

CoWorking a budovanie kreatívnych centier v mestách

Katarina Živanović
Creative Industry Košice n.o., 2022



Projekt spolufinancovaný z fondov Európskej únie (ERDF, IPA, ENI)



CoWorking a budovanie kreatívnych centier v mestách

Katarina Živanović
Creative Industry Košice n.o., 2022

01 / Predslov / 6

02 / Kontext / 8

03 / Prezentácia trvalo udržateľného BMC / 18

Krok 1 / Vízia a poslanie / 19

Krok 2 / Kľúčoví partneri / 22

Krok 3 / Kľúčové aktivity / 24

Krok 4 / Kľúčové zdroje / 26

Krok 5 / Návrh hodnoty / 30

Krok 6 / Vzťahy so zákazníkmi / 40

Krok 7 / Zákaznícke kanály / 41

Krok 8 / Klienti / 44

Krok 9 / Štruktúra nákladov / 47

Krok 10 / Model výnosov / 49

Krok 11 / Ekologické sociálne náklady / 52

Krok 12 / Ekologické sociálne výhody / 52

04 / Ciele – ďalšie kroky a aktivity / 56

Cieľ 1 / Formulácia cieľa konvergencie / 57

Cieľ 1 / Cieľ konvergencie ďalšie kroky a aktivity / 57

Cieľ 2 / Formulácia cieľa CINEMA CoWorkingu / 59

Cieľ 2 / Cieľ CP CoWorkingu – ďalšie kroky a aktivity / 60

Cieľ 3 / Cieľ KP politiky / 64

Cieľ 3 / Cieľ politiky KKP ďalšie kroky a aktivity / 66

05 / Záverečné odporúčania / 68

06 / Príloha – tabuľka ideálnych priestorov / 78

Predslov

1.

Publikácia, ktorú držíte v ruke vznikla v poslednej fáze projektu CINEMA, ktorý implementovali Creative Industry Košice n.o. a Agentúra pre podporu regionálneho rozvoja Košice n.o. v spolupráci s medzinárodným konzorciom partnerov z dunajského regiónu. V projekte sme hľadali spôsoby ako môže kreatívny a kultúrny priemysel (KKP) pôsobiť na revitalizáciu opustených a zanedbaných mestských priestorov. V období realizácie projektu v krajských mestách vznikali kreatívne centrá zriaďované mestami a krajmi a preto sme chceli využiť synergie a podporiť vznik Kreatívneho centra Košického kraja. V tejto súvislosti sme si vybrali pilotných 120 m² priestorov určených pre CoWorking s cieľom zmapovať potenciál, potreby a očakávania kreatívnej komunity, pre ktorú majú byť určené. Použitím metodiky učiacich sa kreatívnych komunít sme zrealizovali mapovanie komunity pracujúcej v KKP. Súčasne s mapovaním prebiehala aj realizácia stáží mladých kreatívnych študentov v inštitúciách činných v oblasti kultúry.

V ďalšej fáze, výstupy z mapovania komunity sme zapracovali do udržateľného podnikateľského modelu CoWorkingových priestorov. Takto boli zadaní kľúčoví partneri, zdroje, aktivity, hodnoty, model výnosov a ďalšie parametre potrebné pre udržateľné fungovanie CoWorkingového centra. Publikácia „CoWorking a budovanie kreatívnych centier v mestách“ je výstupom poslednej fázy projektu a obsahovo vychádza z miestneho akčného plánu, ktorý zhrňa zistenia zrealizovaných aktivít a odporúčania do budúcnosti, po skončení projektu CINEMA.

Autorkou tejto publikácie je Katarina Živanovič, dlhoročná expertka na zriaďovanú a nezriaďovanú kultúru, ktorá nás v tomto procese svojimi znalosťami a skúsenosťami podporila.

Viac informácií o projekte CINEMA ako aj metodológiu a výstupy z mapovania nájdete na stránke <https://www.cike.sk/project/cinema/>. Projekt CINEMA (Creative Industries for New Urban Economies in the Danube Region) je podporený z programu Interreg Danube Transnational Programme a financovaný z fondov EÚ (ERDF, IPA, ENI).

Kontext

2.

1. 1. Úvod vrátane krátkeho zhrnutia projektu

Projekt CINEMA rieši vytvorenie a testovanie nástrojov na podporu zmien v rozvoji mesta prostredníctvom zapojenia kreatívneho priemyslu.

Za týmto účelom projekt pracoval s pilotným priestorom – 120 m² CoWorkingových priestorov v pripravovanom Kreatívnom centre Košického kraja (v texte budeme používať skratku KCKK) na Strojárskej ulici v Košiciach.

Priestor má byť kompletne pripravený na fungovanie CINEMA CoWorkingu (v ďalšom texte budeme používať termín CINEMA CoWorking – CINEMA CoWorking priestor vs CoWorking, ktorý je pre pilotný CoWorking lokalizovaný v oblasti mesta a je revitalizovaný KKP (Kultúrnym a Kreatívnym Priemyslom). Štruktúra priestoru: seminárna miestnosť, sklad, zasadačky (veľké taktiež malé), priestory pre individuálnu a tímovú prácu, kuchynka a oddychová miestnosť. Priestor obsahuje potrebné stoly, stoličky, priestor na telefonovanie, vybavenie na hybridné stretnutia a prezentácie, tabuľu / digitálne tabule na kreslenie, základné vybavenie kuchyne; gauč, priestor pre spoločnú knižnicu; tlačiarne (analýza ideálneho priestoru ako aj vizualizácia CINEMA CoWorkingu v kontexte KCKK je v prílohe 1 tohto dokumentu).

Komplementárny pilotný projekt – oblasť projektu CINEMA – v Košiciach sa zameral na komunitu kreatívnych ľudí – umelcov, podnikateľov, študentov, univerzity atď., aby pomocou mapovania bolo možné lepšie porozumieť potrebám a očakávaniam súvisiacim s rozvojom a rozkvetom učiacej sa tvorivej komunity (Learning Community of Practice). Metódou skupiny, na ktorú sa projekt sústreďuje je zmapovanie očakávaní v 5 oblastiach – Identita, Komunita, Dôležitosť, Prax a Organizácia. Skúmalo sa tiež, ako môžu sťaže mladých kreatívnych profesionálov pomôcť zlepšiť fungovanie kreatívneho priemyslu v meste. Vytváranie a posilňovanie kreatívnych komunit môže priniesť revitalizáciu mestských oblastí.

Kľúčovým parametrom miestneho akčného plánu (LAP) je udržateľnosť výstupov projektu aj nad rámec trvania projektu CINEMA a jeho prenosnosť do iného prostredia.

1. 2. Prezentácia vyvinutých služieb, získaných zručností a výsledkov dosiahnutých v projekte CINEMA

Projekt CINEMA vo svojich 3 segmentoch odskúšal spôsob skríningu potrieb komunity, ktorá má byť primárnym užívateľom mestského priestoru revitalizovaného pre KKP (viacúčelové KKP centrum, KKP – kultúrny a kreatívny priemysel), spôsob, ako by sme označili dominanty priestoru (mestský priestor, ktorý je revitalizovaný KKP) na základe účelu a dynamiky jeho využívania, ako môžu stáť prispieť k rozvoju a vzájomnému obohacovaniu KKP, a pilotne boli odskúšané kroky, ktoré majú pripraviť priestor a komunitu tak, aby sa stali užívateľmi CINEMA CoWorkingového priestoru (nachádza sa v mestskom priestore revitalizovanom KKP).

„Vybudovanie kreatívnej učiacej sa komunity“

Počas projektu za účelom mapovania možností vzniku učiacej sa komunity (konkrétne v prípade, keď je cieľom projektu prinavrátiť život do zanedbaných a opustených priestorov v centre mesta pomocou kreatívneho priemyslu) bola vyvinutá metodika s názvom „Budovanie tvorivej učiacej sa komunity“. Počas pilotnej fázy bolo dokázané, že je to prínosom k vytvoreniu rôznych typov priestorov pre ľudí pracujúcich v kreatívnom priemysle - to znamená popis a analýza priestorov pre KP.

„Vybudovanie kreatívnej učiacej sa komunity“ bolo založené na teoretickom prístupe „Learning Communities of Practice“ od Étiennea Wengera, rozšíreného o prvky materiality: priestory, miesta a objekty. Výsledkom je nástroj, ktorý umožňuje analyzovať a posilňovať komponenty vzájomného vzdelávania sa a budovania komunity resp. analýzovanie obnovy priestorov (v ďalšom len „centrum“) a ich prípravu na využitie takým spôsobom, ktorý podporuje budovanie učiacej sa komunity. Zameriava sa na: VÝZNAM, SPOLOČENSTVO, IDENTITA, PRAX a MATERIÁLNOŠŤ:

- Pochopenie VNÍMANIA centra / zrekonštruovaného priestoru, jeho identity, hodnôt a oblasti záujmu a pôsobenia čo sa týka miestnej a širšej komunity (mesto, región a mimo neho).

- Pochopenie ORGANIZAČNÝCH potrieb užívateľov, podľa ktorých sa realizuje nastavenie pravidiel fungovania centra, podmienok spolupráce, legitímnych a legislatívnych podmienok fungovania centra a pod.
- Pochopenie podmienok VZDELÁVANIA SA V PRAXI ako spôsobu vytvárania priestoru pre rôznych používateľov a objavovania a zdokonaľovania ich talentov, a zároveň ich prenesenia a uplatnenia sa na trhu – aj pri tímovej práci.
- Pochopenie šírky a špecifickosti KOMUNITY centra a jeho partnerov nielen v meste, ale v rámci celého regiónu, čo vytvára priestor na mapovanie vzťahov a dávanie do popredia dôležitých aktérov kreatívneho centra.
- Pochopenie MATERIÁLNYCH ASPEKTOV (VECÍ A PRIESTOROV), ktoré ovplyvňujú, ako sa ľudia jeden od druhého učia, vytvárajú spoločnú identitu alebo ovplyvňujú organizáciu celého centra.

Rozhodujúcou súčasťou tejto metodiky je zber dát, ktoré informujú o celom nasledujúcom procese. Pracovali sme s konkrétnymi cieľovými skupinami, osobne aj online. Skupiny, na ktoré sme sa zamerali, boli vybrané tak, aby zahŕňali všetkých potrebných zainteresovaných: ľudí pracujúcich v kreatívnom priemysle, študentov Filozofickej fakulty Univerzity Pavla Jozefa Šafárika v Košiciach, zamestnancov regionálnej samosprávy, organizácie zriadené regionálnou samosprávou, projektový tím, budúcich užívateľov priestoru, ľudí s podobnými nápadmi/konceptmi, zástupcov stredných škôl i zástupcov firiem pôsobiacich v iných odvetviach.

Stáže

Stáže sa počas pilotnej fázy ukázali ako dôležitý nástroj na informovanie novej generácie o sfére, ktorú rozvíjame a zároveň podporujeme. V našom prípade sme sa zamerali na kultúru a kreatívny priemysel spájajúci mladých ľudí, ktorí majú záujem dozvedieť sa o rôznych aspektoch fungovania organizácií KKP v organizácií podľa vlastného výberu. Ako sme očakávali, stáže sú nástrojom fungujúcim na lokálnej,

regionálnej a medzinárodnej úrovni. Musíme ale zdôrazniť nutnosť investovania času na to, aby sme stážistu spoznali vopred, aby bola hostiteľská organizácia pripravená (aby mala určenú osobu ako kontaktný bod, pripravený štartovací plán založený na potrebách a prioritách stážistov) a zároveň, aby bola flexibilná (napr. pre potreby stážistov). Prezentácia skúseností stážistu môže byť tiež výbornou príležitosťou na vzdelávanie pre hostiteľskú organizáciu.

Čo sme sa dozvedeli

Pri práci na tomto pilotnom projekte sme použili kombináciu rôznych metodológií – tradičné nástroje (SWOT), testovanie nového prístupu (koncept Learning Community of Practice) a zhrnutie výsledkov v postupoch navrhovaných projektom (Sustainable Business Model Canvas /návrh obchodného modelu a LAP / miestny akčný plán). Pomocou rôznych nástrojov mohli experti, projektový tím a účastníci projektu sledovať projekt v rôznych fázach jeho vývoja, z rôznych uhlov pohľadu a za použitia prístupov, ktoré inšpirujú a motivujú účastníkov rôznymi spôsobmi – čo nás viedlo ku zhodným výsledkom. V rôznych fázach analýzy a prípravy pilotného plánu sa použili rôzne metodológie, aby sa zabezpečili dynamické a motivujúce výsledky pre všetkých zúčastnených aktérov.

Pripravili sme pilotný plán, ktorý špecifikuje:

- ciele pilotnej fázy,
- výber nástrojov, ktoré sa majú testovať,
- popis plánovaných pilotných aktivít,
- očakávané výsledky pilotných fáz,
- očakávaný vplyv v mikro-lokalite a pre mesto alebo región,
- aké riziko sa očakáva a aký je plán spravovať ho.

Hlavným cieľom pilotnej fázy celého projektu bolo podporiť proces budovania komunity (koncept *Learning Community of Practice*) – mať jasnú predstavu o rôznych zainteresovaných stranách, ich potrebách

a stratégiu ich zapojenia do implementácie projektu. S tým ide ruka v ruke príprava transparentného operačného modelu fungovania. Ten zahŕňal výber nástroja na implementáciu pilotnej aktivity v mieste pilotnej fázy a model riadenia aktivít zainteresovaných strán (zameranie na Sustainable Business Model Canvas).

Pri práci na pilotnom projekte CINEMA CoWorkingu boli použité všetky relevantné zozbierané údaje, ktoré nám mohli pomôcť lepšie pochopiť kontext a cieľovú skupinu/y, resp. klientov. Pri používaní údajov sme tiež použili rôzne prístupy: použitie údajov zozbieraných pilotným „konceptom učiacej sa komunity praxe“ (KCKK / Kreatívne Centrum Košického Kraja, ako priestor, v ktorom má byť CINEMA CoWorking zakotvený); online prieskum (prax existujúcich CoWorkingových priestorov v Košiciach, Košickom kraji, na Slovensku), osobné rozhovory s ľuďmi, ktorí CoWorking prevádzkujú na Slovensku, a ktorí ich používajú (realizovala ich Univerzita SPU v Nitre a autorka tohto dokumentu). Klúčové je využiť nedávno zozbierané údaje (v našom prípade počas roku 2021 a 2022) na riešenie súčasnej situácie. Cieľom je lepšie pochopiť špecifické potreby komunity, ktorej máme slúžiť - v našom prípade predovšetkým komunity KCKK (Kreatívne Centrum Košického Kraja) ako komunity súvisiacej s KP v Košiciach a v regióne, aby sme mohli:

- identifikovať najdôležitejších aktérov a uprednostniť aktivity v rámci strategického plánovania,
- identifikovať „slepé miesta“, teda cieľové skupiny, na ktoré zabúdame, s ktorými sa nepočítalo,
- vytvárať programy a aktivity na efektívne prepojenie a posilňovanie vzťahov medzi jednotlivými aktérmi a ich stotožnenie sa s CoWorkingom,
- vytvárať pocit komunity,
- identifikovať a budovať spoločné hodnoty a ciele,
- „džudžu“ (energia / sila mesta) – sila individuality a kolektivity.

Čo sme sa dozvedeli o potrebách komunity:

Prax

- Identifikácia momentov učenia sa v každodennom živote a potreby užívateľov na zdieľanie svojej praxe,
- podpora interdisciplinarít – poskytovanie priestoru na stretávanie sa s užívateľmi z rôznych odborov, vďaka čomu môžu vznikáť prekvapivé prepojenia,
- budovanie sietí orientovaných na podporu prostredníctvom každodenných aktivít,
- poskytnutie externých odborníkov v prípade, že o to komunita prejaví záujem, resp. má potrebu,

Podrobný zoznam odporúčaní pre CoWorking je na konci dokumentu v kapitole „Záverečné odporúčania“.

Organizácia

- identifikovanie procesov a organizačnej štruktúry centra na podporu rozvoja rôznorodých učiacich sa komunit v centre,
- zodpovedanie reálnych potrieb užívateľov (nielen potrieb projektu),
- vytvorenie priestoru pre riešenia „zdola“, teda riešenia navrhnuté užívateľmi CoWorkingu,
- pripravovanie sa na rôzne scenáre.

Taktiež

- rozumný, prokomunitný, vzdelaný manažment, ktorý dokáže pravidelne načúvať potrebám komunity,
- organizačný model, či už vo forme písaných alebo nepísaných pravidiel, ktorý je ale schopný dynamicky v čase reagovať na zmeny a potreby používateľov CoWorkingu,
- vytvorenie pocitu spoločnej zodpovednosti a súdržnosti; zapojenie členov/CoWorkerov do programov/aktivít, propagácie, opráv a úprav priestorov a zariadení atď.,
- plánovanie pravidelných spoločných stretnutí CoWorkerov ako platformy na spoločné rozhodovanie, ale aj počúvanie ich podnetov.

Materialita

- identifikovanie aktivít, ktoré vykonávajú jednotliví užívatelia,
- prepojenie designu priestoru s potrebami užívateľov,
- vizualizácia potrieb a dať im skutočnú životnú hodnotu,
- zasadenie konceptov a hodnôt organizácie do priestoru,
- zabezpečenie priestoru na diskusiu medzi odborníkmi a verejnosťou.

Vytváranie tzv. Ideálnych priestorov vzniká prizvaním rôznorodých aktérov do diskusie.

Priestory by tiež mali byť:

- jednoduché, prístupné, ľahko ovládateľné, flexibilné (ktoré si budúci užívatelia budú zariaďovať podľa vlastných potrieb), otvorené a prívetivé (aby nevyzerali 'naleštené' a ako klasické kancelárie),
- dávať príležitosť CoWorkerom prezentovať sa,
- dostupné, aby ich užívatelia mali možnosť kedykoľvek využívať, vrátane služieb,
- jasne, viditeľne a symbolicky označené.

Komunita

Komunita je kľúčom k udržateľnosti priestoru CoWorking. Komunita znamená, že CoWorkeri budú mať podobné ciele, budú si vážiť podobné hodnoty, budú mať spoločné záujmy a budú úzko prepojení. Spájajú ich stabilné, kooperatívne a priateľské vzťahy.

Ak má byť väčší priestor (naš prípad: CINEMA CoWorking má byť v rámci KCKK), je potrebné uistiť sa, že hodnoty komunity CoWorking sú kompatibilné s hodnotami „bezprostredne väčšej komunity“. Príklad: KCKK má veľký záujem byť inkluzívny a zapojiť menšiny a iné cieľové skupiny, na ktoré sa zvyčajne zabúda. CoWorkingový priestor by túto hodnotu nemal ignorovať.

Posilnenie CoWorkerov (orientácia na samostatnosť) je založené na poskytovaní informácií, nástrojov a prostriedkov na riešenie ich vlastných problémov na najvyššej možnej úrovni. Je ťažké mať dlhodobu udržateľný model založený na každodennom uspokojovaní potrieb

mnohých „zákazníkov“. Pomáhať CoWorkerom, aby si dokázali sami pomáhať, je v duchu spoluúčasti CoWorkingu, a ak je to vopred jasne definované, členovia komunity ju (na spoluúčasť) budú vítať.

Vyvinuté služby

- Integrácia CoWorkerov do rozhodovania,
- činnosti, ktoré prejavujú a podporujú hodnoty,
- networkingové aktivity a platformy na predstavenie CoWorkerov a podporu ich komunikácie (informačná tabuľa s novinkami, fotogaléria prezentujúca CoWorkerov, emailové informácie o zmenách v priestore, komunikačný nástroj pre CoWorkerov, operačné stretnutia CoWorkerov, informácie o aktivitách v KCKK),
- rôzne modely využitia CoWorkingového priestoru (denne, niekoľkokrát do týždňa, celý mesiac, pevné pracovné miesto, variabilné pracovné miesto),
- ďalšie priestory a vybavenie,
- údržba priestorov podľa (post) Covid-19 štandardov,
- starostlivosť o zdravie a pohodu (pracovné miesto “na” bežekom páse, mentor všímavosti – vedieť rozlíšiť, čo je správne),
- možnosti vzdelávania: prednášky, prezentácie, debaty, inkubátory, akcelerátory; mentorstvo atď.,
- prezentácia CoWorkerov: databáza CoWorkerov a ich služieb, verejné programy na ich prezentáciu, sprostredkovanie ponuky CoWorkerov pre ľudí z priemyslu, ktorí hľadajú služby tohto druhu, poskytovanie príležitostí na vytváranie sietí CoWorkerov s inými aktérmi KKP, propagácia CoWorkerov v regióne,
- poskytovanie CoWorkingových priestorov mimo Košíc,
- doplnkové profesionálne služby s partnerskou zľavou,
- výberový proces, ktorý zabezpečuje rozmanitosť,
- online registrácia užívateľov, rezervácia priestoru, platba,
- rýchly internet, tlač, skenovanie, kopírovanie, čaj a káva zadarmo,
- zľava na programy v KCKK.

Výsledky dosiahnuté v projekte CINEMA

Sme najviac hrdí na to, že naše pilotné programy sú vzájomne prepojené a učia sa jeden od druhého. Vďaka tomu boli aktéri oveľa odolnejší. Zapracovali sme aj koncepty, ktoré majú prispieť k vzájomnému obohatovaniu medzi rôznymi aspektmi KKP s inými priemyselnými odvetvami a konkrétne s projektmi, ktoré sa majú zapojiť do revitalizácie mestských priestorov prostredníctvom KKP.

Pilotovaný prístup týkajúci sa CoWorkingu pripravil plán pre budúci CINEMA CoWorking v rámci KCKK, ale aj model prenosný do akéhokoľvek iného CoWorkingu bez ohľadu na lokalitu.

Prezentácia trvalo udrža- tel'ného BMC

Jednotlivé prvky budovania sú stručne zhrnuté
nižšie podľa modelu Sustainable BMC

3.

Krok 1: Vízia a poslanie

Počas výskumu zameraného na zisťovanie potrieb kreatívnej komunity, bola zo strany respondentov formulovaná nasledujúca vízia pre celé KCKR:

„Našou víziou je, že KCKK bude v roku 2030 hlavným pilierom pre podporu kultúry a kreatívneho priemyslu v Košickom kraji. Svojím fungovaním ovplyvňuje rozvoj a zamestnanosť jednotlivcov, je lídrom inovácie v kreatívnych odvetviach a je hlavným faktorom ich rozvoja v celom Košickom kraji. Všeobecným cieľom KCKK je revitalizovať urbánne priestory prostredníctvom kreatívneho priemyslu a implementovať model jej fungovania, ktorý ponúkne dlhodobú udržateľnosť.“

Poslaním CINEMA CoWorkingu je uspokojiť a uspokojovať potreby sektora KKP cez budovanie udržateľného CoWorkingu, pri vytváraní služieb s pridanou hodnotou a zachovaním / podporou bohatého kultúrneho/priemyselného dedičstva.

Tým, že patríme predovšetkým k regionálnej komunite, máme realizovať naše poslanie:

- poskytovaním konzistentnej podpory pre KKP s fyzickou infraštruktúrou / CoWorking,
- budovaním komunity,
- účasťou v širšom projekte urbárnej revitalizácie mesta, v súlade s myšlienkou prenosnosti (transferability) navrhovaného modelu.

Pritom je potrebné zachovať nasledujúce hodnoty: inkluzivita, prístupnosť, flexibilita, dynamickosť, autentická podpora talentov a jeden druhého, transparentnosť, dôveryhodnosť, synergia, obojstranosť, prepojenosť a spájanie.

Vízia CINEMA CoWorkingu (v súlade s víziou a hodnotami KCKK)

CINEMA CoWorking:

1. je informačným a komunikačným uzlom, spájajúcim bodom medzi jednotlivcami, kreatívcami, verejnosťou, aktérmi v kraji, biznisom a verejnou správou ako aj medzinárodnou komunitou,
2. je otvorený a dostupný primárne pre mladých umelcov a kreatívcov,
3. je tu pre celý kraj, neuzatvára sa do hraníc mesta, ale aktívne vytvára siete a aktivity na krajskej úrovni – a je otvorený pre medzinárodné spoločenstvo (neobmedzuje sa len na digitálnych nomádov),
4. je dynamickým a autentickým miestom, necháva priestor pre organický rast, testovanie, ale aj budovanie autentického komunitného priestoru, v ktorom nie je citelná ťarcha inštitúcie,
5. je štartovacou plochou pre talenty, kde sa ľudia spojení s kultúrou, umením a kreatívnymi odvetviami môžu stretávať, rozvíjať talent, učiť sa jeden od druhého a zdieľať svoju prax, nielen v rámci mesta, ale aj celého kraja, s cieľom získať do budúcnosti stále zamestnanie a prax a prenechať miesto v CINEMA CoWorkingu ďalším užívateľom,
6. je transparentný a stály a ako verejná inštitúcia má dôveru členov kreatívnej komunity, inštitúcií aj širokej verejnosti,
7. udržuje synergiu a reciprocitu v meste a v kraji, je si vedomý svojich možností, postavenia v rámci mesta a kraja, neduplikuje aktivity a je nositeľom a lídrom spolupráce a vzájomnej pomoci medzi aktérmi CoWorkingovej scény,
8. je agentom revitalizácie urbánnych priestorov prostredníctvom presahov kreatívneho priemyslu a vzorom pre iné mestá,
9. umožňuje vzájomné obohacovanie – spájanie kreatívnych odvetví s inými odvetviami a ponúkanie príležitostí na vytváranie nových služieb a produktov,
10. otvára príležitosti na vymieňanie si skúseností s univerzitami a inými výskumnými inštitúciami pre inovácie v CI,

11. prepája svojich klientov do medzinárodných sietí, najmä s EIT Culture and Creativity prostredníctvom úzkej spolupráce s CLC EAST (Co-Location Center) v Košiciach.

Dodržiavanie základných zásad udržateľnosti:

Realizujeme myšlienku trvalo udržateľného rozvoja chápaného ako sociálne a ekonomické zlepšovanie, ktoré chráni životné prostredie a podporuje rovnoprávnosť (Ciele trvalo udržateľného rozvoja OSN, Diesendorf, 2000). V presvedčení, že ekonomika, spoločnosť a ekologický systém sú vzájomne závislé, integrujeme všetky štyri piliere udržateľnosti – ľudský, sociálny, ekologický a ekonomický – ako rovnako dôležité.

Ľudská udržateľnosť: organizačný model, ktorý udržiava a zlepšuje ľudský kapitál (prístup k službám, zdraviu, blahobytu, výžive, celoživotnému vzdelávaniu).

Sociálna udržateľnosť: to, čo robíme, ovplyvňuje ostatných a svet, ako aj budúce generácie (súdržnosť, vzájomnosť, česťnosť, dôležitosť vzťahov medzi ľuďmi, spoločné myšlienky rovnoprávnosti a práv).

Ekonomická udržateľnosť: zlepšenie životného štandardu, efektívne využívanie zdrojov.

Environmentálna udržateľnosť: model práce založený na nie poškodzovaní životného prostredia / bez rizika ohrozenia prírody.

Nakoľko vstupujeme do priestorov zrekonštruovaných a pripravených podľa potrieb CINEMA CoWorkingu, očakávame, že majiteľ priestoru sa už postaral o:

- udržateľné stavebné materiály,
- energetickú účinnosť,
- udržateľný dizajn,
- trvanlivosť / odolnosť,
- zníženie odpadu,
- kvalita vzduchu v interiéri,
- ochranu vody.

Krok 2: Kľúčoví partneri a zainteresované strany implementujúce hlavné aktivity

<i>partner</i>	<i>klúčové zdroje, ktoré získavame od partnerov</i>	<i>klúčové činnosti, ktoré bude partner vykonávať</i>
CIKE – Creative Industry Košice n.o.	odbornosť	<ul style="list-style-type: none"> • výskum KKP a tém klúčových pre vývoj CoWorkingu • vývoj KKP a kultúry CoWorkingu • politiky KKP vrátane CoWorkingu (tvorba a sledovanie implementácie) v slovenskom, ale aj v medzinárodnom kontexte • prepájanie so zahraničnými partnermi a kreatívnym ekosystémom v meste Košice
Agentúra na podporu regionálneho rozvoja Košice n.o.	odbornosť	<ul style="list-style-type: none"> • pomoc pri budovaní databázy • vzdelávanie / poskytovanie odborníkov • propagácia • Fondy EÚ • budovanie partnerstiev • sledovanie a analýza
Kreatívne centrum Košického kraja	<ul style="list-style-type: none"> • priestor (pre CINEMA CoWorking, pre programy, ktoré by CINEMA CoWorking organizoval, workshopy), • promo – kontakt s potenciálnymi užívateľmi CoWorkingu 	služby súvisiace s priestorom, propagácia, zdieľanie kontaktov
zástupcovia regiónu / tvorcovia politik	finančná a lobistická / politická a legislatívna podpora	podpora na administratívnej a politickej a legislatívnej úrovni

23 Prezentácia trvalo udržateľného BMC

zástupcovia mesta / tvorcovia politiky	finančná a lobistická / politická a legislatívna podpora	podporu na politickej a legislatívnej úrovni
organizácie na podporu podnikania	odborníci, (obchodní) partneri, fondy na rozvoj obchodného aspektu CINEMA CoWorkingu	podpora podnikania / zdieľanie znalostí a kontaktov
kreatívci (organizácie, iniciatívy, skupiny, jednotlivci)	promo, kontakt s potenciálnymi užívateľmi CINEMA CoWorkingu	promo a zdieľanie kontaktov
kreatívne centrá / experti	príklady z praxe, vytváranie sietí, partnerstvá, obsah programov (vrátane individuálnych konzultácií, mentoringu atď.)	zdieľanie znalostí
akademickí partneri (vrátane, ale nie výlučne, Fakulta umení Technickej univerzity v Košiciach)	promo, kontakt s potenciálnymi užívateľmi CINEMA CoWorkingu; odborníci na programy (vrátane IK, mentoringu atď.)	promo, zdieľanie kontaktov a znalostí
organizácie a experti podporujúci inkluzívne priestory, menšiny a zraniteľné skupiny	koncepce a implementácia inkluzívneho a komunitného / sociálne uvedomelého spôsobu práce	zdieľanie znalostí, promo
zástupcovia stredných škôl	promo	promo
zástupcovia spoločností pôsobiaci v iných odvetviach	promo, potenciálni klienti pre užívateľov CINEMA CoWorkingu	promo
CLC EAST Miestne centrá – Východ (Co-Location Centres East)	Prepojenie CINEMA CoWorkerov do medzinárodných sietí, najmä EIT pre KKP prostredníctvom úzkej spolupráce s CLC EAST v Košiciach	účasť na výzvach – prístup k financovaniu, internacionalizácia, inovácie a prístup k medzinárodnej spolupráci

Krok 3: Kľúčové aktivity pre zabezpečenie udržateľnosti pilotného projektu

3. 1. Kľúčové aktivity, ktoré si vyžadujú naše hodnotové ponuky

- poskytovanie inšpiratívneho priestoru pre CINEMA CoWorking,
- vybavenie priestoru na splnenie základných funkcií: stoly, stoličky, mini sklad, kopírka atď.,
- vybavenie priestoru pre sprievodný obsah: kuchyňa, oddychová zóna, zasadačka/konferenčná miestnosť, tichá miestnosť, priestor na telefonovanie a videohovory atď.,
- udržiavanie priestoru (všetky jeho aspekty),
- nepretržitá propagácia a „predaj“,
- budovanie komunity,
- dodatočná ponuka: programy (vzdelávanie, siet'ovanie, promo, príležitosti pre spolupracovníkov stretnúť sa so svojimi potenciálnymi partnermi a klientmi), rôzne výhody (zľavy v KCKK, parkovisko pre bicykle, poštová schránka atď.).

3. 2. Kľúčové činnosti potrebné pre naše distribučné kanály

- marketingový a PR plán (vrátane tónu hlasu a stratégií pre preferované komunikačné kanály),
- dizajn manuál,
- poskytovanie všetkého potrebného pre online prítomnosť (doména atď.);
- promo aktivity vo fyzickom priestore (prioritou je propagácia v KCKK) – distribúcia tlačенých propagačných materiálov, kampaň na citylightoch,
- siet'ovanie za účelom propagácie,
- oficiálne otvorenie CINEMA CoWorkingu,
- deň otvorených dverí,
- účasť na mestských a regionálnych programoch,
- spolupráca s CLC EAST v Košiciach, účasť na výzvach CLC.

3. 3. Klúčové činnosti, ktoré musíme vykonávať, aby sme generovali toky príjmov

- udržať flexibilitu a prispôsobivosť priestoru,
- dbať na správnu údržbu priestorov a technológií,
- byť schopný reflektovať na potreby CoWorkerov,
- pripraviť podrobné ponuky pre každý tok príjmov,
- aby boli naše promo „balíky“ viditeľné online,
- online informačný balík pre každú službu a skupinu klientov čo sa týka služieb,
- vytlačený promo balíček,
- vytlačený info-balíček pre každú službu a skupinu klientov čo sa týka služieb,
- všetky platobné systémy musia byť aktívne, testované a spustené;
- pripraviť štruktúru programu na celý rok (vrátane jeho poslania, vízie, „formátov“/typov aktivít),
- zabezpečiť program na prvé 3 mesiace.

Krok 4: Kľúčové zdroje

4. 1. Kľúčové zdroje – zručnosti, kapitál, siete, ktoré priamo podporujú aktivity

4. 1. 1. Priestor (vrátane jeho dizajnu) / kapitál 1

4. 1. 2. Financie / kapitál 2

4. 1. 3. Schopný tím / zručnosti

4. 1. 4. Siete

4. 1. 5. Riadiace a kontrolné „orgány“

4. 1. 1. Priestor

- pracovný priestor (stoly pre stálych užívateľov, stoly pre krátkodobých užívateľov, „horúce kreslá“),
- kuchyňa,
- relaxačná zóna,
- zasadací priestor / konferenčná miestnosť,
- tichá miestnosť,
- priestor na telefonovanie a videohovory,
- „inkluzívny priestor“,
- toalety (prístup na toalety – môžu byť spoločné),
- interiérový dizajn, vďaka ktorému sa CoWorkeri cítia „ako doma“.

4. 1. 2. Financie

- počiatočné finančné zdroje na prípravu priestoru, základné fungovanie, základný tím,
- peniaze / partneri na rozvoj (schopnosť ich nájsť),
- pracovné miesta / partneri pre komunitu CINEMA CoWorkingu.

4. 1. 3. Schopný tím

- manažér (celkové fungovanie, prenájmy, program, atmosféra),
- komunitný manažér (požičovne, program, základné promo, atmosféra),
- PR (čiasťový úväzok),
- manažér rozvoja (čiasťový úväzok – partnerstvá, získavanie finančných prostriedkov),
- externé: upratovanie, technická údržba (vrátane internetu atď.).

4. 1. 4. Siete

Siete, od ktorých členov sa môžeme učiť,

- CoWorking: Európska sieť kreatívnych centier,
- KKP: European Creative Business Network (Európska sieť kreatívneho priemyslu),
- komplexné kultúrne centrá: ANTENA, TEH,
- iné siete priestorov pre KKP,
- CLC EAST – Co-Location Center pre Slovensko, Česku republiku, južné Poľsko, Maďarsko, Bulharsko a Macedónsko (EIT kultúra a kreativita).

4. 1. 5. Riadiace a kontrolné „orgány“

V závislosti od štruktúry projektu môže CINEMA CoWorking zväziť / mať:

- správnu radu (na sledovanie celkového fungovania priestoru a aktivít);
- finančnú radu (ak sú finančné zdroje vyššie);
- programovú radu (ak je organizovanie programov aspektom práce, ktorý si vyžaduje pokročilú podporu).

4. 2. Kľúčové zdroje potrebné pre naše distribučné kanály (v našom prípade komunikačné kanály)

- 4. 2. 1. Použitie značky CINEMA CoWorking v priestoroch
- 4. 2. 2. Financie
- 4. 2. 3. Schopný tím
- 4. 2. 4. Siete

4. 2. 1. Priestor

- interiérový dizajn, ktorý uľahčuje komunikáciu manažmentu s CoWorkerami.

4. 2. 2. Financie

- tvorba webovej stránky,
- doména,
- online hosting,
- dizajn manuál,
- online propagácia,
- „offline“ promo (tlačené materiály atď.),
- rollupy (na prezentácie),
- účasť na miestnych a regionálnych platformách, na štátnej úrovni, v zahraničí (cestovanie, ubytovanie).

4. 2. 3. Schopný tím

- komunitný manažér (požičovne, program, základné promo, „atmosféra“)
- PR (čiastočný úväzok)
- externý odborník v prípade, že budujeme databázu a ďalšie špeci-
fické služby pre spolupracovníkov a „externých“ pracovníkov.

4. 2. 4. Siete

- Naša sieť členov.
- Naša sieť partnerov.
- Naša sieť podporovateľov.
- Inicovať miestnu, regionálnu a štátnu sieť coworkingových priestorov.

4. 3. Kľúčové zdroje, ktoré potrebujeme na generovanie finančných príjmov

4. 3. 1. Priestor (vrátane jeho dizajnu)

4. 3. 2. Financie

4. 3. 3. Schopný tím

4. 3. 4. Siete

4. 3. 1. Priestor

Všetky aspekty plne funkčné, efektívne udržiavané, aktualizované.

4. 3. 2. Financie

- počiatočné finančné zdroje na prípravu priestoru, základné fungovanie, základný tím,
- financie na tvorbu partnerstiev (v prípade získavania finančných príjmov a strategických projektov).

4. 3. 3. Schopný tím

- manažér (navrhuje stratégiu, implementuje, sleduje, hľadá spôsoby zvyšovania príjmov, inovuje),
- manažér komunity (plní záväzky už v existujúcich príjmoch a zvyšuje finančné príjmy / poskytuje spätnú väzbu od komunity),
- PR (verejne propaguje a poskytuje spätnú väzbu od komunity),
- manažér vývoja (sleduje a inovuje).

4. 3. 4. siete

- Naša sieť partnerov.
- Naša sieť členov.
- Naša sieť podporovateľov.

Ďalšie siete, ktoré nás budú propagovať „sekundárnym“ používateľom (mimo regiónu) a mohli by byť našimi partnermi na získavanie finančných prostriedkov a implementáciu projektu:

- siete HUB: European Creative Hubs Network,
- siete KKP: European Creative Business Network,
- siete multižánrových kultúrnych priestorov: ANTENA, TEH,
- CLC EAST,
- EIT Culture and Creativity,
- iné siete priestorov pre KKP,
- vytvoriť lokálnu, regionálnu a slovenskú sieť coworkingových priestorov.

Krok 5: Návrh hodnoty vytvorenej realizáciou aktivít udržateľným spôsobom

V rámci výskumu realizovaného na úrovni Slovenska (vrátane Košíc a Košického kraja) boli nové kontakty vnímané ako najdôležitejší aspekt coworkingov z hľadiska rozvoja podnikania (72,2 %). Nasledovali komunita (63,6 %), finančné aspekty / úspora peňazí na náklady za kanceláriu (54,5 %), zaujímavé, rozmanité pracovné prostredie (36,4 %) a vzdelávanie (9,1 %).

Z ľudí, ktorí sa zúčastnili na výskume, sa 76,9 % domnieva, že účasť v CoWorkingu prispieva k rozvoju ich podnikania:

- na strane kvantity (financie) – zníženie nákladov (48,7 %), väčší záujem o ich služby (23,1 %), viac klientov (20,5 %); vyšší príjem a zisk; a – pri nízkych % (2,6 %) vyššia motivácia pre tím, vyššia efektivita práce, získavanie know-how, networking,
- po kvalitatívnej stránke – príjemné pracovné prostredie (76,9 %), vzťahy a komunita (74,4 %), nové kontakty (71,8 %), viac šťastia a pokoja v práci (48,7 %), intenzívnejšie učenie sa (43,6 %), pocit stabilnejšieho života / udržateľnejší životný štýl (10,3 %), socializácia po Covide (2,6 %).

Nové kontakty, znižovanie nákladov a komunita sú považované za najväčší prínos CoWorkingu pre podnikanie.

Negatívne aspekty práce v CoWorkingovom priestore sú narušovanie kludu počas práce (61 %), nedostatok súkromia (38,5 %), nedostatočná bezpečnosť (10,3 %).

<i>hodnoty, ktoré dodávame zákazníkovi</i>	<i>ktorý/-é problém(y) našich zákazníkov to pomáha riešiť</i>	<i>aké služby ponúkame jednotlivým segmentom zákazníkov</i>	<i>aké potreby zákazníkov uspokojujeme</i>
budovanie komunity	<ul style="list-style-type: none"> • nedostatok príležitostí v CoWorkingových priestoroch s podobne zmyslajúcou KKP komunitou • nedostatok príležitostí na socializáciu 	<ul style="list-style-type: none"> • integrácia CoWorkingov do rozhodovania • aktivity prejavujúce a podporujúce hodnoty CINEMA CoWorking komunity • sieťovanie 	<ul style="list-style-type: none"> • byť s / patriť / pracovať v rámci komunity, ktorá zdieľa rovnaké hodnoty • dôvera • mentorstvo • byť informovaný
udržateľnosť	<p>1.</p> <p>neistota trhu (dlhodobé a vysoké kancelárske náklady ohrozujú udržateľnosť)</p>	<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • rôznorodé modely používania CoWorkingu (dni, niekoľkokrát / týždeň, mesiac, stále pracovné miesto, pohyblivá pracovná doba) • hybridné pracovné prostredie • flexibilné a osobné - možnosť kombinovať podľa potreby, personalizovaný pracovný priestor. • ďalšie priestory a vybavenie 	<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • potreba flexibilného pracovného priestoru / prístupu k pracovnému priestoru na základe individuálnych potrieb a harmonogramu • potreba dodatočných priestorov (stretnutia, relax, telefonovanie a videohovory)

32 CoWorking a budovanie kreatívnych centier v mestách

udržateľnosť	2. zdravotné výzvy	2. <ul style="list-style-type: none"> • údržba priestorov podľa (post) Covid 19 štandardov • stoly s bežeckým pásom • k dispozícii psychologický mentor 	2. <ul style="list-style-type: none"> • štruktúra pri práci / efektívnejšia práca • viesť zdravý a udržateľný životný štýl (vrátane duševného zdravia) • vyhýbanie sa osamelosti, emocionálna podpora • pohoda a rovnováha medzi pracovným a súkromným životom (spojené s možnosťou hybridného pracoviska, pohyblivého pracovného času atď.) • viesť ekologický životný štýl • bezpečné prostredie
udržateľnosť	3. dynamický a meniaci sa „priemysel“	3. <ul style="list-style-type: none"> • vzdelávacie programy a služby (prednášky, prezentácie, debaty, inkubátory, akcelerátory atď.) 	3. <ul style="list-style-type: none"> • kontinuálne vzdelávanie / celoživotné vzdelávanie

33 Prezentácia trvalo udržateľného BMC

<p>*byť prepojený a prepájať (ostatne)</p>	<p>izolované pracovné podmienky / človek premešká príležitosť spojiť sa s ostatnými a využiť svoju kapacitu na pomoc komunitě spojiť sa (byť na voľnej nohe alebo pracovať z domu, alebo mať kočovný životný štýl alebo pracovať v kancelárii jednej organizácie)</p>	<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • priestory na neformálne stretnutia, príklady: kuchyňa, vonkajší priestor pre fajčiarov atď. 	<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • konfigurácia priestoru a jeho obsahu tak, aby podporoval sieťovanie
		<p>2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • zdieľanie noviniek (informačná tabuľa, so správami, komunikačný nástroj pre CoWorkerov (napríklad "Signal"), prevádzkové stretnutia spolupracovníkov, rýchla info o vývoji v priestore • vrátane ad-hoc problémov – napríklad „WhatsApp“) • Predstavujeme CoWorkerov (príklady Photoboards s CoWorkermi) • info o komunitě, online a v priestore CoWorkingu (pre CINE-MA CoWorking primarne KCKK) 	<p>2.</p> <p>byť informovaný o vývoji v CoWorkingu</p> <ul style="list-style-type: none"> • rozširovať osobnú sieť • jednoduchý prístup k informáciám o aktivitách v KCKK

34 CoWorking a budovanie kreatívnych centier v mestách

<p>*byť prepojený a prepájať (ostatne)</p>	<p>izolované pracovné podmienky / človek premešká príležitosť spojiť sa s ostatnými a využiť svoju kapacitu na pomoc komunite spojiť sa (byť na voľnej nohe alebo pracovať z domu, alebo mať kočovný životný štýl alebo pracovať v kancelárii jednej organizácie)</p>	<p>3.</p> <ul style="list-style-type: none"> networkingové akcie / aktivity 	<p>3.</p> <ul style="list-style-type: none"> potreba komunitných kontaktov prístup k interdisciplinárnej komunite potenciálnych spolupracovníkov / dosahovanie inovácií spojením sa s profesionálmi z rôznych prostredí a vedomostí a zvýšenie interaktivity a dynamiky skupiny, aby sa navzájom doplňovali vedomosti a inšpirovali sa jednotlivci, kreatívci, verejnosť, aktéri v regióne, biznis a verejná správa potrebujú o sebe vedieť viac a byť prepojení s medzinárodnou komunitou
		<p>4.</p> <p>Prezentácia príkladov prac CoWorkerov.</p> <ul style="list-style-type: none"> databáza CoWorkerov a ich služieb programy a aktivity prezentujúce CoWorkerov a ich služby ”matchmaking” (sprostredkovanie) pre aktérov z odvetvia, ktorí hľadajú služby, ktoré môžu CoWorkeri ponúknuť používať sociálne médiá ako platformu na propagáciu služby CoWorkerov 	<p>4.</p> <ul style="list-style-type: none"> viditeľnosť prístup k potenciálnym klientom

35 Prezentácia trvalo udržateľného BMC

<p>*byť pripojený a pripájať (ostatne)</p>	<p>izolované pracovné podmienky / človek premešká príležitosť spojiť sa s ostatnými a využiť svoju kapacitu na pomoc komunite spojiť sa (byť na voľnej nohe alebo pracovať z domu, alebo mať kočovný životný štýl alebo pracovať v kancelárii jednej organizácie)</p>	<p>5.</p> <p>Cenovo dostupné coworkingové priestory mimo Košíc</p>	<p>5.</p> <p>prístup do siete coworkingových priestorov mimo Košíc</p>
<p>*otvorenosť a dostupnosť</p>	<p>nie veľa CoWorkingových priestorov v Košiciach môže splniť tieto podmienky, pretože neboli určené na tento druh konceptu + nezdieľajú rovnaké hodnoty</p>	<p>1.</p> <ul style="list-style-type: none"> • výťah/rampa pre tých, ktorí majú problémy s mobilitou • otvorený priestor – všetko v jednej úrovni • toalety a ďalšie vybavenie v súlade s potrebami rôznych užívateľov (výška a mobilita) <p>2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • lokalita CoWorkingu v blízkosti doplnkových profesionálnych služieb - s partnerskou zľavou • lokalita CoWorkingu blízko tomu, čo sú „každodenne potreby“ CoWorkerov (blízko reštaurácií, obchodov s potravinami, barov, pošty a iných služieb, ktoré by CoWorkeri mohli potrebovať, ľahký prístup verejnou dopravou, blízkosť parkovacích miest – aj keď podporujeme skupinovú dopravu, dostupnosť lokality na bicykli aj pešo), v blízkosti centra mesta, rieky, atď. 	<p>1.</p> <p>podpora a presadzovanie zmysluplnej rozmanitosti a začleňovania sa</p> <ul style="list-style-type: none"> • prístupný priestor • modulárny priestor <p>2.</p> <ul style="list-style-type: none"> • byť v rámci komplexnej štruktúry KKP (blízkosť rôznych zdrojov a služieb: kultúrne a umelecké programy, nástroje v dielňach, ateliéry) • v blízkosti toho, čo človek potrebuje počas pracovného dňa (vrátane verejnej dopravy, jedla a kancelárskych potrieb)

36 CoWorking a budovanie kreatívnych centier v mestách

<p>*otvorenosť a dostupnosť</p>	<p>nie veľa CoWorkingových priestorov v Košiciach môže splniť tieto podmienky, pretože neboli určené na tento druh konceptu + nezdieľajú rovnaké hodnoty</p>	<p>3. výberový proces, ktorý zabezpečuje rozmanitosť</p> <p>4. • online registrácia užívateľa, rezervácia a prístup do priestoru • online platba (vrátane generovania faktúr, a následného poskytovania príjmových dokladov) • 24/7 prístup • aplikácia pre CoWorking</p>	<p>3. pre ľudí z rôznych vrstiev KKP</p> <p>4. jednoduchá rezervácia, platba, prístup</p>
<p>*príslušnosť/byť aktívny na regionálnej úrovni</p>	<p>CoWorkeri nie sú prepojení / viditeľní na regionálnej úrovni</p>	<ul style="list-style-type: none"> • poskytovanie príležitostí na vytváranie sietí • databáza kontaktov • poskytovanie informácií o možnostiach grantov • organizovanie výskumných/ informačných ciest • „horúce miesto“ pre aktérov KKP z regiónu • poskytovanie informácií o obchodných príležitostiach v regióne • propagácia členov CoWorkerov v regióne 	<ul style="list-style-type: none"> • byť lepšie informovaný o dianí v regióne • byť viditeľnejší v regióne • uľahčiť vytváranie partnerstiev s aktérmi v regióne • predávať služby v regióne
<p>*byť dynamický a autentický</p>	<p>priestory patriace inštitúciám nie sú flexibilné a majú náročnú administratívu atď.</p>	<p>komunikačné kanály, rozhodovanie, služby, platby, budú mať flexibilitu nezávislých / súkromných priestorov CoWorkingu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • mať priestor na organický rast, testovanie; • vybudovanie autentického komunitného priestoru, v ktorom sa necíti váha inštitúcie
<p>*podpora talentov a jeden druhého</p>	<p>CoWorkingové priestory s nízkou fluktuáciou a bez pocitu podpory pre talenty – individualizmus</p>	<ul style="list-style-type: none"> • doplnkové programy a služby: podujatia, vzdelávanie (prednášky, workshopy, kurzy), mentorstvo 	<ul style="list-style-type: none"> • slobodne sa stretávať, rozvíjať talent, učiť sa jeden od druhého a zdieľať prax, • získanie stáleho zamestnania do budúcnosti a prenechanie miesta v CoWorkingu iným užívateľom

37 Prezentácia trvalo udržateľného BMC

*transparentnosť a dôvera	CoWorkingové priestory založené na neosobnom vzťahu vlastník – klient	1. • jasný zoznam spoločných povinností CoWorkrov (čistota kuchyne, poriadok v CoWorkingu, koordinácia používania zariadení a priestorov atď.)	1. • budovanie dôvery medzi CoWorkermi • transparentnosť vedenia CoWorkingu
		2. – 4. verejná prezentácia priestorov CoWorkingu (web, sociálne siete, dni otvorených dverí)	
		2. organizovanie programov a aktivít otvorených pre komunitu KKP vrátane neformálnych stretnutí v kuchyni CoWorkingu	2. mať dôveru ostatných členov kreatívnej komunity,
		3. • pravidelná komunikácia s inštitúciami (vrátane ich návštev v CoWorkingu – napríklad: inštitucionálny stôl v CoWorkingu pre regionálnu a/alebo miestnu samosprávu; obed v CoWorkingu raz za mesiac atď.)	3. transparentnosť v komunikácii s inštitúciami
		4. • archív na webovej stránke • cenník online • výročná správa dostupná online	4. dôveryhodný a transparentný vzťah so širokou verejnosťou (ako verejnoprávna inštitúcia)
* súlad a vzájomnosť	CoWorkingové priestory pracujúce vo svojej „bubline“ a pre ňu – nezdravá konkurencia / šťastie zo spojenia medzi ľuďmi patriacimi do komunity CoWorking	• online prítomnosť • okamžitá prezentácia ročného plánu • platforma priestorov Košických CoWorkingov pre zdieľanie skúseností a spoločné propagovanie a lobovanie pre CoWorking kultúru	• neduplikovať aktivity, • byť nositeľom a lídrom spolupráce a vzájomnej pomoci medzi aktérmi KKP a priestormi coworkingu

Vybrané služby – podrobnosti

- **Jednoduchá registrácia, prístup a správa fakturácie**

V digitálnej dobe sa ľudia nechcú zaoberať papierovými dokladmi, manuálnymi platbami, obmedzeným prístupom do CoWorkingového priestoru alebo problémami s bezdrôtovým internetom.

Existuje množstvo softvérov navrhnutých tak, aby bolo možné spravovať priestor, a aby jeho členovia mali prístup a jednoduché členstvo: aktuálne online informácie o dostupnosti priestoru, online rezervácie pracovného miesta a ďalších priestorov, generovanie faktúr, online platby (a následné poskytovanie účteniek), prístup do priestoru (členské karty s údajmi o CoWorkerovi, môžu mať aj kredit na čerpanie služieb v CoWorkingu a u partnerov a pod.).

- **(Spolu)vzdelávanie – ako CoWorkeri, ktorí sa učia jeden od druhého, zdieľajú poznatky s verejnosťou, učia sa od externých odborníkov**

Povaha vzdelávacích príležitostí by mala byť v súlade s hodnotami CoWorkingu a mala by zodpovedať potrebám CoWorkerov. Podujatia pomáhajú propagovať priestor CoWorkingu, a sú ďalším zdrojom príjmov.

Povzbudzovanie CoWorkerov, aby organizovali svoje vlastné podujatia, posilnenie ich sebadôvery pri interakcii s verejnosťou – ako verejných rečníkov, lektorov, prezentujúcich.

Odporúčanie: nastavte čas po prezentácii na (spontánne) sieťovanie. „Formáty“ (spolu)vzdelávania: prednášky, prezentácie, workshopy, diskusie, používanie webovej stránky (blog o príslušných témach atď.), sociálnych médií, letáky, spoločná knižnica (digitálna alebo tlačaná forma kníh, časopisov) atď.

Doplnkové „nástroje“

Aplikácia CoWorking (priestor) môže mať nekonečné výhody. Spomenieme len základné.

CoWorking bude:

- mať väčšiu kontrolu nad týmto priestorom takým spôsobom, ktorý umožní získať nielen informácie o pracovnom stole / mieste v reálnom čase, ale aj údaje o efektívite využívania tohto priestoru / priestorov. Informácie dajú možnosť CoWorkerovi využiť priestor najlepším spôsobom tak, aby sa minimalizoval prázdny priestor.
- mať ľahšie rozhodovanie vďaka získaniu informácií čo sa týka prázdnych pracovných miest a tak následne bude zdrojom príjmov.

Pomocou aplikácie CoWorkeri môžu:

- rezervovať priestor jednoduchšie a flexibilnejšie (skutočné voľné miesta).
- cítiť sa vítaní – ak si miesto rezervujú vopred, CoWorkeri budú vedieť, čo môžu očakávať, a budú si istí, že budú mať miesto.
- zachovať a posilniť vzťahy s komunitou koordináciou dní, ktoré strávia v CoWorkingu s členmi svojej komunity,
- zostať informovaní a v kontakte - získaním informácií o podujatiach organizovaných CoWorkingom alebo o záujme CoWorkerov.

Partnerstvo s ostatnými CoWorking priestormi / sieť CoWorkingových priestorov

- CoWorkingu nikdy nedôjde priestor: vďaka spolupráci s inými CoWorkingovými priestormi môžeme ponúknuť spolupracovníkom, ktorých nevieme usadiť do nášho priestoru, miesto v inom CoWorkingu,
- týmto istým spôsobom môžu iné CoWorkings využívať náš priestor a umožniť nám získať prístup k širšej skupine potenciálnych používateľov nášho CoWorkingu,
- ak je partnerstvo s CoWorkingom ktorý je mimo Košíc, budeme našim CoWorkerom pomáhať počas ich cestovania nájsť priestor na prácu za prijateľnú cenu.

Flexibilné pracovné miesto

Poskytnutím slobody CoWorkerom zmeniť dizajn svojho pracoviska vytvára ekosystém na pracovisku, ktorý pomáha CoWorkerom nájsť správnu rovnováhu. (*Ak má CoWorking samostatné kancelárie, ich slobodným rozhodnutím by bolo ako si CoWorkeri zariadia tento priestor podľa ich potrieb – strihovňa, učebňa, miestnosť pre deti a priestor pre rodičov atď.)

Vytvorením pracovného miesta pre partnerov (niektoré môžu byť pre miestnu a/alebo regionálnu samosprávu, partnera z korporátu atď.) dávame do povedomia náš CoWorking a budujeme väzby so strategickými partnermi.

Miesto môže dostať aj špeciálna cieľová komunita, ktorá je základom hodnôt spájajúcich komunitu (príklady: mladí podnikatelia, príslušníci menšín atď.)

Krok 6: Vzťahy podnikateľov v KKP so zákazníkmi

- „príležitostný hosť“ – jednorazový používateľ (ktorý priestor používa na obmedzené hodiny počas dňa) – je miestny / regionálny obyvateľ alebo je z inej časti Slovenska, možno dochádza zo zahraničia. Potrebuje funkčný priestor – profesionálne služby (efektívna rezervácia / prístup / platba), ale s pocitom komunity (byť vítaný s jedným s dlhodobých CoWorkerov, ktorí sú v CoWorkingu, keď príde).
- „vítaný priateľ“ – krátkodobý používateľ (v CoWorkingu je mesiac, niekoľkokrát týždenne, obmedzené hodiny). Je obyvateľ mesta alebo regiónu, zo Slovenska. Potrebuje profesionálnu službu (efektívna rezervácia / prístup / platba...) s pocitom komunity (privítanie komunitným manažérom, informovaný o zmenách v priestore, programoch).
- „partner“ – dlhodobý flexibilný používateľ (v CoWorkingu je mesiac, 24 hodín denne, 7 dní v týždni, používa flexibilný pracovný priestor). Je obyvateľ mesta alebo regiónu (býva blízko mesta) – potrebuje patriť do komunity a byť pozvaný na rozhodovania.

- „člen rodiny“ – „profi“ používateľ (v CoWorkingu je mesiac/rok, 24 hodín denne, 7 dní v týždni, používa vždy rovnaký pracovný priestor). Je obyvateľ miesta/regiónu (blízko mesta, kde má CoWorking sídlo). Potrebuje sa aktívne podieľať na rozhodovaní, aby boli vypočítané ich iniciatívy/názory.

Krok 7: Zákaznícke kanály

Kanály – prezentujte spôsob, akým sa chystáte propagovať CINEMA CoWorking, a príležitosti vytvorené z hľadiska pilotného umiestnenia, osvedčených postupov, nástrojov a politických myšlienok. Identifikujte podobne prebiehajúce iniciatívy, s ktorými by ste mohli spolupracovať, aby ste KKP poskytli viac.

Spôsob, akým ideme propagovať CINEMA CoWorking – príležitosti na pilotnom mieste:

Primárnym fyzickým umiestnením je samotný CINEMA CoWorking, zatiaľ čo sekundárnym je komplexný priestor KCKK. V CINEMA CoWorkingu je priestor určený na zdieľanie informácií, pričom každé pracovisko je potenciálnou „platformou“ na komunikáciu, zdieľanými „siet'ovými“ priestormi (kuchyňa, oddychová zóna). KCKK bude mať aj centrálné komunikačné body (vrátane infopultu), ale s užívateľmi priestoru môžeme komunikovať aj vyvesením našej reklamy v jednotlivých priestoroch. Spoločná kuchynka v KCKK, ako aj toalety sú priestory, ktoré netreba podceňovať, ako aj priestory, kde môžu ľudia tráviť prestávky – aj keď sa tam fajčí, telefonuje...

Spôsob, akým ideme propagovať CINEMA CoWorking – osvedčené postupy:

Osvedčené postupy pri propagácii služieb a programov CoWorkingu v multižánrových centrách KKP sú založené na ich využívaní ako primárnej základne pre vyhľadávanie spolupracovníkov. V prípade CINEMA CoWorkingu sú to ľudia, ktorí už budú tráviť čas v KCKK – ateliéry, workshopy, programy, jedlo a chcú mať priestor na prácu v rámci KCKK.

Ďalšou dobrou praxou je nepretržitá komunikácia s príslušnými univerzitami / študentmi a prostredníctvom partnerských organizácií a služieb.

Spôsob, akým ideme propagovať CINEMA CoWorking – nástroje:

Kanály, ktoré naše cieľové skupiny preferujú:

online nástroje:

- webová stránka
- rôzne platformy sociálnych médií (reagujúce na trendy)
- email (newsletter, elektronické pozvánky)
- siete
- online komunikačné platformy partnera (oslovovanie budúcich spolupracovníkov, kde trávajú svoj voľný čas, využívajú služby)

offline nástroje:

- plagáty (mesačné programy a individuálne aktivity)
- letáky
- propagácia vo verejnom priestore (citylighty, MHD)
- priestor Kreatívneho centra Košického kraja
- priestor CINEMA CoWorkingu
- priestory, kde trávajú svoj voľný čas alebo využívajú služby
- partnerské priestory
- turistické informačné centrá
- ústne / osobne / verbálna komunikácia

Ako naše cieľové skupiny teraz informujeme?

KCKK používa nasledujúci spôsob informovania divákov o svojich programoch:

online nástroje:

- webová stránka
- rôzne platformy sociálnych médií (aktuálny trend je Instagram a TikTok)
- e-mail (newsletter, elektronické pozvánky)

offline nástroje

- plagáty (mesačné programy a individuálne aktivity)
- letáky
- city lights
- priestor KCKK
- ústne

Spôsob, akým ideme propagovať projekt CINEMA (zásady fungovania)

Hlavnou platformou postupu, ktorú budeme vykonávať a tým propagovať náš CoWorking, je jeho úloha ako iniciátora a podporovateľa spolupráce medzi miestnym a regionálnym priestorom CoWorkingu za účelom podpory „CoWorkingového životného štýlu“ a vytvárania lepšieho prostredia, aby myšlienky CoWorkingu nielen prekvitali, ale sa aj posilňovali ich hodnoty: spolupráca, otvorenosť, komunita, dostupnosť, udržateľnosť, bezplatné zdieľanie informácií a znalostí, majú vplyv na spoločnosť.

Podobné iniciatívy, s ktorými môžeme spolupracovať, aby sme pre KKP vytvorili viac príležitostí

Ak hľadáme partnerstvá, ktoré by mohli CoWorkerom poskytnúť viac možností, primárne budeme spolupracovať s poskytovateľmi programov a služieb, o ktoré má naša cieľová skupina (CoWorkeri) záujem. Budeme mať štartovaciu ponuku, ale zanecháme aj flexibilitu aby sme mali kapacitu reagovať na skutočné potreby CoWorkerov po vykonaní prieskumu prvej „generácie“ CoWorkerov. Hovoríme o multižánrových KKP centrách, galériách, múzeách, koncertných priestoroch, kompatibilných obchodoch/službách/agentúrach (napríklad predaj materiálov, ktoré môžu CoWorkeri potrebovať, poskytovanie tlačových služieb, expertov na promo a marketing atď.).

Krok 8: Klienti

Na základe výskumu študentky Bc. Andrei Halásovej z Univerzity SPU v Nitre v období január – marec 2022 sú užívateľmi CoWorkingov na Slovensku prevažne ženy (55,9 %) vo veku 26 – 40 rokov s vysokoškolským vzdelaním; zamestnávateľia, živnostníci, podnikatelia, pracujúci v IT (malé % v marketingu, reklame, web developmente, TV, architektúre); s príjmom medzi 801 – 1300 eur/mesiac (len o 7 % menej sú tí, ktorí zarábajú do 800 eur/mesiac – 28,8 % v porovnaní s 21,2 %). Takmer 50 % sú dlhodobí užívateľia CoWorking priestorov (43, 6 % ich využíva dlhšie ako 3 roky) a platia si ich sami (dôležité je aj to, že aj za 1/3 platil CoWorking ich zamestnávateľ). 71,8 % sa domnieva, že CoWorking je pozitívnym faktorom, ktorý ovplyvňuje udržateľnosť ich práce. Prevláda názor, že CoWorking je najvýhodnejší pre ľudí, ktorí začínajú podnikat' (53,8 % vs. 25,6 % verí, že má rovnaký význam pre tých, ktorí začínajú podnikat', ako aj pre tých, ktorí už podnikali).

S ohľadom na to sme „zákazníkov“ nášho CoWorkingu rozdelili na základe nasledujúcich parametrov:

Na základe ich vzťahu „s“ KKP („99 %“ miestne a regionálne):

- aktívni / už pracujúci v KKP,
- majú záujem o prácu v KKP,
- tí, ktorí potrebujú služby KKP.

Na základe ich druhu pracovného vzťahu („99 %“ miestne a regionálne):

- nezávislí pracovníci,
- agentúry / štúdiá (t. j. grafické štúdio),
- organizácie (mimovládne organizácie, neformálne skupiny, projektové tímy),
- spoločnosti / korporácie,
- administratíva.

Na základe ich veku („99 %“ miestne a regionálne):

- generácia Z

Za Generáciu Z sa označuje populácia narodená v roku 1997 a neskôr. Táto generácia bude do roku 2025 tvoriť 27 % pracovnej sily. Vyrastali so streamovaním videa a smartfónmi. Verí sa, že budú najvzdelanejšou generáciou v histórii a rasovo najrozmanitejšou generáciou. Správy, žiaľ, ukazujú, že veľké percento príslušníkov generácie Z zápasí s problémami duševného zdravia. Ich kľúčovými obavami sú diverzita, inklúzia a sociálna zodpovednosť.

Preferujú flexibilný pracovný čas na základe ich individuálneho harmonogramu a chodia do pracovného prostredia / CoWorkingu kvôli sociálnym výhodám osobnej práce a mentorstva, ale nie na plný úväzok.

Stručne povedané, potrebujú: dôveru a mentorstvo, zmysluplnú rozmanitosť a začlenenie a prostredie, ktoré rozumie dôležitosti duševného zdravia.

Základné cieľové skupiny / klienti

- **Pracovníci na diaľku**

Mnoho pracovníkov na diaľku prejavuje svoju slobodu prácou z domu alebo miestnej kaviarne. Pomáha im to tiež šetriť náklady na prácu. CoWorkingové priestory sú pre nich výhodné vďaka štruktúre, ktorú poskytujú, pričom im ponechávajú slobodu, ktorú si cenia, a prinášajú im komunitu, ktorá im môže priniesť budúcich spolupracovníkov, klientov, dokonca aj priateľov.

- **Živnostníci**

Keď pracujú pre rôzne spoločnosti alebo klientov, a to aj naraz, potrebujú dobrý časový manažment / štruktúru, aby všetko zvládali a mohli plniť úlohy včas. Priestor coworkingu im okrem toho poskytuje aj zasadacie miestnosti, priestor pre online hovory, technológie, niektoré dokonca aj fyzickú adresu. Vysoko oceňujú sociálne prostredie ako skvelú platformu pre sieťovanie.

- **Študenti**

Študenti ťažia z kolaboratívneho sociálneho prostredia, v ktorom je vysoká pravdepodobnosť, že sa stretnú s mentormi z rôznych profesií, nadviažu si kontakty, ktoré budú užitočné pri rozbiehaní ich kariéry.

- **Ľudia, ktorí pracujú v klasických kanceláriách**

Pre ľudí, ktorí pracujú v klasických kanceláriách, sa ukázalo, že prostredie CoWorkingu je inšpiratívne a podporuje ich kreativitu a produktivitu. Z dlhodobého hľadiska sa im osvedčila menej konvenčná kancelárska dynamika.

- **Digitálni nomádi**

CoWorkingové priestory zahŕňajú technológie a profesionálne služby, napríklad internet, tlačiarne, a poskytujú im jednoduchý kontakt s miestnou komunitou.

Širšie cieľové skupiny / klienti

Na definíciu klienta sa môžeme pozrieť z ďalšieho uhla pohľadu.

Naším klientom môže byť aj firma, ktorá môže byť budúcim klientom pre našich CoWorkerov.

Našou cieľovou skupinou môžu byť tvorcovia politik a administratíva: môžeme im ponúknuť miesto, aby nás ich zamestnanci mohli lepšie spoznať.

Naším klientom môže byť aj lokálna korporácia alebo lokálna pobočka korporátu - tým, že bude mať u nás pracovisko, nás môže spoznať a zväžiť podporu pre CoWorking aj/alebo niektoré naše projekty / aktivity v budúcnosti.

Miestne univerzity, mimovládne organizácie by mohli mať projekt, ktorý by priviedol ich partnerov a/alebo účastníkov projektu do mesta alebo regiónu. Náš CoWorking by mohol byť stimulačným pracovným prostredím aj pre nich.

Krok 9: Štruktúra nákladov

Ceny a flexibilita

Aj keď CoWorkeri majú radosť zo spolupráce a komunity, veľmi dôležitým faktorom pri rozhodovaní o CoWorkingu je cena a pohodlie. Pri tvorbe ceny dávame odkaz: ponúkame oveľa viac ako len pracovisko. Vždy budú priestory CoWorkingov, ktoré sú lacnejšie, takže musíme poskytnúť pridanú hodnotu. Udržateľné spojenie je, keď sa nájdu ľudia, ktorí radi vymenia svoje peniaze za benefity plynúce z príslušnosti k našej komunite. Preto musíme udržiavať náš CoWorking flexibilný a cenovo dostupný.

Zároveň:

- cenu musíme stanoviť s prihliadnutím na náklady celého priestoru vrátane chodieb, toaliet, kuchynky, zasadacích miestností a pod., t.j. cenu stanoviť tak, aby sme dokázali pokryť náklady na prenájom celého priestoru,
- pripočítame aj náklady na základné vybavenie a účty za energie, nábytok, členov tímu; údržbu, vytváraní rezervy na nový nábytok a vybavenie v prípade nevyužívania pracovných miest,
- poskytujeme rôzne balíčky, ktoré vyhovujú potrebám rôznych členov,
- ponúkame prístup 24 hodín denne, 7 dní v týždni,
- jasne rozlišujeme medzi cenami pre stálych CoWorkerov a „hot deskov“. V skratke – „hot desk“ nás stojí viac ako ten, ktorý je trvalo pridelený CoWorkerovi (viac komunikácie, viac údržby, neistota ohľadom jeho využívania),
- pred rozhodnutím o cene si robíme prieskum o „konkurencii“, ak je to možné, aj prieskum cieľového trhu, lokality, komunity a značky. Ak nie, urobíme to v súlade s vedomosťami, ktoré sme predtým získali;
- kreativita pri vytváraní zliav je dôležitá,
- zásady zrušenia rezervácie musia byť jasné a urobené tak, aby CoWorkerom ponúkali flexibilitu bez destabilizácie nášho príjmu (výpovedná lehota, aby sme mohli čo najlepšie riadiť náš tok peňazí),
- zvažujeme ponuku lacného vstupu na dni, keď je priestor dost' prázdny.

Štruktúra nákladov

Zhodnotenie nákladov súvisiacich s rozbehnutím kľúčových činností alebo potrebnými zdrojmi, ktoré momentálne nie sú vo vlastníctve

Najdôležitejšie náklady, ktoré sú súčasťou nášho obchodného modelu:

1. prenájom priestorov,
2. elektrina,
3. ostatné prevádzkové náklady: voda, odpad, toaletný papier atd.,
4. údržba priestorov (upratovanie – služby a materiál, potrebné opravy a pod.),
5. náklady na údržbu zariadenia (tlačiarňí, ako aj kuchynských prvkov),
6. členovia základného tímu,
7. voľné miesto / miesto v Coworkingu, ktoré nie je používané,
8. voľné miesto počas prázdnin,
9. kancelárske potreby a spotrebný materiál,
10. spoločné aktivity,
11. zlepšenie priestorov,
12. členské poplatky do sietí.

Najdrahšie kľúčové zdroje:

V závislosti od zmluvy s vlastníkom priestoru – prenájom a/alebo prevádzkové náklady (ľudia môžu byť lacnejší – možnosť použiť model, kde bartrujeme ich prácu s využitím priestoru CoWorking).

Najdrahšie kľúčové činnosti:

1. vybavenie priestoru – základná funkcia: stoly, stoličky, minisklad, kopírka atd',
2. vybavenie priestoru – počiatočný obsah: kuchyňa, oddychová zóna, zasadačka/konferenčná miestnosť, tichá miestnosť, priestor na telefonovanie a videohovory atd',
3. kontinuálna propagácia a „predaj“,
4. poskytovanie inšpiratívneho priestoru,

5. udržiavanie priestoru (všetky jeho aspekty),
6. doplnková ponuka: programy, rôzne výhody (zľavy v KCKK, parkovanie (pre bicykle), poštová schránka atd.),
7. budovanie komunity.

Krok 10: Model výnosov

Výskum robený pre diplomovú prácu v SPU v Nitre ukazuje, že väčšina spolupracovníkov by využívala CoWorking 20 – 40 h / týždeň (41 %), 30,8 % 9 – 20 h / týždeň, 12,8 % viac ako 40 h / týždeň, 10,3 % menej ako 8 h / týždeň a malé % (2,55 %) 40 h / týždeň.

Coworkeri využívajú v Coworkingu nasledovné služby: internet (100 %), kuchyňa (81,8 %), fixný stôl (72,7 %), relaxačná zóna (72,7 %), tlač (72,7 %), neobmedzený prístup (72,7 %), zasadacia miestnosť (54,5 %), akcie organizované CoWorkingom (36,4 %), rady (18,2 %), počítač vo vlastníctve CoWorkingu (9,1 %).

V budúcnosti by najradšej používajú nasledovné služby: počítač (53,8 %), internet (46,2 %), kuchyňa (38,5 %), stály stôl (38,5 %), relax zóna (38,5 %), zasadacia miestnosť (38,5 %), parkovisko (30,8 %), akcie organizované CoWorkingom (23,1 %), tlač (15,4 %), izolovaný priestor na telefonovanie (7,7 %), neobmedzený prístup (0,8 %), poradenstvo / poradenstvo (0,8 %). Tieto údaje nie sú zbierané konkrétne zo sektora KI a nie konkrétne v Košiciach, takže viac ukazujú celkový trend, čo uprednostňovať pri plánovaní našich tokov príjmov.

50 CoWorking a budovanie kreatívnych centier v mestách

	<i>zákazníci sú ochotní zaplatiť (1 najnižšia, 9 najväčšia pravdepodobnosť)</i>	<i>za čo zákazníci v súčasnosti platia (1 najnižšia, 12 najväčšia pravdepodobnosť)</i>	<i>ako by radšej zaplatili 1 „kartou“ 2 v hotovosti 3 vopred (online) 4 na mieste 5 započítať do ceny priestoru</i>	<i>koľko prispieva každý tok príjmov k celkovým príjmom (matematický priemer)</i>
internet	5	10	1, 3, 5	7,5
kuchyňa	4	9	1, 3, 5	6,5
fixný stôl	4	8	1, 3	6
oddychová zóna	4	8	1, 5	6
tlač	2	8	1, 5	5
neobmedzený prístup	1	8	1, 3	4,5
zasadacia miestnosť	4	6	1, 3 a 4	5
programy / aktivity	3	4	2 a 1, 4	3,5
príležitosti na učenie	1	3	2 a 1, 3	2
používanie počítača	6		1, 3 a 4	3
parkovisko	4		1, 3	2
tichý priestor na telefonovanie	1		1, 4	0,5

Tento výskum potvrdzuje dominantné trendy, ktoré sa objavili vo výskume autorky tohto dokumentu: okrem primárnej služby CoWorkingu – ľudia stále potrebujú internet (oproti očakávaniam, že v súčasnosti už väčšina má vlastné dáta), by využívali dodatočné priestory (kuchyňa, oddychová zóna a zasadacia miestnosť) a tlačiareň. Ukazuje tiež, že ľudia nie sú zvyknutí platiť za možnosti učenia sa a parkovania a dokážu si nájsť spôsob telefonovania bez priestoru, ktorý je na to špeciálne vyčlenený.

Vo všeobecnosti musíme byť pripravení ponúknuť kombinovanú ponuku – vrátane dodatočných priestorov a služieb a rôznych spôsobov platieb s možnosťou platby vopred, ale za niektoré priestory/programy/služby ad hoc.

Príklad štandardných/očakávaných priestorov a služieb pre ponuky:

- počet hodín / dní / mesiacov využívania pracoviska (priestor pre individuálnu a tímovú prácu),
- využitie ďalších priestorov: seminárna miestnosť, sklad, rokovacie miestnosti (veľké a malé), kuchynka a priestor na oddych,
- používanie tlačiarň,
- využitie vybavenia na prezentácie, na hybridné stretnutia,
- prístup do spoločnej knižnice (odporúčanie: neúčtovať ako príplatok, ale ako bonus zahrnutý v cene relaxačnej miestnosti),
- používanie priestoru pre telefonovanie,
- účasť na programoch a podujatiach,
- zľavy v partnerských službách, obchodoch, iných CoWorking priestoroch v regióne a zahraničí (odporúčanie: neúčtovať ako dodatočný poplatok, ale skôr ako bonus zahrnutý v cene určitého typu členstva - ale ak bude dopyt, treba byť pripravený ponúknuť to ako samostatne platenú službu),
- prezentácie produktov a služieb CoWorkerov (odporúčanie: neúčtovať ako dodatočný poplatok, ale skôr ako bonus zahrnutý v cene určitého typu členstva – ale ak bude dopyt, treba byť pripravený to ponúknuť pako samostatne platenú službu).

V CoWorkingových priestoroch je len niekoľko fixných možností čo sa týka platieb / členstvo je ponúkané. Radšej by sme odporúčali, aby boli CoWorkeri otvorení prejsť od voľnej kombinácie jednotlivých služieb CoWorkingu na personalizované členstvo.

Krok 11: Ekologické sociálne náklady

Eko-sociálne náklady, ktoré by vznikli v prípade neprijatia opatrení, sú dezertifikácia mestských priestorov, žiadna iniciatíva na revitalizáciu miest, nedostatok iniciatív na podporu podnikania pre podnikateľov v KKP.

Krok 12: Ekologické sociálne výhody a vyvolané zmeny

Transformácia, ktorá môže nastať vďaka iniciatíve Pilotného umiestnenia a možným nepriaznivým vedľajším účinkom, vzájomného obo-
hacovania:

- prilákanie kreatívcov do zrekonštruovaných priestorov bývalých tovární / mestského priestoru revitalizovaného prostredníctvom CP,
- spustenie/väčší dopyt po ďalších službách v okolí,
- zvýšenie energetického účinku v rámci a v celom revitalizovanom priestore,
- propagácia ekologicky uvedomelého životného štýlu a pracovnej kultúry („Ecoworkspace“),
- propagácia zdravého a udržateľného životného štýlu,
- posilnenie prepojenia medzi kreatívcami pracujúcimi v rôznych segmentoch KP,
- zlepšenie rovnováhy medzi životom a prácou, duševné zdravie,
- podpora udržateľnosti pracovného kontextu regionálnych aktérov KKP.

Súčasný etické štandardy na pracovisku

Ekologické povedomie

Príklady:

- energeticky úsporné kancelárske vybavenie,
- separovanie odpadu + zero waste životný štýl,
- zber / úspora vody,
- recyklácia a upcyklácia,
- priestor nie je nákladný na údržbu,
- minimalizované používanie inžinierskych sietí,
- premýšľať pred tlačou,
- odmietnuť to, čo skutočne nepotrebujeme,
- rastliny odolné voči suchu,
- solárne zdroje elektriny,
- motivovať spolupracovníkov, aby znížili svoju uhlíkovú stopu.

Uprednostňovanie zdravia, pohody a bezpečnosti

Príklady – zdravia a pohody:

- čistiace postupy a dezinfekcia (plány čistenia a dezinfekcie, poskytovanie bezplatných dezinfekčných prostriedkov vrátane dávkovačov na dezinfekciu rúk a dávkovačov utierok atď.),
- poskytnúť strategické smerovanie v oblasti riadenia zdravotných rizík,
- behaviorálne značenie priestoru,
- pokyny pre zdravie komunity v rôznych jazykoch týkajúce sa Covid-19,
- vetranie a filtrácia vzduchu (systémy sú udržiavané a monitorované),
- aktuálne informácie o prevádzke budovy a zmenách politiky – budú oznámené členom,
- zaviesť pre spolupracovníkov spôsoby, ako zlepšiť rovnováhu medzi pracovným a súkromným životom a starať sa o svoje blaho (ako sa cítiť pri práci, ktorú robia, o fyzickej kvalite a bezpečnosti na pracovisku, o sociálnom prostredí).

Príklady – bezpečnosti

- použiť technológiu na určenie prístupu pre rôznych používateľov (vstup je najdôležitejší),
- minimalizujte prechádzanie cez pracovný priestor,
- systém „Clean Desk“: nenechávať osobné veci na stole, keď je CoWorker mimo pracoviska,
- skrinky mať k dispozícii pre dlhodobých užívateľov,
- návštevníkom je najlepšie povoliť vstup do priestoru len vtedy, keď sú spolu s CoWorkerom.

Ciele d'alsie kroky a aktivity

4.

Ciel' 1

Formulácia cieľa konvergencie (stručné vysvetlenie)

Cieľom konvergencie / spoločným cieľom je oživiť a sfunkčniť nový obsah v zrekonštruovaných priestoroch bývalej tabakovej továrne, zabezpečiť vývoj nového fyzického a sociálneho ekosystému.

Táto zmena otvorí nové trendy, cesty a príležitosti prepojením CoWorkingu s inými priestormi a službami:

- vývoj areálu ako nového rozhrania medzi prácou a voľným časom,
- podpora „CoWorkingového hnutia“, ktoré je viac než len budúcnosťou maloobchodných nehnuteľností – poukazuje na veľké spoločenské zmeny a zmeny v hodnotách komunit,
- na urýchlenie rastu malých podnikov KP (umožnenie spolupracovníkom zdieľať nápady, organizovať podujatia v profesionálnom rozvoji),
- otestovať, či je v Košiciach prijateľné realizovať vývoj typu „úľa“ – čo sa týka veľkých CoWorkingových priestorov v rámci KKP,
- vytvoriť nový stupeň pohodlia v pracovnom prostredí.

ako aj:

- posúvanie hraníc medzi prácou a zábavou: nové prostredie CoWorking bude zahŕňať holistickejšie ponuky,
- posilnenie pocitu spolupatričnosti a zlepšenie sebapoňatia,
- príležitosť lepšie pochopiť spôsob, akým „vedomosti prúdia priestorom“,
- prezentovať nás na platformách rôznych sietí, predovšetkým v CLC EAST (EIT pre kultúru a kreativitu) v Košiciach.

Ciel' 1

Ďalšie kroky a aktivity pre dosiahnutie cieľa konvergencie

Aby náš CoWorking priestor prekvalifikoval v pilotnom priestore, potrebujeme hlbokú integráciu znalostí, nástrojov a všetkých relevantných aktivít nasledujúcich aktérov:

- všetci aktívni aktéri v KCKK, Creative Industry Košice n.o.
- aktéri z blízkeho okolia patriaci do KKP (Tabačka Kulturfabrik atd.),
- univerzity (v Košiciach aj v regióne),

- miestne podniky a mimovládne organizácie/OZ súvisiace s KKP,
- miestne podniky ponúkajúce služby súvisiace s každodennými potrebami CoWorkerov,
- regionálna samospráva,
- miestna samospráva,
- regionálni partneri a siete,
- medzinárodní partneri a siete,
- vytvárať procesy pre sledovanie a hodnotenie – a v prípade potreby zmeny v nastavených procesoch a službách.

Príklady: používatelia si môžu rezervovať zasadacie miestnosti, najesť sa v blízkosti CoWorkingu alebo si objednať jedlo v niektorej z blízkych reštaurácií, ako aj získať prístup do priestoru na telefonovanie, využiť priestor na oddych a socializáciu, nechať deti v neďalekej škôlke.

CINEMA CoWorking a KCKK:

- zľavy v CoWorkingu pre členov KCKK a naopak – zľava pre CoWorkerov na programy a na služby v KCKK,
- pravidelné partnerské stretnutia manažmentu CoWorkingu a KCKK (vrátane strategického plánovania, sledovania, hodnotenia).

CINEMA CoWorking a aktéri v blízkosti patriaci do KKP (Tabačka Kulturfabrik atd.) + CINEMA CoWorking a miestne podniky a mimovládne organizácie/OZ súvisiace s KKP + CINEMA CoWorking a miestne podniky ponúkajúce služby súvisiace s každodennými potrebami CoWorkerov:

- zľavy,
- pravidelné stretnutia so „susedmi“.

CINEMA CoWorking a regionálna samospráva:

- ponuka pracovísk pre zamestnancov regionálnej samosprávy,
- pravidelné stretnutia so zástupcami zriaďovateľa.

CINEMA CoWorking a miestna samospráva:

- ponuka pracovísk pre zamestnancov mestskej samosprávy,
- pravidelné stretnutia (stratégia a informovanie),
- žiadať o granty.

CINEMA CoWorking a regionálni partneri: budovanie siete, definovanie stratégie spolupráce CINEMA CoWorkingu s medzinárodnými partnermi: budovanie siete, definovanie stratégie spolupráce, program zliav.

CINEMA CoWorking a existujúce siete – regionálne a medzinárodné: neustále sa vzdelávať, byť v kontakte so súčasnými trendmi a vývojom, spájať CoWorkerov s nimi a ich členmi.

Cieľ 2

Formulácia cieľa CINEMA CoWorkingu (stručné vysvetlenie)

Spoločný cieľ – spoločný rámec pre činnosť a poskytovanie služieb – je

- primárne zameraný na:
 - ostatných užívateľov KCKK,
- ostatné coworkingové priestory v Košiciach.

Spoločným cieľom je podporovať, rozvíjať a inovovať kultúru CoWork-

- kingu a dosahovať jej environmentálne, sociálne a ekonomické ciele:
- propagovať kultúru CoWorkingu,
- lobovať za lepší legislatívny a finančný kontext, zdieľanie skúseností a inovácia sektora CoWorkingu.

V rámci tohto procesu sme identifikovali 3 dôležité platformy, ktoré

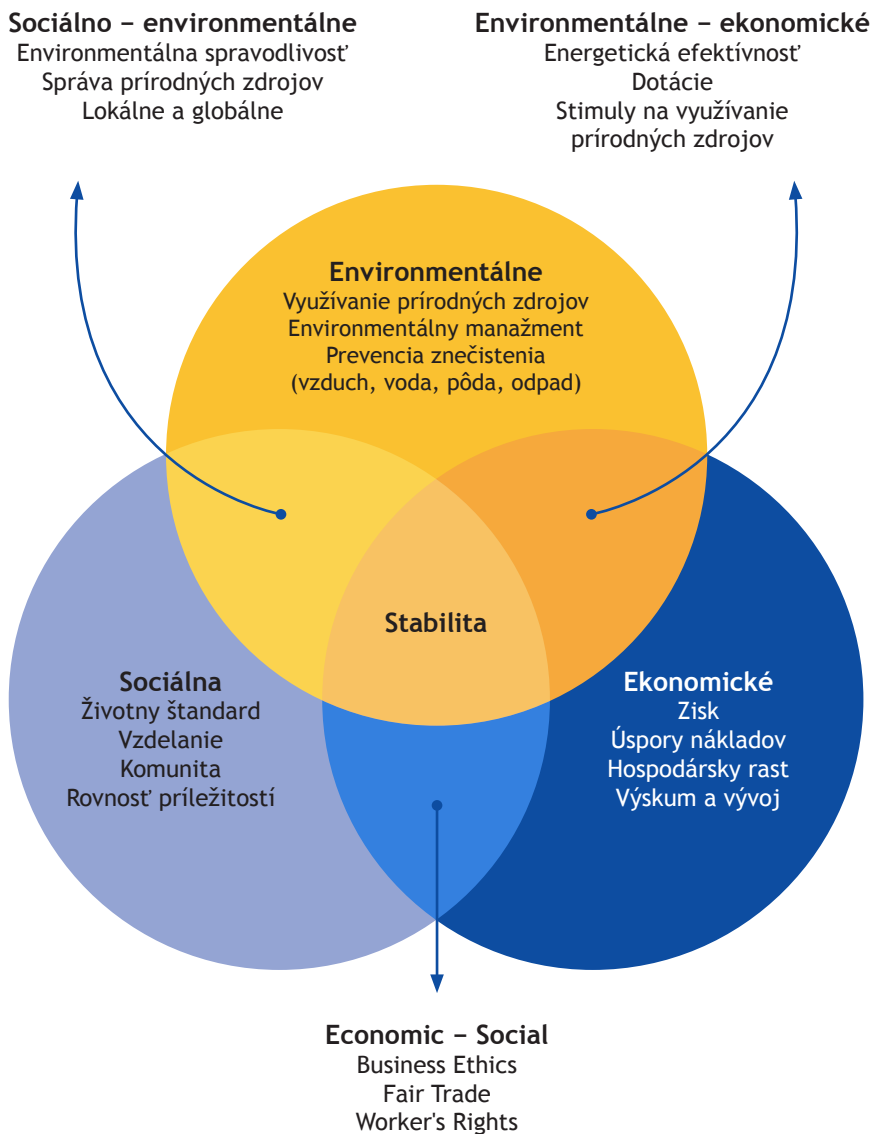
- nám pomôžu zostať v spojení, inovatívni a vitálni: partnerstvo s univerzitami a výskumno – vývojovými inštitúciami v regióne podporí rozvoj inovácií v KKP v Košickom kraji. Inovačný a výskumný potenciál Košického kraja je založený na počte univerzít, pracovísk Slovenskej akadémie vied, súkromných výskumných a vývojových ústavov,

- prepojenie s inými odvetviami v regióne s cieľom vytvoriť širší a produktívny kontext interakcie, vzájomného obohacovania, výmeny medzi rôznymi myšlienkovými prúdmi, kultúrami a/alebo kategóriami,
- byť členom a aktívnym členom v existujúcich regionálnych a medzinárodných sieťach.

Cieľ 2

Cieľ CP CoWorkingu – ďalšie kroky a aktivity

Ďalšími krokmi a aktivitami, ktorými sme my a zainteresované strany ochotní prispieť, je vytvorenie aktívnej siete, ktorá bude mať pravidelné stretnutia a organizovať spoločné aktivity na dosiahnutie našich cieľov. Východiskovým bodom bude vytvorenie smerníc a mapy vývoja našej platformy „Spolu(práca) pre udržateľnosť“ na základe modelu hodnotenia udržateľnosti University of Michigan z roku 2002.



*Prijaté na základe hodnotenia
udržateľnosti University
of Michigan v roku 2002*

Ešte je potrebné definovať:

- vzťah s majiteľom priestoru (riadenie CINEMA CoWorkingu – či ho riadi majiteľ priestoru alebo ho prenajíma jednotlivcovi / organizácii, ktorá ho riadi, nájom, údržba, časová dostupnosť priestoru atd.),
- otváracie hodiny CINEMA CoWorkingu,
- potvrdiť kapacitu a štruktúru priestoru: počet pracovných miest a ich štruktúra – pohyblivých, fixných atď. (aby sa zachovala dostupnosť a inkluzivita),
- druhy členstva – odmena za ponúkané služby (vrátane CoWorking miesta, používanie ostatných priestorov, bonusy),
- pripraviť komunikáciu s internou komunitou,
- pripraviť komunikáciu a propagáciu s verejnosťou (vrátane promo kampane na otváračku a na trvalú existenciu),
- nastaviť procesy sledovania a vyhodnocovania,
- jasne nastaviť a odkomunikovať výberové kritériá užívateľa CINEMA CoWorkingu (inkluzivita, spolupráca, príležitosti pre vstup nových užívateľov a partnerov do komunity, aby bola zabezpečená jej otvorenosť a postupná obmena),
- nastaviť interné pravidlá pre CoWorkerov v CINEMA CoWorkingu – pravidlá sa upravujú v priebehu fungovania (príklad: umývanie riadu v kuchyni, používanie kávy a čaju atď.),
- ujasniť či adresa CINEMA CoWorkingu môže byť sídlom pre CoWorkerov, projekty a podniky, ktoré používajú CINEMA CoWorking.

Aby sme neustále pracovali a mohli prispievať k rozvoju a zlepšovaniu výmeny medzi KKP a univerzitami a inštitúciami RV, iniciujeme „Deň otvorených dverí“ KP Košického kraja, ponúkame výskumné témy, budeme otvorení na využitie v oblasti výskumu pre témy iniciované univerzitou a inštitúciami RV, využijeme výsledky ich práce v našich stratégiách a plánovaní. „Deň“ sa má vyvinúť a implementovať v spolupráci s KCKK (ako širšia komunita) a CIKE (ako expert na výskum a vývoj KKP).

Na základe osobných kontaktov a otvorenej komunikácie bude program založený na neustálom vytváraní sietí a spoznávaní vzájomných záujmov, potrieb, plánov a rozvoja. Ako východiskový bod sa vytvorí pracovná skupina všetkých možných spoluorganizátorov „Dňa“, ktorá vypracuje konkrétny plán implementácie a dohodne dátumy (na základe existujúceho kalendára regionálnych verejných programov). V spolupráci s ďalšími potenciálnymi spoluorganizátormi sa pokúsime identifikovať projekt, ktorý by mohol niesť túto aktivitu/posolstvo ďalej.

Pre prvú fázu implementácie projektu CINEMA CoWorking sme identifikovali IT sektor a sektor cestovného ruchu ako najprospešnejšie sektory pre vzájomnú výmenu a interakciu (v Košickom kraji je aktívny hutnícky, chemický, elektrotechnický sektor, stavebníctvo a poľnohospodárstvo). Výskum sme realizovali aj v klastroch IKT technológií, robotiky, automatizácie a poľnohospodárskej výroby /pestovanie hrozna a výroba vína. Témou nášho záujmu bolo aj hutníctvo – konkrétne U.S. Steel Košice.

IT sektor, ktorý je považovaný za jeden z najviac sa rozvíjajúcich sektorov v regióne, má už svoje štartovacie korene v existujúcich centrách v Košiciach. Jeho prítlačivosť pre mladú generáciu, príspevok k podpore inovácií a inovačnej kultúry v regióne s vysokým potenciálom rastu (nadpriemerná pridaná hodnota na zamestnanca) je veľmi zaujímavým dlhodobým partnerom pre CoWorking, ako aj pre KCKK. Potenciál je vo vzájomnom obohacovaní, t.j. vytváraní príležitostí a platforiem pre pravidelné stretnutia / siet'ovanie, zdieľanie kontaktov a prezentácií.

1. Stretnutie klastrov: Iniciovali by sme miesto stretnutia pre všetky klastre existujúce v regióne. Uvažovali sme o koncepte „4 ročných období“ so zreteľom na to, že všetci členovia budú nadmerne zaťažení svojou pravidelnou prácou. Cieľom je vytvoriť regionálnu platformu klastrov, ktorá by bola informovaná a zároveň by podporovala klaster CoWorkingových priestorov, ako aj klaster KKP. Úlohou CINEMA CoWorkingu je, že sa stane iniciátorom regionálnej spolupráce a vzájomného obohacovania.

2. **CoWorking Co Industry Brunch** sa bude konať 1 x za mesiac ako menej formálna príležitosť na stretnutie pre stredný manažment a zamestnancov z rôznych miestnych a regionalných odvetví.

3. **CoWorking mentoring** – ak to kapacita dovolí CINEMA CoWorking mentoring bude platformou na prepojenie našich rôznych priemyselných partnerov pri účasti na mentorskom programe, ktorý je otvorený pre študentov a mladých podnikateľov v regióne.

4. **CINEMA CoWorking Stáž** bude ponúkaná aj platforme „Clusters get-together“ (klastre sa spájajú) ako príležitosť na stáže v rámci jej členov.

Cieľ 3

Cieľ KP politiky (stručné vysvetlenie)

Stratégia kultúry a kreatívneho priemyslu mesta Košice na roky 2021 – 2027 sa netýka priamo tejto problematiky. V rámci prioritných projektov do roku 2027 sme ich mohli vnímať ako súvisiace s nasledovným: realizácia kreatívneho centra na Strojárskej ulici, a podpora environmentálnej udržateľnosti kultúrnej sféry.

Na základe výsledkov prieskumu a verejných diskusií bol rozvoj kultúrnej infraštruktúry určený ako téma pre ďalšie spracovanie / prioritna rozvoja kultúry a kreatívneho priemyslu.

V časti „Infraštruktúra“ autori Stratégie odporúčajú: „Prioritou mesta by malo byť zabezpečenie udržateľnosti infraštruktúry, ktorá sa v súvislosti s EHMK rekonštruovala na kultúrne účely. Priestory, ktoré môžu slúžiť tvorcom a návštevníkom na rozvoj ich kultúrnych projektov, by mali byť ponúkané prevažne na tieto účely. Ďalší majetok mesta, samosprávneho kraja a štátu by mal byť zmapovaný a ponúkaný v dostupnej cene ako pre malé a stredné podniky, tak neziskové organizácie, aby tak podporili rozvoj podnikavosti a vnútorné ekonomické väzby inovácií v meste, príkladom môže byť Kino Družba, ktorého využitie iba na kultúrne účely je v súčasnej situácii ekonomicky nepravdepodobné, a preto je ohrozené chátraním.“ Navrhované opatrenia v oblasti

fyzickej infraštruktúry sú aj: udržanie verejných výdavkov na kultúru minimálne na úrovni 3 % z rozpočtu mesta, mapovanie priestorov a ich dostupnosti a kvality, poskytnutie priestorov pre kultúrne účely, vytvorenie kreatívneho centra na Strojárskej ulici.

V súčasnosti prebieha príprava nového Programu hospodárskeho rozvoja a sociálneho rozvoja Košického samosprávneho kraja na roky 2023 – 2027 (s výhľadom do roku 2030) (ďalej ako „PHRSR KSK“). V doteraz pripravenej časti programu je aj informácia že „V oblasti kreatívneho priemyslu na území Košického kraja pôsobilo v roku 2020 spolu 4032 subjektov, najviac v oblasti reklamy a módného priemyslu. Ich pôsobenie je prevažne koncentrované na územie mesta Košice, kde ich v roku 2020 pôsobilo spolu 2376 (59 %) ... V odvetviach spadajúcich do kreatívneho priemyslu (oblasť umenia, zábavy a rekreácie) pracovalo v Košickom kraji ku koncu roku 2020 približne 1,3 % zamestnancov kraja (približne 2,5 tisíc zamestnancov), čo je tesne pod priemerom SR (1,6 %).“ SWOT poukazuje na to, že čo sa týka hospodárstva, v Košickom kraji existujú relevantné a multifunkčné kultúrno-kreatívne a inovačné centrá hodné rešpektu, ale je „porovnateľná nižšia intenzita podnikateľskej aktivity a nižšia dynamika vzniku nových podnikov všetkého druhu (obchodných spoločností, družstiev i fyzických osôb)“.

Vzhľadom na miestny a regionálny kontext a nedávnu históriu vývoja sektora KKP vo vzťahu k stratégiám revitalizácie mesta, jasne vidíme pozitívny trend v Košiciach od roku 2007, kedy mesto začalo s prípravami na Európske hlavné mesto kultúry 2013. Naším cieľom je preto podporovať udržanie a budúci rozvoj tohto trendu. Naším hlavným cieľom bude presadzovanie trendu opätovného využitia existujúcich budov namiesto výstavby nových pre KKP a lepšia komunikácia mesta a kraja pri maximalizácii využitia existujúcich priestorov pre KKP (priestorov vo vlastníctve mestskej a regionálnej samosprávy). Vzhľadom na súhrn m² využívaných pre KKP v Košiciach (vrátane novozrekonštruovaných KCKK) – a tých, ktoré sú vo vlastníctve súkromných vlastníkov, ale využívaných pre KP – by sme povedali, že ďalším krokom by bolo pomôcť

im stabilizovať ich prevádzku, spoluprácu, podporovať sa navzájom tak, že sen o dlhodobej udržateľnosti a nepretržitej údržbe a zlepšovaní priestorov by sa dosiahol s menším stresom pre komunitu KKP.

Cieľ 3

Cieľ politiky KKP ďalšie kroky a aktivity

Ďalším krokom by bolo, aby sme my a ďalší zainteresovaní sústredili svoje úsilie na iniciovanie vytvorenia KKP a CoWorking Cluster. Očakávame, že aspoň na začiatku by sa to realizovalo dobrovoľnou prácou zúčastnených strán. Na základe kontaktov dostupných v rámci Stratégie kultúry a kreatívneho priemyslu mesta Košice na roky 2021 – 2027 by sme kontaktovali všetkých aktérov a iniciovali prvé stretnutie. S podporou našich projektových partnerov by sme mali kapacitu iniciovať brainstorming o procese, ktorým je vybudovanie klastra / platformy spolupráce pre KKP v Košiciach a regióne. O ďalšom postupe rozhodnú samotní členovia klastra (vrátane nás). Jedným z našich návrhov bude vybudovanie aktívnej platformy na tvorbu pravidiel / politik v rámci nášho klastra, ktorý prostredníctvom rôznych aktivít (interné stretnutia, diskusie a workshopy, verejné prednášky a diskusie, medzinárodné sietovanie, organizovanie študijných ciest pre tvorcov pravidiel) bude poskytovať možnosti vzájomného obohacovania, rozširovania osvedčených postupov učenia, kritického myslenia a sietovania sa nášho sektora a tvorcov politik.

Jeden z našich projektových partnerov – Creative Industry Košice n.o. – je už dobre známy svojou prácou v oblasti politiky KKP. V partnerstve s nimi budeme podporovať prístup rešpektovania Stratégií ako zásadného sprievodcu pre budúci rozvoj KKP v regióne. Naším príspevkom je účasť na organizácii pravidelnej platformy politiky KKP s cieľom zapojiť tvorcov politik a aktérov KKP do sledovania a hodnotenia implementácie strategických dokumentov, odrážajúcich súčasnú realitu a formulovať súčasnú CoWorkingovú komunitu a potreby KKP. Naším cieľom je byť vnímaný ako hlas odvetvia a uznávaný ako dobrý

komunikátor, verný aktuálnej situácii a s odbornosťou pri formulovaní a napĺňaní strategického cieľa. Znalosť situácie na Slovensku a v zahraničí by z nás urobila prínos pre tvorcov politik, ako aj pre našu komunitu. Budovanie dlhodobých vzťahov, platforma pre tvorbu politiky v rámci nášho Klastra, posilní Klaster ako nástroj pri vytváraní politiky a zákonov, ktoré posúvajú našu komunitu vpred.

Záverečné odporúčania

5.

Pri definovaní požiadaviek na CINEMA CoWorkingový priestor boli mnohé závery totožné so závermi a skúsenosťami prevádzkovateľov iných podobných priestorov na Slovensku aj v zahraničí (referenčný zoznam nájdete na konci dokumentu).

1. Vrátili sme sa ku koreňom

O coworkingu – história a význam

Vznik CoWorkingového priestoru predstavuje nový vznik a vývoj pracovného priestoru.

CoWorkingový priemysel predefinoval pracovisko ako zážitkové prostredie, kde sú vzdelávacie programy, zábavné zariadenia, wellness služby a pohostinnosť rovnako neoddeliteľnou súčasťou ako super rýchle WiFi a priestory na spoluprácu.

Slovo CoWorking sa často odvoláva na „priestor CoWorking“, ktorý prvýkrát použil v roku 2005 Brad Neuberg na opis fyzického priestoru, ktorý najprv nazval „skupina 9 až 5“ a čoskoro sa stal rastúcim celosvetovým trendom nezávislých komunitných priestorov pre nezávislých pracovníkov, profesionálov a začínajúce podniky – ktoré sa podobali na kaviarne. CoWorkingový priestor je zvyčajne organicky vybudovaný na existujúcej CoWorkingovej komunite a funguje v súlade s hodnotami „spolupráca, otvorenosť, komunita, dostupnosť a udržateľnosť“ a jej členovia si medzi sebou voľne zdieľajú informácie a znalosti. Bolo vytvorených množstvo webových platforiem alebo platforiem založených s účelom slúžiť tomu cieľu.

Pojem „coworking“ predstavuje nový spôsob práce, ktorý je založený na kooperácii, otvorenosti, spolupráci a sieťovaní, a nie na jedinečnosti, izolovanosti a individualizme. Prvýkrát ho vytvoril americký herný dizajnér a teoretik zábavy Bernie DeKoven v roku 1999 ako označenie pre „počítačom podporovanú spoluprácu“. CoWorking je založený na medziodvetvových poznatkoch, ktoré sú zdieľané a na kreativite koncových užívateľov. Je stimulom a katalyzátorom zdieľania

vedomostí, zbierania pozitívnych skúseností a ich akumulácie, ako aj prostriedkom na spoločné vytváranie a spoločný rozvoj.

CoWorkingy (priestory) sú definované ako pracovné priestory založené na členstve, kde ľudia z rôznych obchodných oblastí a odvetví spolupracujú v zdieľanom, spoločenskom prostredí.

2. Zohľadnili sme trendy vo vývoji pracovnej kultúry

Budúcnosť práce je hybridná – flexibilita pracoviska ako trend budúcnosti

Flexibilita v tom, kde a kedy zamestnanci vykonávajú prácu, je aj naďalej určujúcim trendom na pracovisku.

Ľudia chcú mať kontrolu nad tým, kedy, kde a ako pracujú - chcú flexibilné možnosti alebo práce na diaľku. Výsledky odhalili, že väčšina ľudí očakáva, že budú pokračovať v práci z domu aspoň niekoľko dní v týždni a tiež chcú mať priestory mimo svojho domova (a kancelárie), kde by mohli pracovať.

V hybridnom pracovnom modeli majú zamestnanci možnosť pracovať v rôznych priestoroch, vrátane firemných kancelárií, CoWorking priestorov, verejných priestorov a z domu.

3. Náš proces nás priviedol k záveru, že jadrom udržateľnosti CoWorking priestoru je komunita

Coworkingová komunita – kľúč pre udržateľnosť coworkingového priestoru

Komunita je najvyššia úroveň skupinového rozvoja. Hlavnou črtou komunity je, že jej členovia zdieľajú podobné ciele a výhody, spoločné záujmy a sú úzko prepojení (najmä aktivitami komunity). V komunite vzniká medzi členmi stabilný, kooperatívny a vzájomne priateľský vzťah.

Prvou úvahou, či CoWorking priestor môže byť udržateľný alebo nie / predpokladom existencie klastra / CoWorkingu je, či môže vzniknúť komunita / aký druh komunitného vzťahu sa vytvára medzi jednotlivcami, medzi jednotlivcami a prostredím.

Je dôležité, aby sa podnikli kroky na podporu inkluzívnej komunity vybudovanej na spoločných hodnotách, kultúrnych črtách a súbore nie prevažujúcich domácich pravidiel.

Aby sme mohli určiť všetky ďalšie kroky, je dôležité identifikovať náš trh. Bude diktovať všetko, čo robíme a ako sa identifikujeme: meno, logo, web, umiestnenie; všetko, čo tvorí našu značku. Nemôžeme byť pre každého všetkým, ale musíme sa zamerať na konkrétny segment trhu a spoznať naše potenciálne publikum/vybrať si medzeru na trhu: faktorový priemysel (aktéri KKP), zrelosť podnikania (rovnaká fáza životného cyklu obchodu zažije podobne rastúce problémy), veľkosť podniku, lokalita (región), vek (väčšinou generácia Z), kultúra a hodnoty. Musíme rozhodnúť, či použijeme zásadu otvorených dverí alebo preskúmame aplikácie, aby sme zachovali konzistentnosť komunity. Mať ľudí z radikálne odlišných prostredí môže byť výhodou, pokiaľ sa navzájom dopĺňajú.

Aby sme oslovili komunitu, ktorú chceme osloviť, BRANDING – náš názov, logo, marketingové materiály a digitálna identita – budú dôležitým prvým krokom. Pútavý názov určuje logo a spolu môžu ovplyvniť prvotné vnímanie našej značky ľuďmi. Ďalším krokom by bola online identita CoWorkingu: webové stránky a účty sociálnych médií budú vytvorené tak, aby dali jasne odkaz na naše hodnoty.

Ukázal to výskum:

- obrazy komunity v akcii sú pre potenciálnych členov atraktívnejšie ako obrazy prázdneho priestoru,
- príspevky na sociálnych sieťach by mali byť pútavé,
- ak máte zdroje na reklamu, nebude to absolútne rozhodujúce, ale je to výhodou.

Pomáhať členom, ktorí pomáhajú nám

- Pri budovaní našej vlastnej značky by sme nikdy nemali zanedbávať značky členov komunity. Budeme úspešnejší, ak sa im dostane viac pozornosti.
- Povzbudzujeme členov komunity, aby vo svojich propagačných materiáloch uviedli vzťah s CoWorkingom.
- Umožníme členom komunity správne používať logo CoWorkingu.
- Predstavme členom komunity skupiny a médiá v rôznych kanáloch, ktoré sledujú coworking.
- Poskytneme kontakt členom komunity v sekcii „Ľudia“ na webovej stránke CoWorkingu.
- Propagujeme aktivity a novinky týkajúce sa členov komunity prostredníctvom komunikačných kanálov CoWorkingu.
- Umiestníme značky a informácie členov komunity v zdieľanom priestore.

Ťažké rozhodnutia – zvýšenie sadzieb alebo vystaňovanie členov, ktorí nemôžu platiť nájomné – sú zvyčajne vedené „obchodnou orientáciou“. Zvažovať to znamená „zjemniť pravidlá“ v závislosti v akej situácii sa naši klienti, ktorých zastávame, nachádzajú. Niekedy môže malé prispôbenie sa priniesť dlhodobý úžitok a lepšie slúžiť našim potrebám a poslaniu.

4. Niekoľko pripomienok k formovaniu priestoru pre CoWorking

Nikdy nestrácajte zo zreteľa ľudí, pre ktorých budujete priestor CoWorking – CoWorkerov!

Organizácia priestoru

- v rámci verejnosti – priestor CoWorkingu – poskytuje súkromie (na stretnutia, relax, telefonovanie a videohovory),
- organizácia priestoru je pevná (aby bola zaistená stabilita pre dlhodobých užívateľov a iné priestorové funkcie), zatiaľ čo flexibilné kancelárske priestory je najlepšie umiestniť v blízkosti uličiek (obmedzenie rušenia sa, vyhýbanie sa prekážkam v priestore atď.),

73 Závěrečné odporúčania

- väčšina CoWorkerov by uprednostnila tiché pracovné prostredie, aby sa mohli sústrediť na svoju prácu (hoci mnohí by pri práci počúvali hudbu), ale tiež uprednostňujú otvorený priestor, kde by sa mohli voľne rozprávať. Pripomienka: veľa obchodných rozhovorov sa odohráva v spoločenských oblastiach CoWorkingu. Nezabudnite na pohovku!

Dizajn interiéru

Prvá vec, ktorá urobí dojem o CoWorkingu na CoWorkera, je dizajn interiéru a zariadenie. Interiér je to, čo odráža základné princípy a hodnoty CoWorkingu, vytvára pracovné prostredie, ovplyvňuje nálady a postoje CoWorkerov, vytvára príležitosti na konverzáciu a spoluprácu. CoWorkeri väčšinou hľadajú otvorené, dynamické a energické prostredie, kde sa ľudia rýchlo stanú priateľmi aj obchodnými partnermi.

To, čo sa ukázalo ako najlepšie, je otvorený priestor s kombináciou dočasných „hotdesk“, stálych stolov, brainstormingových miest, súkromných tímových priestorov a tichých priestorov, konferenčne miestnosti (možno využiť aj na stretnutia s klientmi). Často sa prehliada, že ľudia potrebujú priestor na telefonovanie a videohovory bez toho, aby boli vyrušovaní: nie všetky sa dajú uskutočniť na chodbe, pred budovou a/alebo v kaviarni.

- Otvorené priestory sú určené na podporu diskusie a spolupráce, oddychové oblasti na podporu konverzácie a budovania vzťahov.
- Priestor by mal inšpirovať a nie rušiť.
- Priestor má byť profesionálny, ale má mať inšpiratívnu atmosféru.
- Prvky v priestore sú vítané, aby motivovali predstavivosť spolupracovníkov (tabuľky, svetlá, rastliny atď.). Vhodné je použiť umelecké diela.
- Postarajte sa o akustiku / obmedzte hluk na minimum.

Pripomienka: Nábytok dáva charakter priestoru, no zároveň musí byť odolný kvôli frekvencii používania.

CoWorkingové priestory majú za cieľ maximalizovať funkčnosť priestoru, pričom nie sú prekážkou pri maximalizácii príjmu. Môžeme používať zasadacia miestnosť, keď nie je vyhradená na stretnutia, alebo ju nechať prázdnu? Máme pevný alebo ľahko premiestniteľný a skladací nábytok?

Jasne komunikujte štruktúru priestoru a „pravidlá priestoru“.

Vybavenie

CoWorkeri budú vo väčšine priestorov očakávať minimálny obsah vybavenia.

To zahŕňa, ale nemusí byť obmedzené na (ergonomické) stoličky a stoly, WiFi, prístup k tlačiarne a kopírke, základné kuchynské vybavenie, kávovar, skrinky (pre tých, čo chodia chodia do CoWorkingu pravidelne), toalety.

Trh diktuje cenu a dostupnosť priestoru, ale ak je to možné, CoWorking by mal ísť ešte ďalej a investovať do vecí, ktoré uľahčia život jeho užívateľom a zvýšia pocit komunity.

Manažment

Prieskum ukazuje že najlepšie výsledky dáva kombinované, centralizované a osobné riadenie. CoWorking udržiava priestor, spotrebiče, vybavenie; väčšinou poskytuje kancelárske potreby, písacie potreby. Niektoré CoWorkingy sú založené na dôvere (CoWorkeri majú kuchyňu s voľným prístupom, kde nechajú peniaze za to, čo použili), zatiaľ čo v niektorých je samospráva viac kontrolovaná (vybavenie a služby automaty sú na mince). Každý CoWorking musí tieto aspekty jasne oznámiť od prvého dňa, keď je spolupracovník v priestore.

A nepodceňujte magickú silu kvalitnej kávy!

5. Svet tvorcov politik: ako komunikovať naše poslanstvo

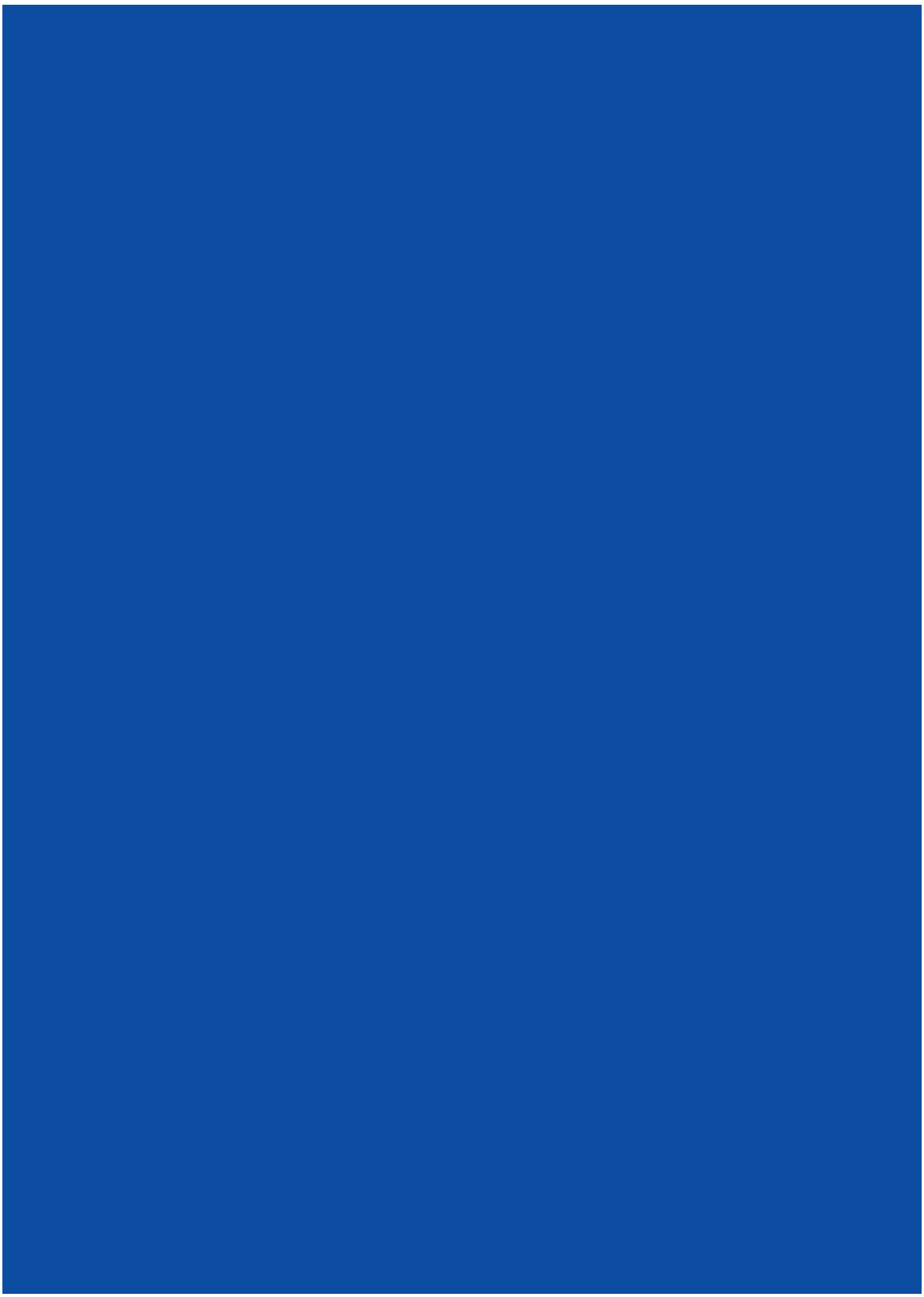
1. Urobiť prieskum, aby sme našli tvorcov politik, ktorí s najväčšou pravdepodobnosťou podporia našu víziu, misiu a ciele.
2. Prezentovať, čo pre nich môžeme urobiť, ako aj opýtať sa, čo môžu urobiť pre nás – vysvetliť, ako naše pôsobenie posunie ich agendu dopredu a podporí ich priority a naopak.
3. Organizovať prehľadné brífingy (a materiály, ktoré majú veľký vplyv a sú výstižné, ktoré im necháme) na vybudovanie dôvery a garancie, aby sme boli vnímaní ako spoľahlivý a nezávislý zdroj odborných znalostí (štátni zamestnanci sú zaneprázdnení; ak chceme, aby čítali, čo chceme povedať, náš odkaz musí byť v bodoch, krátky, zameraný na hlavné poslanstvo).
4. Zostať otvorený – dávať tvorcom politiky možnosti (predložiť možnosti s bodmi o výhodách a nevýhodách každého z nich), ktoré ukazujú trendy v politike a politickú prijateľnosť. Ukážme našu odbornosť a realitu nášho implementačného plánu. Zahrňte riziká alebo výzvy. Zamerajte sa na konkrétne výsledky a ponuku riešení v prípade potenciálnych prekážok a výziev. Vyhnime sa faktickému preťaženiu. Posilníme vlastnú aktivitu pomocou existujúcich príkladov implementácie.
5. V nadväznosti na osobný kontakt krátkym ďakovným listom zdôrazníme hlavné body stretnutia (čo zvyšuje šance na budúci kontakt).
6. Pravidelne aktualizovanie kontaktov.
7. Buďme pro-aktívni pri budovaní dlhodobých vzťahov (s častou interakciou a spätnou väzbou).
8. Buďme prítomní v médiách – médiá ovplyvňujú tvorcov politik, ako aj nátlakové skupiny, think-tanky, verejnosť atď.

Zdroje informácií

- *Zvukový záznam diskusie o fungovaní CoWorkingov v slovenských regiónoch na konferencii a workshope „Od komunikácie ku CoWorkingu a spolupráci“: Žanet Horstman – CoWorking v Lučenci (<https://podnikavci.sk/coworking/>), Pali Mesarosz – Huba, Košice, Tabacka Kulturfabrik (<https://www.hubacoworking.sk/en/>), Janko Lopušek – CoWorking Pekaren, Revuca (<https://www.facebook.com/vypecenycowork/>)*
- https://xindanwei.com/av/Coworking_manual_en.pdf
- <https://www.wework.com/>
- *Diplomová práca „CoWorking ako forma podpory rozvoja podnikania vo vybranom regióne Slovenska“, Bc Andrea Halasova (školiteľ doc. Ing. Ivan Takač, PhD), Slovenská Poľnohospodárska Univerzita v Nitre, Fakulta Európskych štúdií, regionálneho rozvoja, Ústav Európskych politík a verejnej správy, 2022*
- *Budovanie priestoru pre kreatívnu učiacu sa komunitu Kreatívneho centra Košického kraja / Pilotné testovanie metódy Budovanie kreatívnej učiacej sa komunity*

Príloha tabuľka ideálnych priestorov

6.



<u>COWORKING</u>	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
SEMINÁRNA MIESTNOSŤ	poloverejný priestor (so sprievodom)	<ul style="list-style-type: none"> • potrebný prístup k elektrickým zásuvkám • prirodzené svetlo je dôležitejšie ako premietanie (nahradenie LED televízormi) 	
SKLAD	súkromný priestor, zabezpečený	<ul style="list-style-type: none"> • priestor na archivovanie primárne administratívnych dokumentov • otázne najmä pri architektonických štúdiách, ktoré používajú veľkoformátové mapy a veľa podkladov, ako im vytvoriť tento priestor férovo voči ostatným. • uzatváracie skrinky a stoly pre používateľov 	<ul style="list-style-type: none"> • skladovanie spoločných materiálov na vzdelávanie (napr. knihy, digitálne zariadenia, 3D tlačiareň) • vzájomné vymieňanie plagátov a informácií o produktoch a podujatiach rezidentov
ZASADAČKY (VEĽKÉ, MALÉ)	poloverejný priestor (so sprievodom)	<ul style="list-style-type: none"> • malé telefonické búdky pri otvorenom coworkingu • niektoré zasadačky prispôbené technicky pre hybridné stretnutia a prezentáciu • prístupné whiteboardy (alternatívne digitálne tabule) 	<ul style="list-style-type: none"> • kombinácia malých a veľkých zasadačiek, v ktorých môžu rezidenti prezentovať svoje produkty klientom, a pritom ich nemusia nutne privádzať do priestorov na prácu

81 Ciele – ďalšie kroky a aktivity

PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY
<ul style="list-style-type: none"> • zariadenie pre online prednášky a hybridné formy učenia sa 		<ul style="list-style-type: none"> • priestor odhlučnený a prístupný ideálne aj pre verejnosť
	<ul style="list-style-type: none"> • kontrola a organizácia skladových priestorov pre coworking (nesmie sa stať odkladiskom a musí mať svoj systém a férové prerozdelenie medzi užívateľmi) • recyklácia – v blízkosti výťahov a východu – zjednodušiť pre upratovacie služby • identifikovať materiály (kancelárske potreby?), ktoré využívajú všetci, môže ísť o elektronické zariadenia (mikrofóny, kamery, reproduktory), prípadne využiť priestory recepcie alebo služby tzv. community manažéra 	
	<ul style="list-style-type: none"> • niektoré zasadačky môžu byť využívané voľne bez nutnosti „bookingu“ a využiteľné na tzv. ad hoc stretnutia • zasadačky majú vytvorený svoj rezervačný digitálny systém 	<p>oddelenosť tzv. priestorov pre zasadačky závisí od „želaného ruchu“, ktorý v priestore chceme vytvoriť, nemôžeme pritom zabúdať na potrebu ticha a pokojnej práce, ktorá sa dá vytvoriť v samostatných malých pracovných bunkách, sedačkách, oddelených priestoroch súkromia a sústredenia. Stretnutia preto nemusia nutne prebiehať v zatvorených zasadačkách, ale môžu mať formu polootevoreného priestoru, stola v otvorenom priestore a pod.</p>

<u>COWORKING</u>	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
INDIVIDUÁLNA A TÍMOVÁ PRÁCA	poloverejný priestor (rezidenti)	<ul style="list-style-type: none"> • vytvorenie súkromia na samostatnú prácu pomocou flexibilných stolových paravanov • flexibilné sedenie v priestore, popripade možnosť presúvať pracovné miesta a spájať ich s inými • vytvorenie priestorov pre absolútne ticho a súkromie • v prípade flexibilného sedenia vytvorenie dostatočne flexibilnej siete na nabíjanie a elektriku 	<ul style="list-style-type: none"> • jasné označenie priestorov na prácu, pre verejnosť a na zábavu (kreatívne spracovanie)
KUCHYNKA	poloverejný priestor (so sprievodom)	<ul style="list-style-type: none"> • zabezpečuje len základné potreby pre občerstvenie, nie je priestorom na varenie 	<ul style="list-style-type: none"> • v priestoroch centra (nielen coworkingu) je potrebná spoločná väčšia kuchynka, v ktorej sa dajú pripravovať jedlá (bistro) a organizovať spoločné posedenia
ODDYCHOVÁ MIESTNOSŤ/ PRIESTOR	súkromný priestor (rezidenti)	<ul style="list-style-type: none"> • gauč, pohovka na krátky spánok • spoločná knižnica 	

PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY
<ul style="list-style-type: none"> • možnosť spájania a prepájania pracovných priestorov s cieľom podpory prepájania projektov a jednotlivcov • pracovné menšie kolek­tívy spájajú spoločné stoly alebo využívajú dlhší stôl a sedia spoločne 	<ul style="list-style-type: none"> • zariadenie a rozloženie coworkingu závisí od želaného počtu nepravidelných prenajímateľov, fixných rezidentov a cieľa samotného coworkingu 	<ul style="list-style-type: none"> • prirodzené svetlo je nutnosť, možnosť tzv. intímneho súkromného osvetlenia pri práci je preferovaná • pri otvorenom pracovnom priestore je potrebné myslieť na akustiku a redukciu reverb. • vytvorenie priestorov pokoja a ticha je nutnosťou v otvorenom pracovnom priestore
		<ul style="list-style-type: none"> • oddeliť a zabezpečiť, aby pachy z kuchynky a jedla nepresakovali do pracovného priestoru
		<ul style="list-style-type: none"> • ambientné svetlo, odhlučnené, mäkké

SLUŽBY	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
TLAČ		<ul style="list-style-type: none"> • digitálne sledovanie tlače jednotlivcov na spoločných tlačiarňach • blízko recyklácia • malá tlačiareň by mala byť prístupná aj v blízkosti ateliérov a spoločných dielní (tlač podkladov pre výrobu) 	<ul style="list-style-type: none"> • pre väčšie formáty, a kvalitnejšiu tlač k dispozícii „služba“ (firma s kvalitnejším vybavením v priestoroch centra) • alternatívne premýšľať nad miestom recepcie, príležitosť „náhodných stretnutí“ a priestoru na spontánny rozhovor medzi rezidentmi bez rušenia práce iných
STRETÁVANIE SA	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
SPOLOČENSKÁ MIESTNOSŤ	poloverejný priestor (so sprievodom)	<ul style="list-style-type: none"> • v spoločných priestoroch vytvoriť miesto na oficiálne stretávanie komunity na riešenie aktuálnych výziev a spoločné plánovanie • napojenie ideálne na exteriér a spojiť s aktivitami, ktoré môžu prebiehať vonku (pingpong, grilovanie, pestovanie zeleniny atď.) 	<ul style="list-style-type: none"> • spoločenská miestnosť by mala fungovať ako spájací element a mala by byť ľahko prístupná pre rôzne typy rezidentov (ateliéry, coworking, služby) – v centre diania a priestorovo umiestnená tak, aby cez ňu prúdili ľudia

PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY
	<ul style="list-style-type: none"> • digitálne sledovanie a vyhodnocovanie využívania tlačiarní v priestore • určiť, kto je zodpovedný za dopĺňanie papiera a tonerov (community manažér) a jeho rýchle a ideálne digitálne informovanie o stave tlačiarní • premyslieť, akým spôsobom je ISIC a študentské zľavy relevantné pre poskytovanie platených služieb, poprípade, ako je ISIC karta integrovaná do systému v centre 	<ul style="list-style-type: none"> • hluk v okolí tlačiarní
PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY

SPOLOČNÁ DIELŇA (pre menej prašné a špinavé remeslá)	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
WORKSHOPY A PRÁCA	poloverejný priestor (so sprievodom)	<ul style="list-style-type: none"> • v strede by mal byť umiestnený veľký stôl pre prácu väčšej skupiny, alternatívne flexibilné stoly, z ktorých vieme vyvoriť rôznorodé sedenie, ale aj veľké pracovné stoly (cca pre 8 ľudí) • mať k dispozícii rozkladacie stoly (alebo dosky a kozy), využiteľné na prezentácie, výstavy, ad hoc tvorbu atď. • k dispozícii veľké umývadlá na oplachovanie a umývanie spolu s priestorom na sušenie (pozor na vodu v okolí a na podlahe), ľahký prístup k priestorom na workshopy. V prípade poskytnutia siet'otlače aj wap. • samostatné odvetrávanie (v prípade niektorých remesiel aj samostatné pohyblivé odsávacie stanice (práca s kovem, soldering, práca s chemikáliami) 	<ul style="list-style-type: none"> • označenie pravidiel a inštrukcií na používanie celého priestoru, ale aj jednotlivých pracovných staníc (nedotýkajte sa, prosím, diel iných ľudí, rešpektujte priestor iných ľudí, použite...)
VSTUP	poloverejný priestor (so sprievodom)	<ul style="list-style-type: none"> • nástenka s oznamom • priestor na odkladanie oblečenia, tašiek, ideálne priestor na prezutie sa • mapa priestoru a spísané pravidlá a tipy na užívanie 	

PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY
<ul style="list-style-type: none"> • vytvorenie priestoru pre mentora, ktorý pomáha využívať dielňu • nezabúdať v rozložení na vzdelávací charakter priestoru (odovzdávanie zručností) • nástroje a materiál má svoje jasne určené odkladacie miesto (odkladacie steny) 	<ul style="list-style-type: none"> • definovanie rôznych materiálov na reycláciu (nad rámec papier, plast atď.) • lekárnička k dispozícii • booking priestorov a strojov prístupný digitálne, nechať časy, kedy je možné prísť ad hoc, bez potreby bookingu. • stroje obsluhovať po zaškolení, ideálne k dispozícii „majster/ka“ dielne 	<ul style="list-style-type: none"> • jasne oddeliť hlučné a špinavé stroje od jemnejších techník
	<ul style="list-style-type: none"> • dbať na bezpečnosť v priestore, aké veci si môžeme doň priniest 	

<i>SPOLOČNÁ DIELŇA</i> (pre menej prašné a špinavé remeslá)	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
SKLAD	súkromný priestor (rezidenti)	<ul style="list-style-type: none"> identifikovať, ktorý materiál a nástroje sú potrebné a možné skladovať priamo pri pracovnom stole „stanici“ a ktoré je potrebné skladovať v samostatnej miestnosti využívať čo najviac steny na odkladanie diel nutné nepodceňovať veľkosť a prístupnosť skladu (sklad ideálne prístupný z exteriéru alebo v blízkosti obslužného výťahu (väčšie kusy dreva, hlina, kov atď.), priechodnosť väčšími dverami a zabezpečenie) 	<ul style="list-style-type: none"> vytvoriť zbernú nádobu, v ktorej môže komunita prispievať materiálom – podpora reuse
<i>PRIESTORY NA ODDYCH</i>	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
ZÁHRADA/ EXTERIÉR			
<i>ATELIÉR</i> (individuálny a spoločný)	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
	súkromný priestor (rezidenti)	<ul style="list-style-type: none"> samostatný ateliér má mať priestor na oddych, ako aj na „špinavú prácu“ – gauč, sedenie pre hostí, malá kuchynka, pracovný stôl na počítač a priestor na odkladanie administratívnych dokumentov, oblečenia a pod. (umelci, často prespávajú vo svojich ateliéroch) atelier nemusí mať nové zariadenie (reuse) 	

PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY
	<ul style="list-style-type: none"> • vytvorenie digitálneho systému na sledovanie stavu skladu a použitie materiálu jednotlivými rezidentmi a užívateľmi • vytvorenie policy pri poškodení strojov a nástrojov rezidentmi a návštevníkmi • vytvoriť policy na to, ako môžu jednotlivci využívať sklad pre svoje vlastné materiály, výrobky a pod. a potrebné zabezpečenie 	<ul style="list-style-type: none"> • neporiadok
PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY
PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY
	<ul style="list-style-type: none"> • upratovanie a udržiavanie priestoru je zodpovednosťou rezidentov 	

<i>spoločná</i> ŠPINAVÁ DIELŇA <i>(závisí od prístupných remesiel)</i>	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
	poloverejný priestor (so sprievodom)	<ul style="list-style-type: none"> vzduchotechnika kľúčová veľké umývadlá veľké nádoby/koše na recykláciu materiálu využívanie suchých materiálov oddeliť od mokrých (hlina vs. práca s drevom) potenciálne prístup do exteriéru s betónovým povrchom pre experimentálnu prácu 	
<u>VSTUP DO CENTRA/ COWORKINGU</u>	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
INFO POINT	verejný priestor	<ul style="list-style-type: none"> mapa rezidentov centra – kto a kde sídli a aké má zameranie, ako sa k nemu dostanem (ideálne interaktívne a digitálne) infotabula o aktuálnych aktivitách a podujatiach v centre prístupných verejnosti repcia s priestorom na stretávanie sa zabezpečenie a jasné označenie priestorov pre verejnosť a priestorov so sprievodom 	<ul style="list-style-type: none"> informácie by mali byť aj v exteriéri (lákať ľudí aj mimo stien centra ešte pred vstupom) vstup do priestoru jasne označený
SHOWROOM	verejný priestor	<ul style="list-style-type: none"> priestor na predaj diel a produktov rezidentov z centra a kreatívov z kraja priestor na stretnutia, posedenie v klude, prepojenie s exteriérom 	

PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY
		<ul style="list-style-type: none"> • pri brúsení a leštení je veľa prachu a hluku, v okolí by nemalo byť nič
PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY
	<ul style="list-style-type: none"> • priestor pre informátora, človeka, ktorý dobre pozná rezidentov, fungovanie a zapadá do identity miesta (nie vrátnik/vrátnička bez vzťahu k priestoru) • priestor k dispozícii pre rezidentov 24/7 	<ul style="list-style-type: none"> • otvorenosť, prívetivosť, „kreatívny duch“
	<ul style="list-style-type: none"> • vyžaduje si kurátorskú prácu a systém výmeny obsahu a rovnosti 	

92 CoWorking a budovanie kreatívnych centier v mestách

<u>EXTERIÉR</u>	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
	verejný priestor	<ul style="list-style-type: none"> • prístup by mal byť možný z niekoľkých uličných blokov, priechodné, ideálne skratka do centrálnych a kľúčových častí susedstva • miesto osvetlené, priehľadné vzbudzujúce bezpečie • poskytnutie zelene a priestor pre rodičov s deťmi • vytvorenie tichých a odpočinkových zelených zón 	<ul style="list-style-type: none"> • exteriérom presakuje umenie a kreatívne riešenia priestoru a atmosféry • priestor pre komunitnú záhradu a pestovanie zeleniny a ovocia celoročne
<u>SLUŽBY</u>	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
PARKOVANIE A ZÁSBOVANIE	poloverejný priestor (so sprievodom)	<ul style="list-style-type: none"> • parkovanie pre autá, pre hostí centra, zásobovanie pre dielne a sklady • dostatočné kapacitné nádoby na recykláciu rôznych materiálov • vytvorenie bezpečného odkladania bicyklov (večerné osvetlenie) • vytvorenie udržateľných nabíjajúcich staníc (za akých podmienok?) 	
„ŠKÔLKA“, DEĽSKÝ KÚTIK	verejný priestor	<ul style="list-style-type: none"> • vyčlenenie bezpečného spoločného priestoru 	
TECHNICKÉ SKLADY	súkromný priestor	<ul style="list-style-type: none"> • skladovanie strojov na údržbu celého kreatívneho centra • priestory na opravu a údržbu strojov zo spoločných dielní 	

PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY
<ul style="list-style-type: none"> • experimenty a inovácie v priestore v podobe lavičiek, osvetlenia, ihriska v rukách rezidentov a kreatívco 	<ul style="list-style-type: none"> • upratovanie a udržovanie exteriéru a zelene (rozpočet, zamestnanci) 	<ul style="list-style-type: none"> • udržateľnosť, oáza v meste
PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY
	<ul style="list-style-type: none"> • obmedzený vstup áut do areálu 	
	<ul style="list-style-type: none"> • benefit pre rezidentov a užívateľov centra • potenciálne udržiavaný a organizovaný samostatnou komunitou 	<ul style="list-style-type: none"> • hluk, pozor, nie každý preferuje prítomnosť detí

94 CoWorking a budovanie kreatívnych centier v mestách

<u>SLUŽBY</u>	PRÍSTUPNOSŤ	MATERIALITA	KOMUNITA IDENTITA
JEDÁLEŇ			
BAR/KAVIAREŇ/ BUFET			<ul style="list-style-type: none">• spojené s inou službou (knížnica, event space, jedáleň, škôlka)

PRAX	ORGANIZÁCIA	VNEMY
	<ul style="list-style-type: none">• dostupná pešo, ceny dostupné pre užívateľov a rezidentov	



ART
AJ TOTO JE
UMENIE

WWW.NITRAFEST.SK

Kino Palace

Radlínského 9

1925, architekt: Friedrich Weinwurm

Kino Republika, ako sa spočiatku nové kino nazývalo, bolo postavené z iniciatívy Prvej slovenskej filmovej spoločnosti Limbora v Bratislave, ktorá si na projekt povolala špičkového architekta Friedricha Weinwurma a stavbu zrealizoval miestny židovský staviteľ Ignác Weil, otec úspešného výtvarníka Shraga Weila. V 1930 sa stal prevádzkovateľom kina podnikateľ Július Stark, vďaka ktorému bolo kino uspôsobené na premietanie ozvučených filmov ako prvé na území Slovenska. Prvým bol americký film *The singing fool*. V rokoch 1931 a 1957 kino prešlo prestavbami, ktoré mu dali dnešnú podobu.

V kine sa od roku 2006 nepremieta a budova bola zaradená do prebytočného majetku mesta. V období kandidatúry Nitra na Európske hlavné mesto kultúry 2013 mesto plánovalo premeniť nevyužívaný priestor kina na kultúrny centrum. Avšak doteraz je nevyužívaný a v zlom stave.

Zdroj: Novák, J. – Pročka, R.E. *Architektúra 20. storočia v Nitre*, 2016.

DIVADELNÁ
NITRA 2016

Katarina Živanović

Je dlhoročnou pracovníčkou v kultúre – už viac ako 30 rokov pôsobí v nezávislej a zriadovanej kultúre v Srbsku, na Slovensku a v Českej republike. Jej medzinárodná angažovanosť súvisí najviac s Trans Europe Halles, kde je v súčasnosti členkou volebnej komisie do budúceho výkonného výboru TEH. Na Slovensku pôsobila ako generálna riaditeľka Tabačky, v Prahe ako výkonná riaditeľka štúdia Alta. Od roku 2021 je generálnou riaditeľkou Kreatívneho centra Nitra.

CoWorking a budovanie kreatívnych centier v mestách

Projekt CINEMA – Creative Industries for new Urban Economies
in the Danube Region

Trvanie: 1. 7. 2020 – 31. 12. 2022

Hlavný partner: Chamber of Commerce and Industry of Slovenia,
Slovinsko

Creative Industry Košice n.o., 2022

Autorka: Katarína Živanović

Korekcia textu: Mgr. Erika Horečná

Grafický dizajn: Katarína Štefanková



Interreg



**Danube Transnational Programme
CINEMA**

Projekt spolufinancovaný z fondov Európskej únie (ERDF, IPA, ENI)



Partneri

Creative Industry Košice n.o., Slovensko

Agentúra pre podporu regionálneho rozvoja Košice n.o., Slovensko

Stuttgart Region Economic Development Corporation, Nemecko

Regional Development Agency of the Ljubljana Urban Region, Slovinsko

West Regional Development Agency, Rumunsko

Mesto Resita, Rumunsko

Studio Komplekt, Bulharsko

Business Upper Austria – OÖ Wirtschaftsagentur GmbH, Rakúsko

CIMA Consulting and Management LLC, Rakúsko

Mesto Leonding, Rakúsko

Stuttgart Media University, Nemecko

Mesko Gabrovo, Bulharsko

Regional Development Agency Backa, Srbsko

Mesto Sombor, Srbsko

North Regional Development Agency, Moldavsko

Radnica Balti, Moldavsko

Asociovaní partneri

Plovdiv Regional Administration, Bulharsko

Mesto Novi Sad, Srbsko

Košický samosprávny kraj, Slovensko

Mesto Linz, Rakúsko

Mesto Kamnik, Slovinsko

Viac informácií o projekte nájdete na:

<https://www.interreg-danube.eu/approved-projects/cinema>

