

Karolina Jarosz

**Streszczenie rozprawy doktorskiej**

**Przewaga konkurencyjna przestrzeni coworkingowych –  
statystyczna analiza i diagnoza potrzeb najemców współczesnych  
przeźreni biurowych w Polsce**

Procesy zachodzące w gospodarce światowej związane przede wszystkim z globalizacją oraz postęmem technologicznym generują nowe potrzeby. Wpływają one na postawy i decyzję współczesnych użytkowników przestrzeni biurowych. Konsekwencją tego jest pojawianie się nowych rozwiązań będących odpowiedzią na zapotrzebowanie rynku pracy. Człowiek od dawna starał się organizować pracę w taki sposób, aby przynosiła jak największe korzyści przy jak najmniejszym wysiłku (czasowym, finansowym i fizycznym). Współczesnemu pracownikowi zależy, aby miejsce pracy spełniało jego oczekiwania i potrzeby, które podlegają ciągłej ewolucji. Praca powinna być zgodna z filozofią work-life-balance, dającą dużą elastyczność, mobilność i niezależność, stawiając duży nacisk na aspekty zdrowotny oraz środowiskowy. Nowatorskim rozwiązaniem, wychodzącym na przeciw tym potrzebom są biura coworkingowe, które stanowią atrakcyjną alternatywę dla tradycyjnych przestrzeni biurowych.

Termin coworking Spinuzzi<sup>1</sup> opisuje jako wspólne środowisko pracy, zapewniające wsparcie moralne, emocjonalne, zawodowe, wspólne zaplecze socjalno-gospodarcze oraz co najważniejsze dostęp do sieci biznesowej i społecznej. Decydując się na przestrzeń coworkingową, pracownik ma dostęp nie tylko do w pełni wyposażonych biur wraz z usługami recepcyjno-administracyjnymi, ale i także do sal konferencyjnych, szkoleń i konferencji.

Fuzi natomiast uważa, iż „coworking to miejsce pracy nowej generacji, zapewniające elastyczne, opłacalne i gotowe do wynajęcia środowisko pracy dla freelancerów, przedsiębiorców i małych przedsiębiorstw, które ułatwia współpracę, interakcję i tworzenie sieci relacji między jej członkami”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Spinuzzi C. (2012). Coworking alone together coworking as emergent collaborative activity. *Journal of Business and Technical Communication*, s. 399-441.

<sup>2</sup> Fuzi A. Clifton N. Loudon G. (2015). New spaces for supporting entrepreneurship? Co-working spaces in the welsh entrepreneurial landscape. Conference: Proceedings of the 8th International Conference of entrepreneurship, innovation and regional development, Sheffield, UK.

Tempo rozwoju coworkingu jest bardzo dynamiczne nie tylko na świecie, ale również w Polsce. Według GCUC Global Coworking Inconference Conference <sup>3</sup>w 2007 roku znanych było 14 obiektów coworkingowych, rok później 436, a w roku 2015 7,8 tysiąca. W Polsce dużą ekspansję zauważyć można od roku 2016, gdy rozpoczął się projekt „Smart working guidelines for modern service centers in Poland”. Jest to model zarządzania kładący nacisk na efekt wykonywanej pracy, a nie fizyczny czas spędzony na pracy. Obecnie w Polsce powstało przez ostatnie ponad 200 przestrzeni biurowych coworkingowych, głównie w dużych miastach.

Struktura pracy podporządkowana jest realizacji wskazanych celów oraz weryfikacji hipotez badawczych. W rozdziale pierwszym opisane są studia literaturowe dotyczące konkurencji, konkurencyjności oraz przewagi konkurencyjnej. Ponad to, zostały opisane oraz przeanalizowane teorie potrzeb człowieka jako źródło do uzyskania przewagi konkurencyjnej. Rozdział drugi rozprawy ma na celu szczegółowe omówienie ekonomii współdzielenia, uwzględniając sześć podstawowych gałęzi, a także teorię organizacji pracy. Dodatkowo, zostaną opisane zasady funkcjonowania przestrzeni coworkingowej, jako nowej formy organizacji pracy. Trzeci rozdział poświęcony jest szczegółowej analizie przestrzeni biurowej coworkingowej w Polsce i na świecie, przy uwzględnieniu cenowej, jakościowej oraz informacyjnej przewagi względem tradycyjnego najmu. Kolejny rozdział jest porównaniem coworkingu do tradycyjnego najmu w aspekcie formalno-prawnym i finansowym. Rozdział piąty rozprawy jest rozdziałem opisującym metody pomiaru konkurencyjności i przewagi konkurencyjnej, z uwzględnieniem metody reprezentacyjnej w badaniach zjawisk społecznych oraz metody analiz jakościowych w nadaniu opinii i preferencji na rynku trójmiejskim. Szósty rozdział przedstawia analizę i diagnozę rynku przestrzeni biurowej coworkingowej w Trójmieście. Ostatni rozdział ocenia przewagę konkurencyjną biurowej przestrzeni coworkingowej w świetle badań ankietowych rynku trójmiejskiego. Pracę kończą wnioski stanowiące również odniesienie do postawionych celów badawczych i sformułowanej na wstępie hipotezy badawczej.

Obserwując tendencje światowe dotyczące biur coworkingowych, w niniejszej dysertacji postawiono cele badawcze: cel główny oraz dwa cele szczegółowe. Celem głównym była ocena konkurencyjności powierzchni coworkingowych na tle tradycyjnych powierzchni biurowych. Oceny dokonano z uwagi na konkurencyjność cenową, jakościową oraz

---

<sup>3</sup> GCUC (2017). Number of U.S. and Global Coworking Spaces and Members 2017 – 2022. <https://gcuc.co/wp-content/uploads/2017/12/GCUC-Global-Coworking-Stats-2017-2022.pdf>, [dostęp: 10.04.2019].

informacyjną, korzystając z wyników autorskich badań własnych, badań dotychczas prowadzonych w innych krajach, oraz nielicznych badań przeprowadzonych w Polsce, a także studiów literaturowych i porównawczych z uwagi na zasady najmu klasycznej (tradycyjnej) powierzchni biurowej (rozdziały teoretyczne). Do badań empirycznych wykorzystano zarówno dane z systemu statystyki publicznej jak również badania własne (ankiety), które przygotowano kierując się przesłankami teoretycznymi.

Podobnie jak cel główny, tak i cele szczegółowe zostały zrealizowane w formie studiów literaturowych. W efekcie osiągnięto dwa cele szczegółowe, czyli zidentyfikowano czynniki determinujące jakość powierzchni biurowej w kontekście zaspokajania potrzeb użytkowników, natomiast oceny tych cech uzyskano w odpowiedziach respondentów. Drugim celem szczegółowym była diagnoza perspektyw zmian w sposobie korzystania z powierzchni biurowych w Polsce. Cel ten osiągnięto w efekcie badania dynamiki przyrostu małych podmiotów gospodarczych w Polsce, a przede wszystkim na rynku trójmiejskim. Wysoka dynamika wskazywałaby na dobre perspektywy powierzchni coworkingowej, co potwierdzają również doświadczenia światowe.

Tak sformułowane cele pozwoliły na określenie zadań badawczych obejmujących zarówno studia literaturowe jak również analizy empiryczne:

- Analiza jakości powierzchni biurowych w kontekście przemian społecznych i informatyzacji procesów (zmian organizacji pracy);
- Identyfikacja oczekiwań (preferencji) użytkowników współczesnej powierzchni biurowej (stopień satysfakcji użytkowników);
- Ocena znajomości zasad coworkingu w Polsce;
- Wytypowanie grup wiekowych skłonnych realizować się w formie coworkingu;
- Identyfikacja branż (specjalizacji) zainteresowanych coworkingiem;
- Ocena konkurencyjności powierzchni coworkingowych w badanych grupach podmiotów gospodarczych;
- Badanie perspektyw zmian w sposobie korzystania z powierzchni biurowych w Polsce (tradycyjna powierzchnia vs coworking).

Projektując badanie reprezentacyjne autor miał na celu ocenę konkurencyjności powierzchni biurowej vs tradycyjnej powierzchni biurowej na rynku trójmiejskim. Ponadto, badanie miało na celu ocenę popularności i wiedzy respondentów w na temat takiej formy pracy biurowej.

Ostatecznie uzyskano populację liczącą 67 574 przedsiębiorstwa, zatrudniające 0-9 osób, prowadzone w formie spółek z o.o. lub jako jednoosobowe działalności gospodarcze, w czternastu połączonych działach gospodarki. Losowania dokonano z wykorzystaniem generatora liczb losowych pakietu Statistica uzyskując 2044 obserwacje w próbie losowej. Zdecydowano się na przeprowadzenie 200 wywiadów telefonicznych.( 82 kobiety, 118 mężczyzn). W efekcie uzyskano 9,78% odpowiedzi z próby 2044 podmiotów gospodarczych.

Respondenci w większości to pokolenie X, czyli ludzie urodzeni przed 1980 rokiem (66%), pokolenie Y czyli pokolenie dzisiejszych 30-40 latków stanowiło 32% respondentów, a tylko 2% respondentów to osoby urodzone po 1997 roku, czyli pokolenie Z. W większości przypadków odpowiedzi udzielali właściciele przedsiębiorstw (85%), aż 70% przedsiębiorstw działało na rynku ponad 5 lat, aktywnych w przedziale 2-5 lat było 23% podmiotów, a mniej niż 2 lata zaledwie 7%. Usługi jako główny obszar swojej aktywności wskazało 75% respondentów, handel 14%, produkcję 5% , a inne działy 6%. Przedsiębiorstwa działały zarówno na rynku lokalnym (47%) oraz krajowym (37%), na innych rynkach pozostałe 16%. Samozatrudnienie wskazało 47% respondentów, natomiast dodatkowe osoby poza właścicielem (ale mniej niż trzy) zatrudniało 23% przedsiębiorców, zatrudnienie więcej niż trzech osób poza właścicielem zadeklarowało 30% respondentów.

W pracy postawiono następującą hipotezę badawczą: Przestrzenie coworkingowe są konkurencyjną formą najmu powierzchni biurowych.

Analizując przewagę konkurencyjną w aspekcie formalno-prawnych, zauważyć można zdecydowaną przewagę informacyjną tradycyjnego najmu nad coworkingiem. Przeciętny najemca ma wsparcie w postaci uregulowań prawnych zawartych w kodeksie cywilnym, a sama forma korzystania z powierzchni biurowej jest na tyle popularna, że uzyskanie dodatkowych informacji, czy wzorów umów nie stanowią problemu. Umowa coworkingowa jest umową nienazwaną, brakuje regulacji prawnych, co z jeden strony daje dużą elastyczność, z drugiej zaś stanowi ryzyko zapisów niekorzystnych. Charakter nowości powoduje, iż umowa coworkingu jest mało znana, podmioty nie mają wiedzy na temat proponowanych warunków pracy oraz różnych udogodnień. Ponad to, nie jest wystarczająco promowana, dlatego też tradycyjny najem w aspekcie formalno-prawnych ma zdecydowaną przewagę.

Z uwagi na przyjęte kryteria oceny konkurencyjności, w pytaniach odnoszono się do skłonności przedsiębiorców do zmiany współdzielenia przestrzeni biurowej z uwagi na niższe koszty eksploatacji oraz sprawdzano wiedzę na temat powierzchni coworkingowej.

Ankietowane przedsiębiorstwa są zachowawcze jeśli chodzi o wybór powierzchni biurowej, aż 74% respondentów mimo niższych kosztów utrzymania preferuje pozostanie w tradycyjnym biurze, otwartym na zmiany jest 11% podmiotów, dla których niższe koszty byłyby bodźcem do współdzieleni przestrzeni biurowej z innymi podmiotami. Należy jednak podkreślić, iż w badanej grupie przedsiębiorstw 90% nigdy nie korzystało z biur coworkingowych, a tylko 8% miało takie doświadczenia.

W obszarze badań teoretycznych i literaturowych oraz przy przyjętej definicji konkurencyjności cenowej, jakościowej oraz informacyjnej, w przypadku dwóch pierwszych elementów hipoteza została zweryfikowana pozytywnie, natomiast dostęp do literatury przedmiotu, publikacje w Internecie, wskazują na słabą konkurencyjność informacyjną przestrzeni coworkingowych w porównaniu do przestrzeni tradycyjnych. Dlatego też, w tym aspekcie hipoteza została zweryfikowana negatywnie. Podobnie można podsumować przeprowadzone badanie ankietowe, jednak również w tym przypadku empiryczne badanie nie pozwala na pozytywną weryfikację postawionej hipotezy. W każdej z trzech ocen konkurencyjności respondenci byli raczej przekonani do tradycyjnej powierzchni biurowej niż do biur coworkingowych. Taka postawa przedsiębiorców jest o tyle zastanawiająca, iż badanie obejmowało małe firmy, często krótko działające na rynku, a w dodatku prowadzone przez młodych ludzi. We własnej nieruchomości powierzchnię biurową wykorzystuje 52% respondentów, 31% wynajmuje biuro ale 17% odpowiedziało, iż biuro nie jest im potrzebne do prowadzonej działalności. Wydawałoby się więc, że na wczesnym etapie rozwoju firmy lokowanie kapitałów we własne biuro nie powinno być priorytetem biznesowym. Wyniki te skłaniają do kilku wniosków i kierunków badań w przyszłości. Należy zintensyfikować działania marketingowe zmierzające do promowania tej formy korzystania z powierzchni biurowej, zwłaszcza w przypadku młodych rozpoczynających działalność przedsiębiorców. Spośród 174 uzyskanych odpowiedzi na pytanie dotyczące doświadczeń w korzystaniu z powierzchni coworkingowych zaledwie 2,2% respondentów nie potrafiło się określić z uwagi na brak wystarczającej wiedzy i informacji na temat rozwiązania jakim jest coworking biur. Jednakże, w odpowiedziach dotyczących perspektyw współdzielonych powierzchni w opinii respondentów, aż 72,5% widzi szanse na formę pracy biurowej mimo wcześniejszych dość jednoznacznie wyartykułowanych preferencji co do tradycyjnej powierzchni biurowej, ale tylko 13,5% ma w tym względzie zdecydowana opinię. W przyszłych badaniach należałoby wyspecyfikować mniejsze grupy respondentów reprezentujące nie tyle działy gospodarki co, poszczególne grupy, klasy, a nawet podklasy PKD.

W czasie panującej pandemii okazało się, że konieczność izolacji wymogła nowe spojrzenie na wykonywaną pracę w przestrzeni biurowej – od pracy zdalnej (znanej w literaturze jako *home working*)<sup>4</sup> po pracę hybrydową, która jest typowym rozwiązaniem – systemem pracy w przypadku powierzchni coworkingowych. Użytkownicy takiej powierzchni wskazują wręcz, że system ich pracy to hybryda miejsc, a coworkingu potrzebują między innymi do twórczej pracy zespołowej czy spotkań z klientami. Dodatkowo, łatwość zawierania i rozwiązywania umów najmu (elastyczność) może okazać się rozwiązaniem alternatywnym dla wielu pracodawców mających złe doświadczenia z długoterminowymi umowami najmu z okresu zamrożenia i stagnacji gospodarki w związku z pandemią. Stąd, o ile izolacja społeczna spowodowała przeniesienie czynności zawodowych do miejsca zamieszkania, a czasami w efekcie tego również wypowiedzenia umów najmu biur przez pracodawców, to w dłuższej perspektywie konieczny będzie powrót do utrzymywania kontaktów społecznych, biznesowych, co wielu przypadkach może okazać się bodźcem do rozwoju biur coworkingowych również w Polsce. Wówczas wyniki przeprowadzonych badań mogą być wskazówką dla podmiotów chcących inwestować w tym sektorze rynku nieruchomości, a także dla innych badaczy stanowić materiał porównawczy i punkt wyjścia do kolejnych pogłębionych badań lub badań porównawczych w innych miastach.

---

<sup>4</sup> I. Foryś (red.), Zarządzanie nieruchomością komercyjną, Poltext, Warszawa 2006.