

## ЯВЛЕНИЕТО „COWORKING SPACES“ КАТО МОДЕЛ ЗА РАБОТА НА СПОДЕЛЕНАТА ИКОНОМИКА И ОТНОШЕНИЕТО ИМ КЪМ СОЦИАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО<sup>1</sup>

гл. ас. д-р Виляна Русева  
Бургаски свободен университет

## THE PHENOMENON „COWORKING SPACES“ AS A MODEL FOR THE WORK OF THE SHARED ECONOMY AND THEIR ATTITUDE TOWARDS SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Vilyana Yankova Ruseva  
Burgas Free University

**Abstract:** *In the last decade of the 21st century, society has witnessed a revolution of cooperation as important as the industrial revolution. Sharing needs and spaces are not just terms of the future, but a product of the strong dynamics of technology development. Choosing a workspace becomes an opportunity to share values, help each other and collaborate between people from different professions and develop independent ideas, which in turn increases the interest in research on the topic. In an effort to comply with the rules of sustainability in business, more and more entrepreneurs are turning to social activities or implementing social elements in an existing one. The global crises from the economic, geopolitical, health and humanitarian aspects are increasingly determining the focus of business models with a focus on sustainability, social character influenced by the shared economy. For the purposes of this a research grant at the Free University of Brussels was performed in the frames of the project „Economic Education in Bulgaria 2030“ financed by the OPNOIR. It is based also on results from the IRISI project of FNI.*

**Key words:** *shared economy, coworking spaces, social entrepreneurship, business model.*

### Въведение

Споделянето е явление, което съществува от самото човешко зараждане. Икономиката на споделяне е икономически принцип, който непрекъснато се развива. Най-просто казано, това е използването на технология за улесняване на обмена на достъп до стоки или услуги между две или повече страни. Тя произлиза от схващането, че взаимните страни могат да споделят стойност от недостатъчно използвано умение или актив. Този обмен на стойност се осъществява чрез споделен пазар, съвместна платформа или равнопоставено приложение.

---

<sup>1</sup> Финансиран от Икономическото образование в България 2030<sup>+</sup>, ОП „Наука и образование за интелигентен растеж“, съфинансиран от Европейски съюз чрез Европейските структурни и инвестиционни фондове и резултати от проект „ИРИСИ“ по ФНИ.

Икономика на споделянето и съвместното потребление са явления, породени в условия на силна динамичност, непрестанни промени и висок технологичен възход. Мъдростта, че *ние сме това, което притежаваме*, започва да губи смисъл, при наличието на появата на нови форми на притежание и удовлетворяване на потребности, които не включват собственост.

Моделът за споделяне не е нова концепция – тъй като много селски общности процъфтяват от същата идея чрез бартер. Въпреки това, благодарение на достъпността на интернет и мобилните технологии, управлението на транзакции на базата на акции никога не е било по-лесно. Настоящата студия е в резултат на работата на автора по изследователския му грант в Свободния университет на Брюксел, финансирана по проект „Икономическото образование в България 2030“ по ОП „НОИР“. Тя се базира и на резултати от проект „ИРИСИ“ по ФНИ.

### 1. Феноменът споделена икономика 21 в.

В капитализма икономиката на споделяне е социално-икономическа система, изградена около споделянето на ресурси. Той често включва начин за закупуване на стоки и услуги, който се различава от традиционния бизнес модел на компании, наемачи служители за производство на продукти, които да се продават на потребителите. Той включва споделено създаване, производство, разпространение, търговия и потребление на стоки и услуги от различни хора и организации.

Тези системи приемат различни форми, като често използват информационните технологии, за да овластят физически лица, корпорации, организации с нестопанска цел и правителство с информация, която позволява разпространение, споделяне и повторно използване на свръхкапацитет в стоки и услуги.

Има два основни типа инициативи за споделена икономика:

- **С нестопанска цел**, обикновено се основава на концепцията за библиотеки за заемане на книги, в които стоките и услугите се предоставят безплатно (или понякога за скромни абонаменти).
- **Търговски**, при който дадена компания предоставя услуга на клиентите с цел печалба.

Въпреки че най-често се нарича икономика на споделянето, този термин е чадър, който обхваща други икономически системи като[1]:

- Колаборативна икономика / съвместно потребление
- Партньорска икономика/ Peer to Peer
- Икономика на свободна практика / Freelancer
- Краудфандинг / краудсорсинг (**Краудфъндингът** е начин за набавяне на финансови средства, като много хора се подканват да осигурят малки суми.

**Краудсорсингът** комбинира усилията на множество хора, като всеки има своя собствен принос в крайния резултат.)

- Коуъркинг / Cobranding
- **Ко-брандиране** е свързването на два или повече бранда с цел създаване на нов, общ продукт. Заедно, отделните брандове могат по-лесно да постигнат целите си. В същото време, освен връзката между отделните брандове, синхронизация трябва да има и между всеки един от тях и новия продукт.

Започваме да осъзнаваме, че сме свързани със свят, който споделяме, разменяме, взимаме под наем, правим бартер или търговия с всичко. Разменяме колите си в Turo[2], спортната си екипировка в Spinlister[7], офисите си в WeWork[8], даваме и вземаме под наем апартаментите си от непознати в Airbnb[9]. Разменяме уроци за

всичко, от правене на суши до кодиране в Skillshare[10] и дори разменяме домашните си любимци в Rover[11].

Приветстваме прекрасния свят на сътрудничество на потреблението, което ни позволява да свържем това, което искаме с това, което ни трябва по по-демократични начини.

## 2. Въздействието на споделяната икономика

Икономиката на споделяне има история на разрушаване на традиционните бизнес сектори. Липсата на режийни и инвентар помага на фирмите, споделяните бизнеси, да работят слабо. Повишената ефективност позволява на тези марки да предават стойност на своите клиенти и партньори по веригата на доставки. Традиционните индустрии са засегнати от икономиката на споделяне – и много традиционни марки ще се борят, ако не се адаптират към променящия се пейзаж.

### Положителни аспекти

🏠 Генерира парични потоци[12]

Икономиката на споделяне допринася за повишаване на благосъстоянието на своите участници чрез създаване на **нови транзакции**, които се основават на ефективното използване на недостатъчно използвани активи, станало възможно чрез намаляване на транзакционните разходи с помощта на ИКТ технология.

Потребителите могат да се насладят на ниски цени, разнообразни възможности и по-голямо удобство, докато доставчиците могат да печелят допълнителни доходи поради **ниските бариери за навлизане**. По-специално, тя може да има и **дистрибутивна стойност**, като предлага на домакинствата / лицата с ниски доходи възможности да участват като доставчици. Междувременно платформите за споделяне печелят, като получават брокерски такси за съответстващи потребители и доставчици.

Предприятията, участващи в икономиката на споделяне, също могат да очакват промоционални и пазарни ефекти. В началната фаза на бизнеса на участниците се предоставят възможности за **популяризиране и тестване на нови стоки или бизнес идеи**, без да се правят значителни разходи. Тези предимства са силно очаквани в секторите на краудфандинг и споделяне на пространство и таланти, някои от които са реализирани.

Освен това фактът, че действителното предоставяне и използване на услугите се превръщат офлайн в повечето сектори на икономиката на споделяне, означава, че транзакциите, базирани на регион, могат да помогнат за стимулиране на местните икономики. Типични примери[13] са градовете Йосу(Южна Корея) и Сан Франциско (САЩ), където е налична липсата на квартира за пътници. Когато обаче VnVнего (Корея) и Airbnb (САЩ) започват да предлагат услуги за споделяне на настаняване, двата града успяват да осигурят достатъчно място за настаняване на Световното изложение през 2012 г. и Super Bowl 50 през 2016 г., съответно.

### Отрицателни аспекти

Един от най-очертаните проблеми по време на процеса на въвеждане на икономика на споделяне е **конфликтът със съществуващите бизнес сектори**. Тъй като транзакциите със споделяна икономика заместват определени съществуващи транзакции, предоставящи подобни услуги, това вероятно ще „изяде“ печалбите на действащия бизнес. Извън тази заплаха съществуващите индустрии за настаняване и таксите са категорично против услугите за настаняване и споделяне на автомобили. Направени са няколко опита да се анализира количествено въздействието на споделянето на нас-

таняване върху съществуващата хотелиерска индустрия, като се съсредоточи върху известната услуга Airbnb[14]. Например, анализът на Lee and Kim's (2016) на Корея заключава, че има загуба от приблизително 0,16% в продажбите на стаи в хотелиерството за всеки 10% увеличение на предлагането на съоръжения за настаняване чрез Airbnb.

В повечето случаи икономиката на споделяне включва транзакции с нестандартни услуги с нестандартни услуги между неуточнени лица, което означава, че има няколко **транзакционни риска**. Преди всичко, поради високото ниво на асиметрия на информацията, потребителите се затрудняват да определят нивото на качество на услугата, докато доставчиците също имат трудности при познаването и наблюдението на потребителя.

### Същност на Coworking дейността

Социално-икономическата и технологичната обстановка в световен мащаб – поражда необходимост за бизнеса да има достъп до

- 1) физически пространства (офис/инфраструктури/тип кафетерия) както и
- 2) споделянето на активи като **информация/ знание/ контакти**.

Тези нужди генерират съвсем по естествен, еволюционен начин раждането на споделени пространства за работа или т. нар. „Coworking Spaces“[15] (Коуъркинг пространства), които се превръщат се в цели общества, напълно възприемат идеята за Споделена икономика „Coworking Spaces“[16] (Коуъркинг пространства),

От демографска гледна точка тези процеси съвпадат и с смяната на работната сила с хора, родени между 1980г. и 1994 г.(Y), създава предпоставки за навлизането на т.нар поколение на милениалите[17], поколение (Z)- 1995-2010, чиято ценностна система, в сравнение с предходните поколения се различава драстично. Погледнато през призмата на тези икономическите субекти, глобалната картина, поражда чувството на изолация и невъзможност за развитие на човешкия потенциал, което от своя страна създава нужда от търсене на нови подходи за човешко взаимодействие и обмен на знание, опит и ресурси. Много от тези хора изпитват нужда да избягат от утвърдените рамки на работа, с цел те да развият своя потенциал. Работната обстановка се оказва жизнено важна на всеки един субект. Хората започват да изпитват нужда от това да избягат от стандартния работен стереотип на „всички да изглеждат еднакво и да мислят еднакво“[17] и да търсят работни пространства, които да напомнят за домашния уют и комфорт и да настройват хората творчески. За тях на преден план излиза възможността да имаш работа, която да ти позволява да създаваш социални контакти, да изразяваш своята „креативност, да участваш в каузи, които намиращ за важни; да разширяваш хоризонтите си; да придобиваш нови умения и най-вече да имаш живот, богат на преживявания“.

Бизнес реализацията на тази вълна се изразява в купища професионалисти, които започват работа на свободна практика, стартират свои компании, а мястото където те развият своите идеи, най-често са своите домове, малки кафенета или малки офис пространства. Но това не е достатъчно. С течение на времето, този начин на работа води до осъзнаването на липсата на „колаборативно“ или съвместно работене, изразяващо се в споделяне на ценности, сътрудничество и взаимопомощ между отделните субекти.

По този начин пазарът вижда нуждата от пространства, които да се превърнат в своеобразни екосистеми, балансирани като стил и функционалност и които да дават възможност за взаимодействие между хората в тях.

През 2005 година американския програмист Бред Нюберг, също осъзнава както недостатъците на стандартните офис помещения, така и невъзможността работата от къщи да е пълноценна. Нюберг създава една напълно нова концепция, породена единствено и само от нуждата от нов тип офис организация, достъпна за всички и даваща възможност хора с различни професии взаимно да се обогатяват с идеи и да създават нещо ново и нестандартно. Неговото име „Coworking space“, няколко години по-късно се превръща и в новият феномен на Икономика на споделянето.

В Българската език това движение носи буквалния превод „Коуъркинг пространства“, което се интерпретира като работно място за споделено ползване. Разбира се интерпретацията на този термин не стига до тук. Зад коуъркинг движението се крие цяла идеология, свързана не само със споделеното ползване на работно място, но и на „колаборативно“ или съвместно работене, изразяващо се в споделяне на ценности, сътрудничество и взаимопомощ между отделните субекти. Това е начин на работа, в който заедно различни хора, с независими професии работят на едно място, за да създават стойност, докато извършват обмен на информация и споделят опит, чрез комуникация и сътрудничество и всичко това в рамките на техния собствен избор.

Според Грандини[18] Коуъркинг пространствата се определят като споделени работни пространства, в които се помещават хора с различни знания и опит, най-вече на свободна практика, работещи в различна степен на специализация в огромната област на индустрията на знанието. Спинузи[19] обяснява коуъркинг пространствата чрез присъствието на професионалисти на едно и също място. Капдевила[20] подчертава споделянето на ресурси както и изграждането на общество от индивидуалности на едно и също място. Биланджидж и Фот[21] наблягат на тясната интеракция между потребителите, а Морисет[18] говори за климата в обществото, като авторът подчертава важноста на инфраструктурата на самите сгради, като място за работа. Коуъркинг пространствата поддържат волатилен стартъп<sup>2</sup> лайфстайл, сигурност за спонтанни идеи, стабилна мрежа от контакти, като целта му е да промотира нови проекти и контакти.


### 3. Класификация на Коуъркинг пространствата


#### 3.1. Според коуъркинг обитателите

В зараждането на коуъркинг общността, в тези специфични офис пространства това главно са се помещавали фрилансъри, дигитални номади, предприемачи и друг тип хора, работещи на свободна практика

#### 3.2. Професионален фокус на коуъркинг обитателите

Коуъркинг движението включва споделени офис пространства, които са отворени за всички професионални групи, от всеки един сектор и бизнес направление. От друга страна съществуват и коуъркинг пространства, които са специализирани в специфични професионални групи, индустриални сектори, технологии, бизнес модели или социални цели. Пример може да се даде със:

 **Assembly:** Коуъркинг пространство за жени. Този коуъркинг позволява достъп само на жени. Целта му е да подкрепи и подпомогне развитието на нежния пол като предлага нужната инфраструктура за техния фокус на работа

 **Puzl – only tech companies:** Puzl е коуъркинг пространство в София, което приема само и единствено компании от технологичния бранш. Тяхната цел е да събе-

<sup>2</sup> От англ. Startup- компания, която е в начален стадий на развитие.

рат най-интересните технологични компании под един покрив и да създадат една IT екосистема, която расте органично.

✚ **Coliving – WeLive/ The Collective** – Ко-ливинг пространствата като WeLive и The Collective представят един тотално различен прочит на коуъркинг течението. Споделеното живеене е изключително младо течение, което се фокусира върху затварянето на пълния цикъл на един работещ човек – от работното място до уютния дом. Казано с други думи, това са коуъркинг пространства, които предлагат и квартири за своите обитатели.

Българската неправителствена организация Move.bg извършва анализаторски преглед на развитието на коуъркинг движението в България, където коуъркинг пространствата се класифицират като дигитални, културни, социални и експериментални.

#### ✚ **Дигитални**

Дигиталните коуъркинг пространства са едни от най-разпространените както в България, така и в световен мащаб. Не се изключва причината за това явление да е и динамичния и силно развиващ се дигитален и IT сектор. В подобен вид споделени офис пространства се помещават главно технологични компании и дигитални номади, фрилансъри и други хора, работещи на свободна практика, работещи в този сектор.

#### ✚ **Културни**

Културните коуъркинг пространства са споделени офис помещения за изкуство и култура. Специфичното при тях, че това, че там не се помещават класически компании с бизнес насоченост, а хора, които артистични насочености се вълпяват в работата си. Пример за хора, работещи в подобен тип офис пространства са дизайнери, архитекти, журналисти, компании, които са предимно арт и др.

#### ✚ **Експериментални**

Това са стартър инкубатори, бизнес акселератори, корпоративни акселератори и инкубатори и Venture Capital Firms. Стартър инкубаторите, наричани още Бизнес инкубатори целят „успешното развитие на предприемачески компании през годините на формирането им, когато те са най-уязвими, помагайки им да оцелеят и да се развият, посредством набор от ресурси и услуги за бизнес подпомагане, развити или управлявани от мениджмънта на инкубатора и предоставени както вътре в инкубатора и предоставени както вътре в инкубатора, така и сред мрежата от контакти.“ [23]

### **Социалните коуъркинг пространства**

Този тип споделени офис пространства се цели осъществяването на връзка между различни хора, обменящи икономически или частично икономически решения. Анализирайки коуъркинг пространствата, попадащи в това направление, може да се обобщи, че това са споделени офис пространства, които целят да колаборация и сътрудничество между активни хора и организации. Социалните коуъркинг пространства са „дом на разнообразни неправителствени организации“ [24], социални иноватори и бизнеси със социална насоченост.

### **3.3. Според дизайна на коуъркинг пространството**

Дизайнът е важен елемент в изграждането на едно коуъркинг пространство, поради причината, че той играе важна роля в привличането на нови членове. Коуъркинг пространството трябва да създава чувство на удобство и единство в дизайна си. Да спомага интеракциите и комуникацията между членовете. Коуъркинг пространства-

та, които притежават Open space<sup>3</sup> зона са идеални, защото са направени с идеята за обществото. Имайки подобна инфраструктура и дизайн на офиса хората могат лесно да си комуникират, нещо което не може да се постигне в работата от къщи. Материалите използвани в дизайна също могат да промотират гореспоменатите активности. Правилната им употреба създава така търсения уют. Например слабата светлина и лъскави материали не създават нужните условия за работа, по начина по който го прави дървото например – един от най-популярните материали използвани в коуъркинг пространствата[25]. От друга страна доста често в коуъркинг пространствата се интегрират лаундж зони, кафенета/ барове в подобен тип пространства – да се предразположат членовете да си комуникират и работят помежду си. В други пространства пък, се залага на други зони които да вършат тази дейност. По креативните коуъркинг пространства разполагат с лаборатории, шивашки ателиета, зони с 3Д принтери и т.н. По този начин коуъркинг пространствата привличат професионалисти, за които подобен тип допълнителни услуги са им от помощ и не биха могли да се възползват от тях ако работят в самостоятелни офис пространства.

#### **3.4. Според типа на офис помещенията, които коуъркинг пространствата предлагат**

Както в България, така и в световен мащаб, коуъркинг пространствата, разполагат с разнообразни варианти за организация на работните пространства, с цел максимално удовлетворяване на нуждите на своите клиенти. Най-често, коуъркинг пространствата предлагат:

*Нефиксирано бюро* – Те представляват офис бюро, които имат нефиксиран характер и са разположение в Open Space частта, където може да се заеме всяко едно свободно работно място. Тази разновидност на офис пространства са подходящи за Фрийлансъри/Дистанционно работещи//Дигитални номади. във всеки един момент свободно място, да работи неограничен период от време и да си тръгне, когато пожелае.

*Фиксирани бюро* – разположени отново в Open Space зоната и всеки един клиент би могъл да си наеме бюро за неограничен период от време. Разликата с предходния тип офис пространства е, че тук те имат персонализиран характер, т.е тук всеки един клиент може да остави своите лични вещи, след края на работния ден.

В случаите, когато коуъркинг обитателите са малка компания, които искат да работят в Open Space частта, те винаги могат да наемат т.нар

*Екипни бюро*. Те представляват офис бюро, които имат капацитет максимум 6-ма души. Те са разположени в Open Space частта имат фиксиран характер. Подходящи са за малки екипи, проекти, стартиращи компании.

*Екипни офиси* – позволяват работа заедно със своите колеги в самостоятелна работна среда, като в същото време да съществува свързаност с коуъркинг общността, а стъклените стени и уютният интериор те приобщават към останалата част от коуъркинг пространството. Офисите се различават по брой бюро и размер, подходящи за компании с екипи от 3-ма до 40 души, а понякога дори и повече. Това осигурява гъвкавост и възможност за бъдещо разрастване на екипите вътре в пространството

#### **3.5. Размер**

Коуъркинг пространствата могат да се помещават в отделни сгради или да са интегрирани в други помещения (например библиотеки)[26]. Пространствените рамки,

<sup>3</sup> (от англ. open space) – отворени и споделяни офис площи.

в които се помещава даденото коуъркинг пространство има важна роля на колаборацията, която се търси между обитателите. Например, коуъркинг пространствата могат да бъдат малки по размери, с малко на брой членове, които интензивно да използват пространството, срещайки се често и изграждайки тесни връзки. Съответно, когато коуъркинг пространството се помещава в по-голямо помещение, възможността за по-тясна връзка между обитателите намалява[27]. От друга страна следва да се вземе и под внимание, че колкото по-малко е коуъркинг пространството, то възможностите на интеракция с по-голям брой, различни професионалисти намалява. Несъмнено, по-малките пространства напомнят повече за домашния уют и топлина, които се търсят от този тип офис помещения, но не би следвало на всяка цена да се застава зад тезата, че по-малкия размер има по-благоприятно влияние върху това икономическо движение.

### **3.6. Достъп**

Коуъркинг движението се уповава на възможността за напълно гъвкав достъп до цялата офис инфраструктура (интернет, бюра, принтери, зали за срещи и всички други предлагани услуги). Достъпността и възможността за работа 24/7 има огромно конкурентно предимство пред стандартните офис помещения. Този тип гъвкавост на членските типове привлича специфични потребители, като им предлага добър баланс между работата и свободното време. Нещо повече, днес по-голямата част от споделените офис пространства дават възможност за работа чрез часово плащане или модел на членство, включително гъвкаво членство в часове, дни и седмици.

## **4. Анализ и съпоставка на коуъркинг пространствата и стандартните офис помещения**

Днес Коуъркинг пространствата се затвърждават като алтернатива на стандартните офис помещения. Нещо повече, философията на споделените офис пространства, налага един съвсем нов начин на работа и живот, които досега не са били познати на обитателите на стандартните офис помещения. Разбира се, не се счита, че коуъркинг пространствата са на 100% по-добрата алтернатива. В настоящата точка, се цели да се изведат както положителните, така и отрицателните черти на двата вида офис помещения (по предварително подбрани показатели), с цел да се съпоставят, анализират и да се изведат изводите, за това дали коуъркинг пространствата могат да наложат един нов начин на работа, по-добър за потребителите.

### **Обстановка**

Коуъркинг пространствата целят да създадат обстановката, която липсва в стандартните офис пространства. От една страна да създаде възможност за колаборация между различните членове, с цел обмен на идеи, опит, ресурси и ценности, а от друга офис пространството да носи домашния уют и комфорт.

Стандартните офис помещения доста често се свързват с изграждането на корпоративен модел, който в последното десетилетие става все по-непредпочитан от служителите. Предимството на Коуъркинг пространствата в това отношение, най-добре описва Жеко Колев: „Когато една банка или друга традиционна компания се премести в WeWork, усещането за работното място се променя напълно – отворен дизайн, в който концепцията за затворени кутийки е забранена, мебели и материали, които дават професионален вид, но в същото време напомнят за домашен уют и комфорт, музика във всички общи помещения и цветове, които настройват хората творчески, вместо да се опитват да накарат всички да изглеждат еднакво и да мислят ед-

накво.“[28]. Нещо повече, работното място винаги влияе върху креативността. Работата от красиво и модерно място винаги е добра стратегия за подпомагане на креативното мислене и най-вече за хора, които работят сами, са възможност за една по-добра мотивация. Използването на коуъркинг пространство може да бъде добър начин за откриване на екип, ментор или партньор[29]. Например, WeWork подпомага на своите клиенти – иновативни компании със своите инициативи. Те имат достъп до красиви и креативни офиси, намиращи се на добри локации позволяващи им да комуникират с сходни по цели хора.

### **Цена**

Ценовият модел залегнал в идеологията на коуъркинг пространствата е коренно различен от стандартния и добре познат модел на ценообразуване на квадратен метър. Въпреки че, различните пространства използват многобройни вариации на ценообразуване, те всички се фокусират върху цената на работно място. В тази цена е включен пакет от услуги, от които коуъркинг обитателите могат да се възползват. Интернет връзка, достъп до оборудвани кухненски помещения, общи зони за отпих или почивка и др. са винаги част стандартните услуги, предлагани в коуъркинг пространствата. Нещо повече, на много места се добавя и достъп до конферентни зали, кафе, напитки и храни, зали за забавления в цената си. Някои коуъркинг пространства изграждат система с кредити, където в базисния си план получаваш определен брой услуги, като например определен брой ксерокопия или 3 часа на седмица достъп до конферентните зали, като винаги клиентът има право да коригира своя потребителски план. Анализирайки този ценови модел се вижда превъзходството му над утвърдения ценови модел, залегнал в идеологията на стандартните офис помещения, където срещу заплащане на квадратен метър, клиентът получава голи стени, липса на обзавеждане, уют и комуникация. За да постигне желаният резултат един клиент ще трябва да инвестира солидни средства в обзавеждането и въвеждането в експлоатация на един добре функциониращ офис. Не само това, но и ще трябва да наеме собствен персонал, който да се грижи за нуждите на персонала. Не на последно място остават и разходите по консумативи и хигиена, които макар и на пръв поглед да не са проблем, винаги заемат процент в разходните бюджети на всяка една компания.

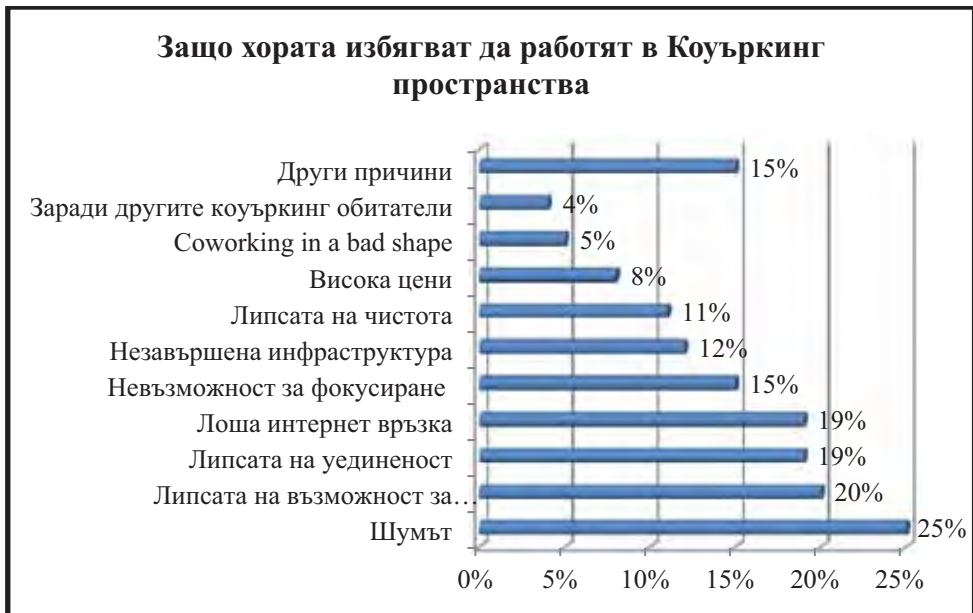
От друга страна установеният ценови модел на коуъркинг пространствата, крият и своите недостатъци. За фрилансъри и друг вид хора, работещи на свободна практика, дори и заплащането на наем на едно офис бюро винаги ще бъде една по-скъпа алтернатива пред възможността да се работи от къщи, библиотека или кафе. (не вземайки под внимание останалите ползи, които крият коуъркинг пространствата). За разрастващи се компании, този бизнес модел може да се превърне в даден момент и в не до такава степен икономически ефикасен и ефективен. Често срещан проблем е, когато дадена компания започва да расте.

### **Лично пространство**

Проблемът с личното пространство е един от най-разпространените в коуъркинг обществата. В повечето коуъркинг офис помещения се залага на разположение на офисите тип един до друг и често не представляват нищо повече, освен „стъклени кутийки“ с различни размери. Това от своя страна е голям недостатък, поради факта, че всичко, което се прави може да се види или чуе от другите хора около вас. В общите части този проблем е още по-задълбочен. Пример може да се даде и с последни-

те резултати от проучването на световната неправителствена организация Deskmag[30]. От **Граф.1** може да се забележи, че 25% от анкетираните са посочили, че една от причините да избягват работата в коуъркинг пространства е именно шумът, а на трето място с 19% е именно липсата на уединеност. Тези резултати сами по себе си са показателни за липсата на лично пространство и шумът като един от основните недостатъци на коуъркинг пространствата.

От друга страна в стандартните офис помещения, този проблем също съществува, но в по-малки размери. Причината, за това е ясна – броят на служителите се ограничава на ниво компания.



**Граф. 1. Защо хората избягват да работят в Коуъркинг пространства**

Източник: [www.deskmag.com](http://www.deskmag.com)

### Достъп

Както вече беше споменато в предходната точка цялата идеология на коуъркинг движението се уповава на напълно свободен и гъвкав достъп до цялата офис инфраструктура и всички съпътстващи услуги. Свободният достъп 24 ч. в денонощието, 7 дена в седмицата е свързан с гъвкавостта на хората, които работят вътре. Този тип пространства им позволява да променят ежедневието си и да използват времето си максимално оптимизирано.

### Придобивки и допълнителни услуги

Отново зависи много от коуъркинг пространството и още повече от типа коуъркинг. Таргет потребителите определят от какво най-много нужда би имало едно пространство. Ако то е насочено към дизайнери архитекти и инженери, то най-добрите пространства в тази сфера биха подигурили CNC машини, 3Д принтери и други подобни инструменти които биха били от полза на членовете. В по бизнес ориентираните пространства на почит са зоните за отдих, масаж, намаленията които предоставя

пространството за извън работна дейност като спорт и хранене. Организирането на общи събития, коктейли с образователна и развлекателна цел също са много важна част. Това са вид мероприятия, чиято организация и финансова тежест със сигурност биха затруднили компаниите, които предпочитат работата в стандартни офис пространства, имайки предвид и самата инфраструктура на тези пространства, която не винаги позволява осъществяването на подобни мероприятия.

### **Договорни взаимоотношения**

Доста често голям недостатък на стандартните офис помещения са дългосрочните договори, които клиентите са длъжни да подписват, за да имат правото да се помещават на конкретно офис пространство. Нещо повече, тези договорни взаимоотношения в повечето случаи не предлагат възможност за лесно предоговаряне на условията или възможност за заплащане спрямо действително отработените часове на даденото работно място. От друга страна коуъркинг пространствата позволяват предоставяне на услугата – офис пространство – чрез часово плащане или модел на членство, включително гъвкаво членство в часове, дни и седмици. Не случайно, коуъркинг пространствата се предпочитат и от т.нар дигитални номади – хора, които нямат установена месторабота, което само по себе си им позволява да работят от всяко кътче на света. Там те имат възможността, заплащайки единствено своето офис бюро, да получат неограничен достъп до всички услуги на коуъркинг пространството, за нужното за клиента време.

Разбира се лошите практики съществуват и тук. Доста често коуъркинг пространства се възползват от останалите предимства, които предлагат и да изискват от своите обитатели да подписват обвързващи ги договори, които са против цялостната идея на коуъркинг движението.

### **Локация**

Локацията е едно от най-голямото предимство, което търси всеки един клиент от фрилансър, дигитален номад или предприемач, до малка стартираща компания и голяма корпорация. Доста често именно локацията е една от главните причини хората да сменят своето работно място. В това отношение коуъркинг пространствата притежават както доста предимства, така и недостатъци. От една страна за всеки клиент, който търси офис пространство в специфичен район, то именно стандартните офис пространства са по-гъвкави в това отношение[31].

От друга страна, резултатите от проучването на Deskmag за 2017 година посочват съвсем друго. 51% от анкетираните коуъркинг обитатели определят именно локацията като причина за работа в коуъркинг пространство. Когато говорим за локация трябва да обърнем внимание на няколко аспекта на този термин. В развиващи пазари като българския, локацията за отваряне на коуъркинг пространство е от голямо значение. Наемателите се интересуват от лесно комуникативни места с развита инфраструктура като спорт, заведения за хранене. Удобството на достигане до работа бързо и лесно е много важно при привличането на клиенти. Затова и много от компаниите, които избират да не се присъединят към дадено пространство посочват локацията като основна причина. В течението на времето появата на коуъркинг пространство на дадена локация, започва да влияе на локалната икономика. Местните бизнеси започват да се сдобиват с добре заплатена клиентела, която им носи постоянни доходи.

### **Брандинг**

За всеки един продукт или услуга, брандинга е от изключително важно значение. От една страна, коуъркинг пространствата предоставят по-добра възможност за експозиция на портфолиото от продукти и услуги на своите клиенти. Част от идеологията на коуъркинг пространствата е да създават условия, които сами по себе си да подпомагат развитието на своите обитатели, както вътре в самото общество, така и пред обкръжаващата външна среда. От друга страна[32] коуъркинг пространствата крият и своите недостатъци. Доста често, коуъркинг обитателите са милениали, които демонстрират едно по-свободно държание, далеч от корпоративния свят – пиене на бира в релакс зоните, играят различни игри и други дейности, които от своя страна могат да допринесат за една репутация за вашата компания, която да отблъсне потенциалните ви клиенти.

Противно на коуъркинг пространствата, стандартните офис помещения биха могли да допринесат за обстановката, която те самите биха искали да създадат. Офис сградата, вътрешния интериор, начина на реклама са само част от елементите, които биха оказали влияние върху брандинга. Недостатъците тук се срещат в две основни направления. От една страна всичките тези придобивки следва да се организират, осъществят и съответно заплащат от самите компании (проблем, който в коуъркинг пространствата не съществува, защото единственото, за което една компания заплаща е стойността на работното бюро). От друга страна стандартните офис помещения не биха могли да допринесат за цялостната атмосфера на колаборация или съвместно работене, изразяващо се в споделяне на ценности, сътрудничество и взаимопомощ между отделните субекти. Връзката с бизнес инкубатори и акселератори или свободното участие и присъствие на различни събития в стандартните офис пространства е в пъти по-трудна за осъществяване, което автоматично има и негативен ефект върху цялостната репутация на компанията.

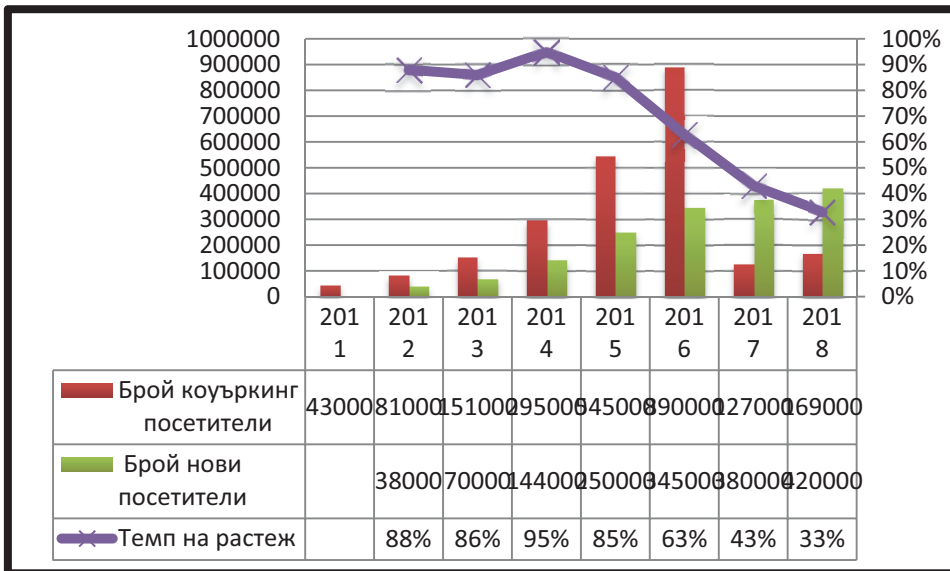
### **5. Анализ на коуъркинг пазара в световен мащаб**

Според последните данни, на Deskmag[33] броят на коуъркинг пространствата в световен мащаб, отбелязва абсолютен тренд на развитие. От 2011 година, когато броят на коуъркинг пространствата са били само 1,130 хил., за 2018 година, агенцията отчита прогнозни данни за 18,900 хил. От посочената информация, може да се заключи, че за последните 10 години се наблюдава експоненциален растеж на коуъркинг пространствата. За периода 2011-2015 година се наблюдава темп на растеж над 50%. Резултат, който съвпада и със растежа на коуъркинг обитателите за този период, както можем да забележи от Граф.3 и Граф.4. През 2011 се наблюдава, как коуъркинг обитателите са били 43 хил., а само няколко години по-късно приближават 2 милиона души. Това показва, че търсенето на подобен тип пространства, е не само една първоначална икономическа вълна, а се превръща в качествен подход за избор на работно пространство на потребителите – от фрилансъри и малки компании до големи корпорации.

Позовавайки се на Colliers International[34] споделените офис пространства ще бъдат дом на близо 30% от работната сила до 2030 г., като следва да се вземе под внимание, че тази в прогноза се включват не само фрилансъри, дигитални номади и малки и стартиращи компании, но и корпорации, които искат да разчупят начина си на работа и да повишат своята продуктивност.



Граф. 2. Темп на растеж на Коуркинг пазара в световен мащаб



Граф. 3. Темп на растеж на брой коуркинг посетители

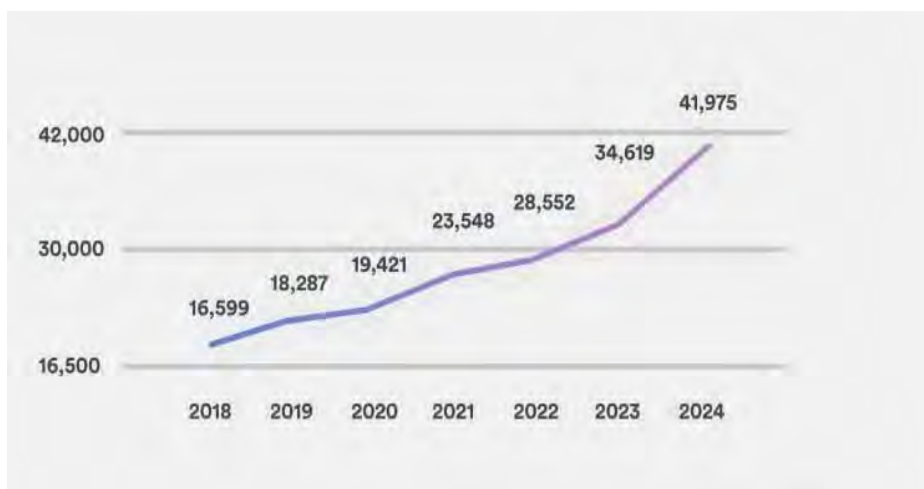
От друга страна, след високите нива на растеж през 2010-2015 г. се наблюдава и друга тенденция, а именно намаляване на темпа на растеж. Както може да се забележи, че след 2015 година се наблюдава спад на този показател както при броя на коуркинг пространства, така и в броя на коуркинг обитателите. Резултатите на този

показател има и своето логично обяснение, а именно нормализиране на пазара и влизането му в стандартните рамки на растеж. На пазара вече има утвърдени брандове и бариерата за влизане в този тип бизнес става все по-висока. Качеството и дизайна на едно пространство прави този бизнес капиталоемък и това е основна причина за намаляването на броя пространства.

### Прогнози в световен мащаб

Според проучване на *CoworkingResources*[35] и *Coworker*, докато през 2020 г. се очаква пазарът на коуъркинг пространствата да расте с около половината от темповете на предходните две години, общата перспектива за 2021 г. и нататък е изключително положителна, каквито са били и прогнозите преди Covid-19.

Въз основа на данни от наградите *Coworker Member's Choice Awards* за 2019 г., преди коронавируса да удари световната икономика, около 77% от анкетираните коуъркинг оператори заявяват, че планират да се разширят чрез отваряне на нови места.



**Графика 4**

Източник: *CoworkingResources and Coworker*.

### Пост Ковид 19 прогнози

По анализ на данни от проведено проучване сред 3 000 респондента между февруари 2020 г. (преди локдаун) и май 2020 г. (след локдаун), използването на пространството започва да се възстановява и се измества към частни офиси (като най-често търсеният тип пространство), по-дългосрочни договори, и по-голям капацитет (необходими са бюра).

Такива предварителни данни показват:

- 26% по-голям брой заявки за места
- 96% по-дълги договорни условия
- 76% по-висок дял на заявките за частни офиси в сравнение с индивидуалните места

В свят след COVID-19, тези статистически данни улесняват прогнозирането, че коуъркинг пространствата ще станат още по-масов, особено след като компаниите преминават към човешкия ресурс, работещ от разстояние.

Търсенето ще идва главно от по-големи организации и предприятия, които искат да децентрализират работната си сила в по-малки клонове и отдалечени екипи в частни гъвкави офиси. Това търсене ще се ръководи предимно от частни офиси, следвани от специални бюра, докато горещите бюра (hot desks) и заседателните зали (за нечленове) ще отнеме най-дълго, за да се възстановят напълно.

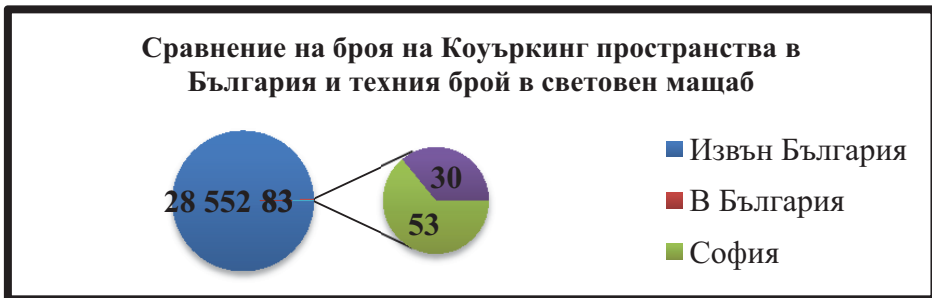
В дългосрочен план всички офиси потенциално ще се превърнат в гъвкави пространства при поискване и въпреки предизвикателствата, пред които са изправени много оператори през 2020 г., потенциалът за коуъркинг индустрията да расте и да се развива никога не е бил по-голям.

## 6. Коуъркинг пространствата в България

През последните години, растежът на споделените офис пространства в световен мащаб е експоненциален. Както може да се види от последните проучвания в тази област, че броят на този тип офис пространства расте средно по 2 на годишна база. До средата на 2018 година броят на коуъркинг пространствата в света достигна близо 19 000 хиляди, като следва да се има предвид, че в тях работят малко под два милиона души. Независимо от това, че в споделените данни от последните световни проучвания влиза и България, то следва да се вземе под внимание, че страната ни е все още в началото на развитието на този бизнес модел. Макар, че в сравнение с европейския и американския пазар, броят на Коуъркинг пространствата в България е сравнително малък, тенденциите за развитие на дадената еко система се забелязват вече и у нас. Организационният феномен на коуъркинг движението се заражда в България през 2012 г., с откриването на първото споделено работно пространство в София – Betahaus[36]. За изминалите 6 години, коуъркинг движението се развива експоненциално, като в рамките на последната година са се открили над 1000 работни места под формата на коуъркинг пространства и приблизително 10 коуъркинг пространства са се открили/разширили. Компании като Telelink [37] и Dreamix[38] са избрали са излязат от стандартната офис среда и да се преместят в коуъркинг пространства като Campus X[39] и Work&Share [36].

За последните 5-8 години коуъркинг пространствата в България се превръщат във все по-популярен подход на работа. Нещо повече, философията на споделените офис пространства, налага един съвсем нов начин на работа и живот. От един напълно непознат феномен, коуъркинг пространствата позволяват, хората, които го обитават да споделят физическото пространство, култура, ценности, но и климата, който насърчава взаимодействието, откритостта и споделянето на опит и знания.

Според последните проучвания на неправителствените организации на Move.bg и Edit[37] до края на 2017 година, споделените офис пространства в България стига до 33, като най-голяма концентрация от този тип споделени офиси може да се забележи в София (17 на брой). Разбира се тези данни не спират до тук. Експоненциалният растеж на коуъркинг движението се затвърждава и с това, че от края на 2017 година до средата на 2018 г. броят на споделените работни пространства в София се увеличава с откриването на още 8 споделени работни пространства – Campus X, Networking – Premium Coworking space, Brain Trust, Trevor Workspaces, Smart Space, Cherryz, Hour Space и Overtaim. Анализирайки данните, предоставени от Move.bg и Edit и постъпилите данни към първата половина на **2018 година в coworker.com България разполага с 41 коуъркинг пространства.** В световен мащаб този резултат е почти нищожен (под 1%), но в сравнение с общия им брой на територията на Балканския полуостров, България се нарежда на второ място, следвайки Румъния. През 2021 са регистрирани 83 споделени пространства за цялата страна.



Граф. 5

### 7. Коуъркинг пространства в България и COVID – 19 [38]

#### Puzl CowOrKing – Николай Димов

Спад на приходите за 2020/ 2019 – 10%- 20%

Заетостта на гъвкавите пространства на дружеството спадна временно на 83%, но отново се възстанови над 90%.



#### Work And Share – Божидар Георгиев

✚ Спад на приходите за 2020 с/у 2019 – 20-30%

✚ Загубите на някои достигаха и 50%, поради характера на споделеното пространство



### 8. Социалните каузи в коуъркинг културата

Коуъркинг културата все по-успешно се реализира и в предприемаческите дейности със социален характер. Пазарът в България ги нарича пространства с кауза или малки екосистеми. Характерно за тях е, че привличат все по-млади хора и дори все още да си изясняват основната концепция за бизнес модела, желанието за развитие е по-силно.

### Социална чайна (Tea House) – гр. Варна

The Social Coworking Place[39] е споделено пространство за работа в гр. Варна. От самото име става ясно, че дейността е социално ориентирана, а в частност е свързана със „социалната чайна“ и само по себе си е един от най-успешните примери за социално предприемачество не само във Варна, но и в цяла България. Това място успешно комбинира заведение, зала за събития и споделено работно пространство в триетажната къща. Основната дейност е свързана с работа с младежи от домове за деца, лишени от родителска грижа, като цели да запълни пропуските на институциите там, където има нужда.

Наричат себе си „Tea House“ (чаена къща, чайна) или „социална чайна“ и на пръв поглед това е едно стандартно заведение, в което се предлагат домашна лимонада, кафе и други напитки. Обстановката е релаксираща – уютен чаен салон, разнообразни посетители и звучене на джаз музика. На фона на тази бохемска обстановка, се открояват и младежите, които взимат участие в работния процес. Това са момчета и момичета, които са израснали без родители в социални институции и сега полагат усилия да излязат от ямата на разочарованията, лишенията и липсата на перспектива. Тук в Чайната ние им предлагаме първата защитена работа, с която те да започнат своя трудов път и им даваме възможност да си стъпят на краката преди да поемат по трънливия път на живота.

Девиз на чайната е: *Ние не наемаме хора, за да правят чай. Ние правим чай, за да наемаме хора!*



„Решихме, че ако искаме да работим в посока промяна начина на живот на децата, трябва да решим основния им проблем, а именно, че системата ги изкарва неподготвени. Полагаме усилия върху това, когато те станат пълнолетни, да са абсолютно конкурентоспособни и да могат да живеят независимо, да имат социален живот и цели“, споделя пред в. „Капитал“ управителят на Социалната чайна Мирослава Милева.

### Менторска програма в „Чайната“

Екипът, който реализира този социален проект залага на базови компетенции, като социални и комуникационни умения, емоционална интелигентност и основни трудови навици, които са базовите умения за продължаващо развитие и адаптация в околния свят. Това е и причината за разработване на 3-годишна менторска програма, с която да се наваксат пропуските от живота на тези младежи в социалните институции. На базата на тази програма се очакват развитие на професионални навици и личностни компетенции. Менторите в програмата са специалисти от различни сфери в живота (образование, туризъм, медицина, дизайн, инженерство и други) и всеки един от тях има личен принос в изграждането на личностите, които участват в проекта.

Целта е да се помогне на младежите да усвоят качествата и умения, които не са били възпитани у тях по-рано, да работят над личностното си развитие и да се сдобият с ключови професионални навици, които да ги вкарват на пазара на труда. Положителното при този модел е фактът, че на определен етап от програмата младежите

могат да изберат дали да останат да работят в чайната или в споделеното пространство. Досега близо 50 младежи са завърши успешно програмата, но не всички участници са успели да достигнат до крайния ѝ етап.

### **Услуги в „Чайната“**

#### **Ресторант/Гърговска зала**

На първия етаж от сградата е Чаен салон с кухня, който ще ви посреща с нежна джаз музика и аромат на билки. Тук се намира бар, от който ще можете да си поръчат десетките видове чай, домашно приготвените лимонади, прясно приготвени специалитети за хапване. Първият етаж е подходящ и за организиране на събития, за които е важно гостите да се чувстват комфортно в неформална обстановка.

#### **Зала за събития**

Вторият етаж от сградата е обособена зала за събития и предлага възможност за срещи с до 50 човека, като мебелите се подреждат спрямо нуждите и събитието. В задната част на помещението има малко балконче с диван за тези, които предпочитат гледката от високо. Тук се намира и нашата библиотека от книги, която можете да ползвате свободно.

#### **Споделено пространство за работа (The Social Workspace)**

Третият етаж предлага възможности за споделено работно място. Обстановката тук е по-скоро продуктивна и делова. Осигурени са принтер, високоскоростен интернет, място за заключване на ценни вещи, малка зала за срещи и други

#### **Организиране на събития**

Чайната често е домакин на различни събития и организира мероприятия от различен характер. Услугите в тази област включват организационна чат, кетъринг и др.

Социалното предприятие управлява менторска програма с продължителност, която варира и чиято цел е да помогне на младежите да усвоят качествата и умения, които не са били възпитани у тях по-рано, да работят над личностното си развитие и да се сдобият с ключови професионални навици, които да ги вкарват на пазара на труда. Положителното при този модел е фактът, че на определен етап от програмата младежите могат да изберат дали да останат да работят в чайната или в споделеното пространство. Досега близо 50 младежи са завърши успешно програмата, но не всички участващи са успели да достигнат до крайния ѝ етап.

**Помещения/** Всяко едно от помещенията ни разполага със следните удобства:

- възможност за различна конфигурация на мебелите
- флипчарт и консумативи
- мултимедиен проектор
- озвучаване
- естествена светлина
- високоскоростен интернет
- санитарен възел
- собствена климатизация
- възможност за кетъринг

### **Социални проекти, в които „Чайната къща“ участва**

#### **Минали:**

🇺🇦 **„Чайна семейство – Не сте сами в пандемията!“** (Ирис – Одобрен проект от Фондация „Работилница за граждански инициативи“ за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ за самостоятелно издържащите се младежи, които са наети в Социалната чайна във Варна.)



**Цел на проекта:** „Осигуряване на средства за наем, режийни, храна и лекарства на петима самостоятелно живеещи младежи за период от 5 (пет) месеца.“

✚ **„Спасители на души – създаване на устойчивост към кризи.“**

(Одобрен проект от „TUI Care Foundation“ за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ за организиране на групови и индивидуални срещи с психолози)



**Цел на проекта:** „Осигуряване на средства за организиране на групови и индивидуални срещи с психолози за справяне с последиците от пандемичната ситуация върху екипът на Социалната чайна.“

✚ **„Learn the skills, share the power“**

(Партньор на Фондация „Деца на Балканите“, която координира реализацията на стажантски проект „Learn the skills, share the power“, под номер 2018-1-BG01-ESC21-061128 по програма „Европейски Корпус за Солидарност“ чрез „ЦРЧР“)



**ЕВРОПЕЙСКИ  
КОРПУС ЗА  
СОЛИДАРНОСТ**



**ЦЕНТЪР  
ЗА РАЗВИТИЕ  
НА ЧОВЕШКИТЕ  
РЕСУРСИ**

**Цел на проекта:** „Осигуряване на средства и менторска подкрепа за назначаване на стажанти за придобиване на умения и знания за създаване и управление на социално предприятие.“

✚ **Спешен фонд „Бедстващи деца, семейства и специалисти“**

Одобрен фонд „Бедстващи деца, семейства и специалисти“ на Националната мрежа за децата, подкрепен от Фондация „Кахане“, за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ.



**KAHANE  
FOUNDATION**

HELPING PEOPLE TO CREATE A DIGNIFIED  
AND PEACEFUL LIVING ENVIRONMENT.  
FOR THEMSELVES, AND THEIR NEIGHBOURS.

**Цел:** „Осигуряване на средства за изпълняване на ежеседмично пълноценно, здравословно обедно меню за младежката част от екипа на Социалната чайна.“

**Текущи проекти:**

✚ **Професионална интеграция на младежи от резидентни услуги и услуги в общността“**

(Одобрен проект от Министерството на труда и социалната политика за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ по Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“ 2014 - 2020) на Европейският съюз

✚ **„Социално включване на младежи в неравностойно положение.“**

(Одобрен проект от „Кока-Кола Юрпийн Партньърс Сървисис България“ за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ за придобиване на умения посредством организиране на курсове и обучения, необходими за работа и живот.)

✚ **„Подбор на партньори за извършване на дейности като EUROPE DIRECT (ЕВРОПА ДИРЕКТНО) в България“**

(Одобрен проект от Представителство на ЕК в България и се реализира в партньорство между Фондация Европейски институт, като водеща организация и Фондация Социалната Чайна, като партньор 2021 г. – 2025 г.)

✚ **„Готовност за разрастване – Да отворим кръга“**

(В началото на месец май 2021 г. Социалната Чайна стана финалист в програма „Готовност за разрастване“, част от инициативата „Да отворим кръга! – Проект за разрастване на Социалната чайна, чрез отваряне на нови клонове в различни градове в България.)

### **Заключение**

Коуъркинг движението, зародило се като отговор на социално-икономическите промени на съвременния свят, за последното десетилетие се е превърнало от една нова алтернатива за начин на работа, в икономически феномен, изразяващ се във възможността за споделяне на ценности, взаимопомощ и сътрудничество между хора, с различни професии и развиващи независими идеи. Независимо от по-бавните темпове на развитие, коуъркинг движението налага своето влияние и тук в България. Доказва се експоненциалният характер на развитие както на броя на коуъркинг пространства, така и на броя на коуъркинг обитатели. Нещо повече към коуъркинг пространствата интерес проявяват както фрилансъри, дигитални номади и други хора, които работят на свободна практика, така и по-големи компании и корпорации.

Споделените пространства са онези съвременни места за създаване на работни и социални взаимоотношения, които да решат и редица социални проблеми, с които стандартните методи и институции не се справят.

### **Литература:**

1. Запрянов, Й. „Жеко Колев: „Работното място трябва да поражда креативност“, Капитал, С. 2018, Бр.15
2. Станчева, М. Работно пространство и модели на взаимодействие в организацията, с.9, 2017.
3. Стоянова, Г., Застрахователни измами – предизвикателство за управлението на риска в застраховането, сп. „Бизнес посоки“, бр. 1/2021, с. 49 – 68, 2021.
4. Стоянова Г., Техники за справяне с възражения на клиенти в застраховането, сп. „Бизнес посоки“, бр. 2 /2020 г, с. 34 – 46.
5. Стоянова, Г., Предизвикателства пред застраховането срещу пожар и други стихийни бедствия на сгради и имущества на гражданите в България, СУП X – 2019, с. 297-310.
6. Стоянова, Г., Информационно осигуряване на оперативния контролинг в застрахователната индустрия, БСУ, 2021.

7. Bilandzic M, Foth M (2013) Libraries as coworking spaces: understanding user motivations and perceived barriers to social learning. *Libr Hi Tech* 31:254–273. doi:10.1108/07378831311329040, 2013
8. Gandini A „The rise of coworking spaces: a literature review“. *Ephemer Theory Polit Organ* 15:193–205, 2015.
9. Capdevila I „Knowledge dynamics in localized communities: coworking spaces as microclusters“, 2013.
10. Ruseva, V., Innovative Business Models Embodying Coworking Spaces in the World of Shared Economy, International Scientific Conference celebrating BFU’s 30-th anniversary, Contemporary Management Practices XI, Smart Specialisation In The Decade Of Business Connectivity To Locomotions, 2021
11. Schopfel J, Roche J, Hubert G „Co-working and innovation: new concepts for academic libraries and learning centres.“ *New Libr World* 116:67–78.
12. Seung Hyun Lee, New measuring stick on sharing accommodation: Guest-perceived benefits and risks, *International Journal of Hospitality Management*, Volume 87, 2020
13. Spinuzzi C „Working alone together: coworking as emergent collaborative activity“ *J Bus Tech Commun* 26:399–441, 2012
14. Moriset B „Building new places of the creative economy: the rise of coworking spaces.“ In: Paper presented at the 2nd Geography of Innovation Conference, Utrecht University, Utrecht), 2014
15. Pohler N“ Neue Arbeitsräume für neue Arbeitsformen: coworking Spaces“. *Osterr Z Soziol* 37:65–78, 2012
16. <https://thesocialteahouse.bg/the-teahouse/>
17. <https://move.bg/prebroyavaneto-na-kouorkingite>
18. [https://www.researchgate.net/publication/316472768\\_Urban\\_Coworking\\_Space\\_Creative\\_Tourism\\_in\\_Digital\\_Nomads\\_Perspective](https://www.researchgate.net/publication/316472768_Urban_Coworking_Space_Creative_Tourism_in_Digital_Nomads_Perspective)
19. [https://www.capital.bg/biznes/intervjuta\\_i\\_komentari/2018/04/13/3161635\\_rabotnoto\\_miasto\\_triabva\\_da\\_porajda\\_kreativnost/?ref=rss](https://www.capital.bg/biznes/intervjuta_i_komentari/2018/04/13/3161635_rabotnoto_miasto_triabva_da_porajda_kreativnost/?ref=rss)
20. <http://beehive.bg/News/Details/6>
21. <http://www.deskmag.com/en/background-of-the-2017-global-coworking-survey>
22. <https://redwoodnyc.com/five-pros-cons-coworking-spaces/>
23. <http://www.deskmag.com/en/background-of-the-2017-global-coworking-survey>
24. <http://.colliers.com/-/media/files/apac/india/market%20insights/2017-coworking-space.pdf?la=en-GB>
25. <https://www.coworkingresources.org/blog/key-figures-coworking-growth>
26. <http://www.betahaus.bg/en/>
27. <http://www.telelink.com/>
28. <https://dreamix.eu/>
29. <https://www.campusx.company/>
30. <https://www.workandshare.io/>
31. <https://turo.com/>
32. <https://www.spinlister.com/>
33. <https://www.wework.com/>
34. <https://www.airbnb.com>
35. <https://www.skillshare.com/>
36. <https://www.rover.com/>
37. <http://edit.bg/wp-content/uploads/2016/07/report-coworkings1.pdf>
38. <https://thebalancesmb.com/the-sharing-economy-and-how-it-changes-industries-4172234>
39. <https://kdijep.org/v.41/1/15/Benefits+and+Concerns+of+the+Sharing+Economy+Economic+Analysis+and+Policy+Implications>