на споделяне (напр. Airbnb, Couchsurfing и др.), както и все повече местни инициативи могат да бъдат намерени в различни сектори като настаняване, транспорт, споделени работни места, споделяне на таланти и други.

В резултат на проявленията на икономиката на споделяне настъпва трансформация на индустриите, особено в услугите. Популярността на споделените пространства за работа расте. Те дават възможности на работещите в тях да се чувстват свободни, независими, да работят в мрежа, да си сътрудничат. Това води до създаването



на общност, в която средата е много формална и същевременно силно колаборативна, въпреки, че се състои от нецелево събрани хора. Обстоятелството, че се създава такава среда, граничеща до обособена социална бизнес екосистема, я прави идеална за събития, които осигуряват усещане за общност. Дали трябва да разглеждаме споделеното работно пространство като конкурентно място за провеждане на събитие? И дали събитието ще повлияе на екосистемата на споделеното работно пространство? В научната литература съществуват много малко изследвания относно събитията в споделените работни пространства. Повечето информация може да бъде намерена на самите интернет страници на споделените работни пространства, в някои блогове, които се опитват дори да класифицират видовете събития, за които моделът на споделеното работно пространство е подходящ или пък създава условия за провеждане на нов вид събития. Оттук произтича важността от изучаване и разбиране влиянията на икономиката на споделяне върху индустрията на събитията, за да се разработят виждания за ползи и преодоляване на недостатъци на тази нова възможност.

Изследването си поставя за цел първо да идентифицира вида събития, които се провеждат в споделените работни пространства, като се ограничава в България. След това да очертае потенциалните влияния на средата върху събитията, които се провеждат в тях и *vice versa*.

Използваните методи с етнографски характер на наблюдението, интеракции с участници в събития, описанието, методът на синтез и на обобщаване, позволяват да бъдат постигнати целите на изследването.

## КОНЦЕПТУАЛНИ ВИЖДЕНИЯ ЗА ИКОНОМИКАТА НА СПОДЕЛЯНЕ

Въпреки честите и разнообразни проявления на икономиката на споделяне, има трудности за постигане на единна дефиниция [9]. Разглежда се на концептуално ниво, както и често заменяемо се използват термините „споделена икономика“, „колаборативна икономика“, „икономика на партньорствата“, „икономика на търсенето“, „съвместно потребление“ [2,9,12]. В основата на моделите на икономиката на споделяне е споделеното потребление на ресурси. Вместо да придобие дадена стока, потребителят получава правото да я използва за ограничен период от време. Предвид това, моделът на икономиката на споделяне изисква за функционирането си наличие на собственик или доставчик, но на преден план излиза споделеното използване на ресурси. Освен частни лица в този нов бизнес модел участват и компании, като всички се възползват от предимствата на споделянето.

Алекс Стефани дефинира икономиката на споделяне като стойността при вземането на недостатъчно използвани активи и предоставянето им на достъп до общност, което води до намалена нужда от собственост върху тези активи [12]. Стефани разделя дефиницията си на пет важни характеристики, които спомагат за оптимално разбиране: стойност; недостатъчно добре използвани активи; онлайн достъпност; общност; намалена нужда от собственост. Под „стойност“ Стефани има предвид, че платформите за споделяне на икономиката генерират взаимни икономически ползи за участниците. Макар, че повечето платформи имат за цел да увеличават печалбата си, има някои изключения, при които максимизирането на печалбата играе второстепенна роля, а основната цел е устойчивото обслужване.

В България няма разработени конкретни политики, нито стратегически документи за развитието на икономиката на споделяне. Налице е необходимост от политики и действия, които да осигурят възможности за добиване на ползи от икономиката на споделяне и получаване на стойност от нейните политически, икономически, социални влияния и влияния върху околната среда.

## АСПЕКТИ НА СПОДЕЛЕНИТЕ РАБОТНИ ПРОСТРАНСТВА

Едно от специфичните проявления на икономиката на споделяне са **споделените работни пространства**, с придобилото популярност наименование и на български „коуъркинг пространства“. Замислени в началото като офиси, в които има обособени работни места с офис оборудване и безжичен интернет за отдаване под наем, те се превръщат и съществуват в една голяма част като места, в които независими професионалисти, главно самонаети, реализират голяма част от своето време, освен за изпълнение на работни функции, така и за социален живот [6]. В литературата като цяло споделените работни пространства се възприемат като иновация и не се среща критичното им разглеждане, представят се като интегриран и свободен модел на бизнес и работа, който се фокусира върху нуждите на предприемачи, хора със свободни професии, фрилансери, малки и средни фирми, изнесени услуги на големи компании, иноватори със знания [3,10].

Технологичните иновации, интернет базираните услуги ще продължат да оказват влияние и да променят моделите на организация на работа [11]. Увеличеното използване на мобилните технологии през последните 2-3 десетилетия промени отношението към работата и доведе до възможности за работата от всяко кътче на света по всяко време на денонощието [8]. При все това, самонаетите или работещи на договор отдалечено от фирмата, продължават да имат необходимост от такава работна среда, която да стимулира работния процес, да могат да се обсъждат и раждат идеи, да се представят проекти, а се търси консенсус и сътрудничество. Всичко това доведе до ръст в споделените работни пространства. Двигател за еволюцията им са тенденцията към нови начина на организация на работата, проектна работа, съвместно използване на активи или обмен на активи и услуги, баланс работа-живот, икономическа ефективност, устойчивост, гъвкави задачи, базирани на проекти, съвместно използване на дълготрайни активи и обмен на услуги [15].

Увеличаването на броя на споделени пространства се случва почти всекидневно. Според проучване на Coworking Insights, което се базира на Coworker.com [13], през 2019 г. в света има 9452 пространства за коуъркинг в 158 държави. Европа разполага с най-голямото предлагане от над 3100 пространства, Азия е на 2-ро място с 2586 пространства, а Северна Америка изостава с 2278 пространства. За сравнение през 2015 г. те са едва 894, в 82 страни, 493 града [14]. Прогнозите за 2020г. е коуъркинг пространствата да се увеличат с 42% спрямо 2019 г.

В България пазарът на споделени пространства расте непрекъснато, по-голям брой от тях са в столицата, също в Пловдив, Русе, Велико Търново, Варна, Бургас, Стара Загора, Габрово, както и в по-малки населени места като Банско, Чепеларе, Железница, Каваците. Бъдещето на споделените работни пространства е наистина обещаващо. Освен възможностите за различно работно място, те предлагат и изключително широка палитра от събития и обучения, които често се организират предимно за хората, които работят в тях, но има и отворени формати, които допълнително създават възможности за срещи и запознанства.

Бумът на споделените работни пространства в голяма степен се свързва с необходимостта на някои нови професии, при които хората работят отдалечено, да се справят с чувството за изолираност. Чувството за общност се формира не само от това, че се работи в общо пространство, а от изричната цел работещите там да бъдат част от общност [7]. Vounken определя споделените работни пространства като нов феномен на споделената икономика, при който освен, че се интегрират различни елементи на концепции за домашен офис, офис общности, телецентрове, виртуална работа, вирту-



ални екипи, инкубатори и практически общности, се предоставя възможност за междусекторна работа с повече гъвкавост, самостоятелност и възможности за социални взаимодействия [3].

Заради голямото търсене на работни места при споделените пространства както от самостоятелни хора, така и от малки фирми, все повече компании се опитват да приведат организацията си на работа със споделени структури. От една страна това им дава шанс за иновативно предимство, тъй като динамичната и креативна среда в комбинация с бизнес сътрудничество може да създаде висок потенциал за раждане на идеи. Също така работната среда на споделените пространства може да **доведе до повишени постижения и резултати заради мотивиращата обстановка**. Това е среда която създава условия и предпоставки за експериментиране, могат да бъдат включени освен традиционно опериращи на пазара компании, така и академични институции, които да си партнират заедно в проекти за постигане на социални въздействия с иновативен елемент.

Феноменът „работа в споделено пространство“ е сравнително нов. Моделът е много подходящ и много прилаган от млади предприемачи, фрилансери, микро фирми, които извършват понякога цялостната си дейност в споделени пространства. Те могат да ги сменят когато преценят, в зависимост от целите си и от партньорствата, от които се нуждаят, защото споделените пространства са от една страна пространство за работа, а от друга, споделяне на социално пространство. Споделената среда повлиява организацията на работа, управлението на ресурсите във фирмата, формира социални взаимодействия, но и се обменят идеи, създава се ново знание. Може да се допусне, че споделените пространства стимулират създаването на емпатия, хората стават способни да поставят себе си на мястото на другия и да приемат неговото емоционално състояние, да успеят да съпреживяват заедно с другия

## СЪБИТИЯ В СПОДЕЛЕНИ РАБОТНИ ПРОСТРАНСТВА

Споделените пространства са рентабилна и стимулираща развитието алтернатива на домашен офис, където полезното се съчетава с приятното. Организирането на събитие на такова място предполага много по-възбуждаваща атмосфера. Характерно за споделените работни пространства в столицата София е тяхното разнообразие. Наброявайки над 20, те са разположени в различни части на града, с различна архитектура външна и вътрешна, с различни по площ части за работа, обособено в по-малки или по-големи офиси, на един или няколко етажа. Преобладаващо имат помещения за провеждане на събития, конференции. Някои от самото начало се идентифицират като средища за изкуство, споделяне и обсъждане на арт идеи. Макар че номадите намират благоприятно място за своето амплуа и вдъхновение в по-усамотени места, в извънградска среда, в София също има изразени такива коуъркинг пространства, като SOHO. Някои споделени работни пространства започнаха да предлагат възможности за работа на големи компании, главно в сектора на информационните технологии, и провеждането както на вътрешни за общността, така и на външни събития, се превръща в част от техния живот. В други, като Betahaus в София например, което и първото споделено работно пространство в България, вече с две нови локации в София, се прилага моделът на „клубното членство“. Клубното пространство или „social clubs“ освен че дава нов облик на споделеното работно пространство, е една алтернатива за място за провеждане на събития, които утвърждават общността на хора от различни слоеве на икономическия, културния, спортния живот.

В споделените пространства работят хора от различните сектори на икономиката, както и от неправителствени организации, представители на малки и средни предприятия, ИТ специалисти. Наблюдава се и тенденция към обособяване на големи пространства за корпорации в ИТ индустрията, които събират около себе си други представители на бизнеса, с които и за които извършват дейности. Хората са избрали това пространство, за да разширят достъпа си до нова различна среда, в която могат да си позволят да подложат на брейнсторминг идеите си пред необременена от строгата организационна форма на работа в традиционна компания среда. Споделеното работно пространство е място за създаване на мрежа от неформални професионални връзки между предприемачи и професионалисти.

### **Защо да проведем събитие в споделено работно пространство?**

Палитрата на събитията, които се организират и провеждат в коуъркинг пространствата в България е богата, разнообразна, нетрадиционна понякога, освен това те родиха нов вид събития, които провеждат в рамките на своите модели – кампуси за здраве „co-workation (coworking + coliving + inspiration&vacation)“, лаптопаджийски лагер (Coworking space Чепеларе); „Coworking + coliving на плажа“ (не само за номади) – киновечери, уебинари; „Coworking, coliving, coparty“ или висша форма на споделяне едновременно на работата, ежедневието и забавлението във веригата Networking Premium. Сред експериментаторите (в инкубатора в София Тех Парк; в CleanTech), събитията са свързани с устойчиво развитие на бизнеса, зелени технологии, въвеждане на иновации, насърчаване на предприемачеството. Модерните This Way (София), FreeДом21 (Велико Търново) са място за креативни и арт събития, които събират аудитория с много сходни интереси и занимания.

Разположени в изоставени индустриални сгради, или стари сгради, задъхани от времето, след тяхното реновиране и адаптиране за нуждите, дори и с някаква цел да се създадат творчески квартали, градове за работа, за социален живот, изпълнен със събития. Събитията надиплят креативността и тя прониква и дава дух на споделените работни пространства. Участието в подобни събития на коуъркинг пространството помага за **обединяването на хора от различни области, които споделят едни и същи хобита и интереси**. Това може да доведе до общуване и създаване на нови приятели за тези, които са нови в града и се нуждаят от единомислещи.

Организаторите на събития в тези пространства **влизат в неформални контакт с обитателите** и могат да постигнат **допълнителна взаимна стойност от събитието**. Така събитието се превръща в ресурс за тези млади предприемачи, консултанти, софтуерни разработчици, работещи там. Ползите от участието в събитие в коуъркинг пространство са многобройни и помагат в професионалния, както и в личния растеж на работещите там. От друга страна при търсене на нова аудитория както за събитието, така и за споделеното работно пространство. Според Fuzi [5], от мениджъра-домакин се очаква да има активната роля в създаването на общност в споделените работни пространства чрез стимулиране на колаборацията между работещите в тях, което ги различава от другите видове офиси [7]. Освен тесните социални интеракции между работещите, споделянето на ресурси, експертиза, знание, насърчаване генерирането на идеи е много важен аспект при съвместната работа [10].

Изграждането на **професионална мрежата** е друг аспект на участието в събития в коуъркинг пространство. Събитието спомага за привличане и създаване на нови клиенти за бизнеса на работещите там, както и за бизнес идеи. В забързаното дигитално време на хората им липсва време за хобита и развлечения, които са важни за емоционалното равновесие, за развитието на културата и духа на хората. Събитието в



коуъркинг пространство може да разгърне творческата страна в хората и да се даде например нов живот на някакво хоби или да се роди такава.

Целевата група на събитията в споделени работни пространства е специфична, конкретна, предсказуема. Това са хора търсещи преживяване, креативни предприемачи, които искат да се насладят на предимствата и да оценят вдъхновяващата атмосфера на даденото споделено пространство. А да се организира събитие в споделено пространство е чудесен начин и ключът към изграждане на стабилна връзка между общността, а също така и да привлече потенциални нови потребители.

Изследването показва, че споделените работни пространства в България имат потенциала не само като модел на работа, а и да предлагат професионална и социална инфраструктура на все по-голям брой самостоятелни хора и да обединяват всички в икономиката на споделяне. Те могат също така да съпътстват нарастващата дигитализация като допълваща и реална структура, но въпреки това да сплотяват хората чрез организиране на **нов тип споделени събития**. Събитията в тях осигуряват възможност за индивидуален подход към потребностите и желанията на целевата група. Високата степен на индивидуализация осигурява по-качествена комуникация, която може да повиши атрактивността на събитието, да доведе до увеличаване броя посетители и повишаване на тяхната удовлетвореност [1]. Събитията в споделените работни пространства **в по-малките населени места имат силен отпечатък върху местната общност и върху дестинацията като цяло**, като спомагат за създаване на конкурентни предимства на дестинацията и лоялност към дестинацията. Самото споделено работно пространство от една страна става арена на приобщаване, а от друга, дестинацията или региона в градска среда се превръща в притегателно място за творчество, иновации, уважение към ценностите на общността в среда на межкултурни стереотипи, което се асоциира със създаване на автентични преживявания и формиране на имидж на дестинацията, на една брандирана дестинация. В литературата брандираната дестинация има своите предимства, които се изразяват в персонификация, неподражаемост, диференциация, лоялност, имидж, обвързване на туристите, различна ценова политика [1]. Тук ефектът е двояк, защото както събитието въздейства на дестинацията, така и коуъркинг пространството определя обхвата, времето, целта и качеството на събитието. Това са събития с емпатия, с емоционалност, често съкровени, с открояващ се емоционален профил на посетителя. Паралелните събития създават стойност не само за организаторите и посетителите, но и за работещите в пространствата.

Темата за събитията в споделените работни пространства може и трябва да бъде разглеждана най-малко от два аспекта: вътрешни корпоративни събития и външни събития. От друга страна, организатори на събития може да бъдат самите споделени работни пространства, но могат да бъдат изцяло независими от тях външни компании, които избират за място на своето събитие. Събитията са полезни за споделените работни пространства. Какъвто и да е обхвата на проекта, чрез който се реализира събитието, както и дейностите, които се извършват, събитията обединяват хората, насърчават ги към споделяне на мнения, инициират ги за раждане на идеи, които също се споделят в кръга на пространството. Събитията са добавена стойност за бранда и престижа на бизнеса на споделеното работно пространство като цяло и могат конкретно за даден наемател да имат такова въздействие. Събитията могат да превъплътят мисията на споделените работни пространства за създаване на социална близост и колаборация, за създаване и ко-създаване на знание и добавен стойност, които да доведат до иновиране на бизнес модела на споделеното работно пространство, както и на бизнесите на участниците в него. Събитията, особено изцяло външните за вътреш-

ната среда на споделеното работно пространство дават на обитателите и на гостите представа за общността му, но също могат да помогнат за привличане на нови членове. За споделените работни пространства, събитията могат да бъдат източник на допълнителни приходи, но още по-същественото е, че стават привлекателна сила и маркетингов инструмент за коуъркинг пространствата, защото могат да привлекат нови „служители“, както и да осигурят на вече работещите в тях възможност за свързване в нови мрежи бидейки извор на идеи. Алтернативно, тези няколко постижения могат да са резултат и от вътрешни събития, ако те се отворят за външна публика.

Споделените работни пространства са в пълна противоположност и същевременно с предимство пред атмосферата на претъпканите офиси и класически салони за провеждане на събития чрез обстановка, която създава уют, ритъм, постига тон и хармония с динамиката на събитието. Постига се висока степен на доверие, на отдаденост – подходяща среда за социални събития, за събития с емпатия. И не на последно място, събитията, които се организират и провеждат в споделените пространства за работа се превръщат в средище на обмен на знание и колаборации. Знанието и колаборациите са в основата на съвместното създаване на стойност в споделените работни пространства [6]. Събитията внасят допълнителен стимул и се превръщат в платформа освен за обмен, за създаване на многостранни и разнообразни връзки и взаимоотношения, които могат да доведат до иновативни резултати.

### **ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ ЗА БЪДЕЩИ ИЗСЛЕДВАНИЯ**

И някак незабележимо икономиката на споделяне постепенно променя облика на индустрията на събитията, прави ги по-динамични, неочаквани, желани. Събитията, които се организират в коуъркинг пространствата са инструмент чрез който те се интегрират с бизнес екосистемата на града, събитията ги превръщат в мястото на създаване на партньорства. Колкото по-рано споделените работни пространства осъзнаят и разберат тази възможност и я оценят, толкова по-пълноценно могат да планират основните дейности на пространството и създаването на оптимални условия на труд. Събитията, организирани от външни организации в споделените работни пространства играят ролята и на маркетингов инструмент за промотирането им. Това се отнася както за големите населени места, така и за много малките и отдалечени.

Споделените работни пространства могат да се превърнат и в бариера за качествено провеждане на събитие. Основното препятствие обаче няма материален характер, а е свързано преди всичко с липсата на опит, знание, липса на стратегия и ясен план на събитието. В случая се касае за съвместен бизнес, основан на преживявания, които трябва да бъдат предвидени, планирани, генерирани, създадени, насърчавани преди събитието, в хода на събитието и след приключването му. В средата на споделеното работно пространство, при провежданите събития се наблюдава размиване на границите на икономическата и социалната полза и дори може да бъдат разглеждани като генератор на нови идеи.

Индустрията на събитията беше силно ударена от кризата Covid-19. Само за няколко седмици глобалният пейзаж се промени драстично и професионалистите в тази индустрия срещат необходимост от бързо вземане на решения, създаване на нови модели, експлоатиране и адаптиране на решения от други сектори към индустрията на събитията. В бъдещи изследвания търсенятия трябва да бъдат насочени към икономическия ефект, политиките, ролята на съвместната работа в мрежи при организиране на събития в условията на Covid-19.



## Литература:

1. Александрова, Е. Събитията като инструмент за брандиране и позициониране на градските дестинации, Сборник доклади от XV Международна научна конференция „Туризм: Изследвания, развитие и образование, МВБУ, 2018, 119-130.
2. Belk, R. Sharing. *J. Consum. Res.* 36, 2009, 715–734.
3. Bouncken, R., Aslam, M.M. Understanding knowledge exchange processes among diverse users of coworking-spaces, *Journal of Knowledge Management*, vol. 23, 10, 2019, 2067-2085.
4. Frenken K., Schor J. (2017) Putting the sharing economy into perspective, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 2017, 3-10.
5. Fuzi, A. (2015). Coworking spaces for promoting entrepreneurship in sparse regions: The case of South Wales. *Regional Studies, Regional Science*, 2(1), 462–469.
6. Gandini, A. The rise of coworking spaces: A literature review, *ephemera*, 15 (1), 2015, 193-205.
7. Garrett, L. E., Spreitzer, G. M., Bacevice, P. A. Coconstructing a sense of community at work: The emergence of community in coworking spaces. *Organization Studies*, 38(6), 2017, 821–842.
8. Minou Weijts-Perrée, Jasper van de Koeving, Rianne Appel-Meulenbroek & Theo Arentze (2019) Analysing user preferences for co-working space characteristics, *Building Research & Information*, 47:5, 534-548.
9. Nguyen, S., Llosa, S. On the difficulty to define the Sharing Economy and Collaborative Consumption - Literature review and proposing a different approach with the introduction of 'Collaborative Services'. *Journée de la Relation à la Marque dans un Monde Connecté, Centre de Recherche en Gestion des Organisations*, Nov 2018, Colmar, France. pp.19-25.
10. Schöpfel, J., Roche, J., & Hubert, G. Co-working and innovation: New concepts for academic libraries and learning centres. *New Library World*, 116, 2015, 67–78.
11. Schuermann, M. *Coworking Space: A Potent Business Model for Plug 'n Play and Indie Workers*, Springer Ed., 2015, p.15.
12. Stephany A., *The Business of Sharing*, Palgrave Macmillian 2015, p.9.
13. 2019: *Global Coworking Space Distribution*, *Coworking Insights*, retrieved from <https://coworkinginsights.com/2019-global-coworking-space-distribution/>, посетена на 29.05.2020.
14. *Global Coworking Map* <https://coworkingmap.org/stats/>, посетена на 19.04.2020.
15. Kojo, I., Nenonen, S. (2017). Evolution of co-working places: drivers and possibilities. *Intelligent Buildings International*, 9(3), 164-175.