

Kancelárie sú súčasťou firemnej kultúry



Author: Juraj Púchlo | Published: 20.12.2016

Aj šmyklavka musí mať zmysel

Dvanásť ročník odbornej konferencie Real Estate Market 2016 predstavil okrem iného množstvo nových trendov v odvetví administratívnych priestorov. Všetci poznajú Googleplex, ich šmyklavky a hojdacie siete, ale treba sa aj úprimne opýtať, prečo ich má mať firma na Slovensku a čo tým chce dosiahnuť. Len pre zaujímavosť: slovenský Google má v kanceláriách napríklad polovicu vozidla „Chrobák“ alebo valašku „zaťatú“ do dverí.

Pozvaní panelisti sa na konferencii zhodli v tom, že rôzne výčapy a bary, luxusné kávovary, oddychové a relaxačné zóny, fitness-centrá, stolný futbal či hoci aj lezecká stena inštalované priamo v kanceláriách, môžu významne posilniť HR branding a marketing firmy. Druhou otázkou je, či sa tento zámer stretáva s očakávaným ohlasom u zamestnancov. **Patrik Vančo**, country manager spoločnosti [Nowy Styl Group](#) odporúča urobiť prieskum medzi zamestnancami 3-4 mesiace po nast'ahovaní a koncept ladiť podľa výsledkov internej ankety. Podstatné je, aby zamestnávateľ vytvoril príjemné prostredie na prácu. Aby sa ľudia cítili na a neutekali hneď po skočení pracovnej doby a hlasno za sebou plesli dverami. Navyše vo veľkých korporáciách sa môže v jednom priestore stretávať až päť generácií. Od senior manažérov, cez Baby Boomers až po mladučkú Generáciu Z. Každá má rôzny štýl práce, iné návyky, očakávania a priority. Vráťane trávenia voľného času. Pri tvorbe motivačného kancelárskeho prostredia je potrebné na to pamätať.

„V budovách Polus Towers I a II máme napríklad kreatívcov s reálnou červenou telefónnou búdkou ako vystrihnutou z centra Londýna alebo jednu nadnárodnú firmu z oblasti pivovarníctva, ktorá má v kancelárii funkčný výčap. V prvom rade však firmy prichádzajú do väčšieho a novšieho priestoru a najprv zohľadňujú zvýšené náklady a o kreatívnom zariadení priestoru uvažujú až neskôr,“ uviedol **Peter Očován**, Leasing Manager & Marketing Coordinator, [IMMOFINANZ Services Slovak Republic](#). Dodajme, že nájom sa v budovách tohto typu pohybuje na úrovni 10-11 €/m²/mesiac. Pre firmu, ktorá sa sem presťahuje a hneď aj do väčšieho priestoru, pričom doteraz platila 9 €/m²/mesiac, je to výrazný nárast fixných nákladov.

Alfa a Omega: Investície a náklady

Zeleň, dekorácie a príjemné prostredie známe skôr z lobby štvorhviezdičkových hotelov a viedenských kaviarní sú dnes očakávané prvky aj v spoločných priestoroch vrátane recepcie. Pritom je jedno, či ide o úplne nové alebo o rekonštruované budovy. Nie je vôbec výnimočné, ak pôvodne kancelárska budova, ktorá už nedokáže vyhovieť takýmto trendom, „konvertuje“ na rezidenčný projekt. Naopak, takmer husársky

kúsok sa podaril dvom vežiam, ktoré majú 12 až 14 rokov. Po tom, čo ich v krátkom rozpätí opustili veľkí nájomcovia IBM a Telekom, stál majiteľ budov pred dilemou, ako ďalej. Pomerne citelne projekt (a lokalitu) zasiahla i vzájomná konkurencia najstaršieho nákupného centra Polus City Center v Bratislave a jedného z centier tretej generácie OC Central. Polus začal strácať body najmä pre dlhodobú krízu jedného z kotevných nájomcov hypermarketu Carrefour. Pritom prítomnosť kvalitného nákupného centra s pestrou gastronómiou je mimoriadne silný stimul pre potenciálnych nájomcov kancelárií. V súčasnosti Polus stále hľadá svoj nový pozicioning. „Nájomcovia sa rozhodovali aj na základe lokality, dopravy, dostupnosti MHD, ponuky služieb, obchodov a blízkosti jazera Kuchajda,“ pripustil P. Očován a vysvetlil genézu prerodu budov: „Obe Polus Towers sme kompletne prerobili, až na fasádu. Aby sme sa vyrovnali moderným budovám, inštalovali sme nové progresívne technológie. Napr. privolávanie výťahov so systémom ovládania cieľovej stanice. Ako jedna z mála budov máme vzduchotechniku so systémom chladiacich trémov. Úplne nové sú spoločné priestory s wi-fi pripojením a audiovizuálnymi technológiami a s občerstvením z kaviarne. Spoločné zasadačky, ktoré sú zdarma pre všetkých nájomcov a sú zarátané v prenajímateľnej ploche. Celková investícia bola vo výške približne 25 miliónov eur, pričom do tejto sumy zahrňame i fit-out pre nájomcov a zmenu štandardu výpočtu plochy v prospech nájomcov. Aktuálna obsadenosť celkovej plochy 36 000 m², v Polus Tower I na úrovni 85%, Polus Tower II okolo 70 %.“

Heitman napríklad zmenil skladbu retailu v BBC 5, aby reflektoval na súčasné potreby nájomcov a ich zamestnancov. Ponúkol viac služieb, zdravšie a rôznorodejšie jedlo, vniesol viac života do okolia budovy. Na jednej strane teda stojí výška investícií prenajímateľa alebo developera a na strane druhej možnosti nájomcov. Obe strany zvažujú každé euro. Stalo sa však, že v snahe ušetriť musel majiteľ prerábať lobby administratívnej budovy dvakrát, nakoľko výsledok prevej rekonštrukcie nespĺnil očakávania. Vzhľadom k spomínanému nedostatku zamestnancov a k faktu, že sa v Bratislave dokončujú ďalšie administratívne projekty kategórie A, budú musieť byť developeri a prenajímateľa veľmi kreatívni, aby získali a udržali klientov. Jednou z ciest sú služby a nadštandardná starostlivosť o klientov až na úrovni partnerstva a poradenstva.

V kancelárii (takmer) ako doma

Firmy si ťažko zvykajú na fakt, že firemný telefón, notebook a auto, nie sú pre zamestnanca benefity. Sú to jeho pracovné nástroje. Zaznel i jeden trefný bonmot: zatiaľ čo v kancelárii má zamestnanec bežne fotografie z domácnosti, rodinu alebo psa, zriedkavo asi nájdete domácnosť, kde by mal jej majiteľ fotografie seba a kolegov v kancelárii. Mnoho prenajímateľov tak radí nájomcom, ako ponúkaný priestor využiť na maximum a vytvoriť pre zamestnancov takmer domáce prostredie.

„Veľa firiem hovorí o tzv. activity based working, no menej už ich tomuto pojmu rozumie. V praxi to znamená, že pri počte 1000 zamestnancov, bude mať kancelária napríklad iba 600 pracovných miest a bude dodržiavať dve zásady: kto prv príde, ten si sadne, ale nikto nesmie sedieť dva dni po sebe na rovnakom mieste. Cieľom je na každý druh činnosti mať vyhradený priestor. Rovnako ako je spálňa v domácnosti prioritne určená na spanie a kuchyňa na prípravu jedla. Keď potrebuje zamestnanec vykonávať sústredenú prácu, zatvorí sa do malej kancelárie a má pokoj, keď potrebuje prediskutovať úlohu s kolegami, sú tu menej formálne miestnosti so sedacími vakmi. Celoročné výsledky s vedením firmy prediskutujú zasa vo veľkej formálnej zasadačke,“ uviedol P. Vančo a zdôraznil: „Takto navrhnutý priestor podporuje komunikáciu medzi zamestnancami a pretaví sa do nižšej fluktuácie, absencií a do vyšších výkonov. Koncept však nie je aplikovateľný pre každú firmu a každú firemnú kultúru. Ekonomicky síce firma ušetrí 1000 mínus 600, teda 400 fyzických miest, ale zaviesť takúto inováciu je často nákladnejšie, ako klasický open space.“

Firmy sa nepochybne snažia byť pre budúcich zamestnancov atraktívne aj svojimi priestormi. Pracovisko už nie je obmedzené iba na pracovný stôl, ale je ním celá kancelária prípadne celá budova. Pomáha tomu flexibilné rozmiestnenie stolov, rôzne relaxačné a komunikačné zóny, neraz aj bohatá knižnica a miestnosť pre zábavu, kde zamestnanci hrajú stolný futbal, šípky alebo videohry. Ako spomenula Lucia Šimeková zo

spoločnosti [Cresco](#), v novom projekte [UNIQ Staromestská](#) bude napríklad strešná terasa dostupná pre všetkých nájomcov a chill-out zóna.

Kancelárie a firemná kultúra

V súčasnosti je dôraz kladený na priestorovú a funkčnú flexibilitu kancelárií. Praktické skúsenosti ukazujú, že sa nestáva, aby zamestnanci hrali stolný futbal alebo podriemkavali v hojdacích sieťach, na úkor pracovných povinností. Naopak, často na drahé zariadenie padá prach a zostáva nevyužitý. Firmy, ktoré chcú byť atraktívnym zamestnávateľom, nájdu rozumný kompromis, medzi lákadlami interného marketingu, bonusmi a zmysluplnou pracovnou náplňou. Zároveň budú dbať na vyváženosť pracovného a nepracovného života a budú motivovať zamestnancov, aby využívali zariadenie a spestrili si hoci aj hektické obdobie. Napríklad formou firemných hier alebo súťaží o zaujímavé ceny.

20.12.2016 08:36, Juraj Púchlo