

Michał Misztal
Dyrektor Growth
BusinessLink i AIP Warszawa

Praca w społeczeństwie informacyjnym. Czym jest coworking i dla kogo ma sens?

Kamienica, mieszkanie, przestrzeń w biurowcu, a może cowork? Na to pytanie musi odpowiedzieć sobie każdy, kto zamierza założyć działalność gospodarczą lub pracuje jako freelancer. Zalety i wady korzystania z tradycyjnych przestrzeni do pracy są dobrze znane – pytanie jednak, kto i dlaczego powinien poważnie rozważyć pracę w coworku.

Coworking jest tym dla biur, czym Veturilo dla rowerów, Uber dla pasażerów i Airbnb dla podróżujących. To kolejny świetny przykład ekonomii współdzielenia, za pomocą której za niewielkie pieniądze początkujący przedsiębiorca może mieć dostęp do pięknego i w pełni wyposażonego biura w eleganckim wieżowcu. Coś, co kiedyś zarezerwowane było jedynie dla największych biznesów, teraz jest dostępne dla wszystkich. Coworking to nic innego jak wspólna przestrzeń, w której biurko obok biurka (lub w opcji premium – biuro obok biura) zajmują różni przedsiębiorcy i pracują nad rozwojem swoich firm. Mogą porozmawiać, skorzystać z kuchni lub po prostu założyć słuchawki i oddać się obowiązkom wymagającym skupienia.

Rozróżniamy trzy główne obszary w przestrzeniach coworkingowych. Pierwszym jest standardowy hotdesk – czyli biurko, które każdy może zająć i które nie jest do nikogo przypisane. Po zakończeniu pracy zabieramy swoje rzeczy i wychodzimy, a kolejnego dnia możemy wybrać inne miejsce. Następnym obszarem jest miejsce przy biurku zarezerwowane dla konkretnej osoby – zawsze można zostawić sprzęt, a miejsce będzie czekać na swojego prawowitego właściciela. Rozwiązaniem gwarantującym największą intymność są prywatne biura, najczęściej dla 2 do 6 osób. To wszystko współgra ze sobą, dając dynamiczną mieszankę gwarantującą najlepsze warunki do pracy.

Im mniej na Twojej głowie, tym lepiej

Coworking ma także bardzo istotną przewagę nad normalnym biurem – nie musisz sprzątać, dbać o rachunki za prąd, Internet czy o to, żeby w Twoim ekspresie (o ile go kupiłeś) zawsze były kawa i mleko. Wielokrotnie także usługi asystenckie masz w cenie. Pracownik recepcji przyprorowadzi do

Ciebie Twojego gościa, zaproponuje kawę lub herbatę, a kiedy pędzisz na pilne spotkanie i jesteś już spóźniony, zamówi dla Ciebie taksówkę.

Klient z Internetu czy z offline'u?

Częstym błędem popełnianym przez młode firmy jest pokładanie zbyt wielkiej ufności w klientów pozyskanych przez Internet. Niestety stworzenie strony internetowej nie jest gwarancją mnogości zleceń. Młodzi biznesmeni, którzy sami są wizytówką swojej firmy, powinni podejmować działania zmierzające do pozyskiwania klientów bezpośrednio (zwłaszcza jeżeli działają w sektorze B2B). Nie ma więc lepszego miejsca do pracy niż w otoczeniu innych firm będących potencjalnymi klientami. Patrząc na działanie Business Linków, które stanowią największą sieć przestrzeni biurowej i coworkingowej w tej części Europy, widać ewidentnie, że kuchnia to najlepsze miejsce do poznawania się i rozpoczynania rozmów o interesach. Porównać to można do imprez z czasów studiów – ile z nich zawsze kończyło się właśnie w kuchni...

Coworkingi to także świetne miejsce na znalezienie odpowiedzi na wiele nurtujących pytań o charakterze biznesowym. Jak radzić sobie z brakiem płatności, jakie są problemy z importem z danego kraju, jak bezpiecznie optymalizować rozwiązania podatkowe – wielokrotnie słyszałem, jak o tych kwestiach rozmawiają członkowie społeczności Business Linków, dzieląc się wiedzą i pomagając sobie nawzajem.

Komu nie polecam coworkingu?

Jedno jest pewne: będzie się działa. Znajomi, którzy będą zaczepiali Cię na korytarzu, społeczność, która dobrze się zna, litry wypitej kawy i wiele szkoleń oraz spotkań networkinowych – wszystko to na pewno będzie codziennością. Jeżeli więc musisz skupić się przez cały czas na swojej pracy, potrzebujesz ciszy i spokoju, to być może warto rozważyć inne rozwiązanie, np. serwisowane biuro prywatne, które da Ci elastyczność. Gdy będziesz potrzebował ciszy, znajdziesz ją u siebie. Gdy zechcesz otoczyć się ludźmi, wystarczy, że przekroczysz próg swojego biura. Przestrzenie coworkingowe nie najlepiej sprawdzają się w przypadku firm, których główny biznes opiera się na licznych rozmowach telefonicznych typu call center, windykacja itp. Po pierwsze mogą one być uciążliwe dla pozostałych osób pracujących, po drugie znacznie trudniej wtedy spełnić wymagania dotyczące należytej ochrony danych osobowych.

Coworking a urząd skarbowy

W myśl nowelizacji przepisów ustawy o rejestracji podatników VAT kontrolerzy skarbowi udają się niekiedy na oględziny miejsca rejestracji działalności gospodarczej. Jeżeli zdecydujecie się na rejestrację we własnym mieszkaniu, narażacie się na ryzyko wizyty niezapowiedzianego gościa, który będzie chciał potwierdzić Wasze istnienie i realność miejsca rejestracji firmy. Służyć to ma eliminacjom wyłudzeń w podatku VAT, wielokrotnie jednak uderza w tempo rejestracji nowego podatnika. Korzystając z usług coworkingów, można zarejestrować biuro pod wirtualnym adresem, który fizycznie istnieje, co umożliwi dokonanie należytej kontroli z urzędu. W takiej sytuacji kontroler sprawdzi właśnie cowork, a od firmy oczekiwać będzie umowy, która upoważnia do dokonania wpisów do właściwych rejestrów.

A co z kosztami?

Standardowy coworking najczęściej wychodzi taniej niż wynajmowanie własnego biura i wychodzi zwykle drożej niż wykorzystywanie do tego celu własnego mieszkania. Na rynku warszawskim coworkingi oscylują w granicach 600 zł netto miesięcznie, gwarantując za tę cenę wiele udogodnień.

Na członkostwo w coworkingu warto się także zdecydować, patrząc na niego przez pryzmat możliwości pozyskiwania zleceń i klientów. Wielokrotnie zdarza się tak, że koszt rocznego coworkingu może zwrócić się po pozyskaniu tą metodą jednego czy dwóch klientów. Oprócz kosztów biura możemy więc uwzględnić również koszty związane ze sprzedażą.

Informacja o autorze:

Mgr **Michał Misztal** jest trenerem i ekspertem w dziedzinie przedsiębiorczości i start-upów. Absolwent Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego. Doświadczenie zdobywał przez wiele lat jako dyrektor w Akademickich Inkubatorach Przedsiębiorczości i Business Linku, gdzie pomógł w rozwoju ponad pięciuset firmom. Wykładowca Uczelni Łazarskiego.