

МИНОБНАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

Коворкинг как новое явление в бизнесе
АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ
студентки 4 курса 412 группы
направления 38.03.01 «Экономика»
профиль «Экономика предпринимательства»
экономического факультета
Маркушиной Виктории Владимировны

Научный руководитель

к. э. н., доцент

В.В. Киушина

Зав. кафедрой

к. э. н., доцент

Е.В. Огурцова

Саратов 2020

Введение. Современные условия развития малого предпринимательства в России способствуют непрерывному формированию новых форм предпринимательской деятельности, способных удовлетворить растущие потребности общества. Обращая внимание на такую сферу услуг, как предоставление рабочих мест или пространств с целью проведения досуга, следует заметить тенденцию совершенствования самой концепции и сущности форматов организации труда. Происходит появление специализированных и свободных пространств, объединяющих людей для творческого взаимодействия и общения. Понятие «коворкинг» охватывает такие форматы услуг.

Актуальность исследования бакалаврской работы обусловлена тем, что коворкинги являются перспективным направлением предпринимательской деятельности. Коворкинг-центры имеют широкое распространение в зарубежных странах, таких как Германия, США, Англия, Испания и другие. В России коворкинг является новым явлением в бизнесе и постепенно приобретает популяризацию. Потребность в научном исследовании и анализе одного из современных видов предпринимательской деятельности вызвана значимостью и результативностью финансовых показателей коворкингов.

Методологическая основа исследования базируется на методах системного и логического анализа, сравнения, статистическом анализе, опросе и анкетировании, представлении информации в графических и табличных формах. Информационная база исследования сформирована на основании научной, методической и учебной литературы, информационных источников «eLibrary», «Консультант», «Гарант», данных периодической печати, совокупности информации из сети интернет.

Целью выпускной квалификационной работы является обобщение изученного материала и составление бизнес-плана коворкинг-центра в Саратове, оценка и анализ перспектив развития проекта. Для достижения данной цели были сформированы следующие задачи:

1. Определить содержание коворкинга как новой формы предпринимательской деятельности;
2. Изучить этапы развития коворкинга;
3. Рассмотреть классификацию центров и опыт формирования коворкинг-центров;
4. Исследовать рынок коворкинга в Саратове;
5. Проанализировать и сформировать образ организационной составляющей коворкинг-центра;
6. Произвести расчет экономической эффективности проекта.

Объектом исследования выпускной квалификационной работы выступает проектируемый бьюти-коворкинг «KAVANNA», основной вид деятельности - предоставление услуг рабочего места мастерам косметических и косметологических направлений. Предметом изучения является формирование концепции коворкинга в современных условиях российской экономики.

Теоритической основой исследования служили научные труды российских и зарубежных ученых-экономистов: Зенкина И.В., Меркл Дж., Фетч К., Тыкулов Д.Р., Сысоева Л.В., Борисенко Е.В., Акулич М.Г., Зимин В.В., Рубин Ю.Б., Полтавская М.Б., Суховская Д.Н. и др.

Основная часть. Коворкинг представляет собой форму организации рабочего пространства, целью которой является объединение сотрудников различных областей с переменной занятостью, включая обширную материально-техническую базу и разноплановые зоны.

В коворкинг-центрах предоставляется вся необходимая для работы мебель, доступ к сети интернет, оргтехника и другое оборудование. В стоимость аренды включены уборка помещения, коммунальные платежи, администрирование и т.п.

Сегмент стал активно развиваться в связи со сложившейся кризисной ситуацией 2008г., в период которой возможность аренды офисного помещения была доступна не каждому субъекту предпринимательства. На

основании проведенных исследований следует заметить, что на протяжении рассматриваемого периода количество коворкинг-центров регулярно возрастает в среднем на 3000 заведений.

Структура коворкинга формируется из множества факторов:

1. Высокий уровень технического обеспечения
2. Доступность
3. Разнообразие функциональных зон
4. Сообщество
5. Дизайн.

С целью определения степени заинтересованности коворкинг-пространствами был проведен опрос среди студентов старших курсов экономического факультета СГУ им. Н.Г. Чернышевского. Из полученных данных, можно сделать вывод, что на момент проведения опроса, респонденты отдали практически в равном количестве голоса за работу в офисе – 38% и за коворкинг-центры - 41%. Полученные данные еще раз подтверждают, что исследуемая форма предпринимательской деятельности актуальна.

Коворкинг появился как альтернатива традиционному офисному пространству. По данным на 2019 год количество коворкинг-центров в России составляет более 448 заведений. Концепция коворкинга стремительно распространяется, охватывая представителей различных профессиональных сфер.

В ходе работы были выявлены отличительные свойства коворкинг-центров, базируясь на выделенных свойствах была сформирована классификация. Основополагающими критериями выделили целевую аудиторию и тип организации рабочего пространства:

1. Офисный коворкинг. Стандартная рабочая площадь, оформление пространства в офисном стиле

2. Производственный коворкинг. Производственное помещение, имеющее необходимое оборудование для производства продукта или группы продуктов.
3. Творческий коворкинг. Место оборудовано для реализации творческого потенциала посетителей.
4. Ремесленный коворкинг. Центры являются полноценными цехами, где за арендную плату можно создать продукт из любого материала
5. Бьюти-коворкинг. Оборудованные рабочие места мастерам бьюти сферы.
6. Детский коворкинг. Представляет собой симбиоз детского сада и ЦДТ.

Как любое явление, коворкинг имеет отличительные черты. Можно выделить основные преимущества пространств, они заключаются в расширении круга деловых знакомств, снижении изоляции от сообщества креативных людей, а также ускорение обновления и приобретение навыков и умений.

На период 2019 года в России насчитывается более 448 пространств, попадающих под определение коворкинга. По мнению аналитиков, такая форма предпринимательства будет развиваться постепенно, появятся центры с проработанной, развитой концепцией и узкой специализацией.

По изученной статистике, коворкинг как форма предпринимательской деятельности укоренился в крупных городах. Данная ситуация объясняется тем, что регионы не обладают сведениями необходимыми для формирования бизнес-проектов коворкинга. Было проведено анкетирование студентов 3-4 курсов экономического факультета СГУ им. Н.Г. Чернышевского с целью выявления фундаментальных знаний о коворкинг-центрах. Исследование показало, что основная часть респондентов -87% никогда не слышали о данном направлении предпринимательской деятельности.

В Саратове, на момент изучения рынка, представлены три коворкинг-центра. Проведенный анализ сегментации рынка коворкинга по конкурентам и обработанные данные отражают степень востребованности каждого из представленных коворкинг-центров. По данным можно сделать вывод, что

преимущественное распространение среди потребителей имеет офисный коворкинг «Рабочая станция», т.к. большинство резидентов привлекает удобное расположение, нестандартная атмосфера заведения и периодически проходящие мастер-классы.

Проведенный анализ прогнозирования увеличения числа коворкингов позволил наглядно представить темпы роста пространств на территории Российской Федерации. Ожидаемый прирост на 544 заведений к завершению 2020 года положительно отразится на населении страны. Учитывая выход общества из условий пандемии, в связи с массовой потерей рабочих мест крупная доля населения начнет осваивать профессии, базирующиеся на удаленной работе в сети интернет, данный фактор будет иметь положительное влияние на укрепление коворкинг-пространств в городах.

Проанализировав рынок услуг г. Саратова было принято решение оформить бизнес-идею по созданию бьюти-коворкинга «KAVANNA». Современная ситуация на рынке услуг парикмахерских и салонов красоты в г. Саратов демонстрирует высокий уровень перенасыщения организациями. Бизнес-идея трансформации салона красоты «KAVANNA» в коворкинг-центр возникла под влиянием как внешних, так и внутренних факторов. Основными причинами ведения убыточной деятельности салона являлись:

1. Отсутствие маркетинговой стратегии
2. Несформированная база постоянных клиентов
3. Нерациональное использование денежных средств
4. Низкий уровень загруженности оборудования
5. Тенизация предоставляемых услуг салона

Сложившееся состояние послужило основанием для прекращения деятельности салона красоты и формирования актуальной бизнес-идеи.

Коворкинг-центр будет сформирован на территории прекратившего деятельность салона красоты. Для закупки материалов имеется сумма собственника в размере 300 000 тысяч рублей. Пространство укомплектовано необходимой мебелью, оборудованием и другими активами. Общая

стоимость проекта оценивается в 300 000 тыс. рублей.

Открытие первого бьюти-коворкинга в Саратове определяет предлагаемый формат услуг как уникальное предложение. Также появляется возможность самостоятельно определять уровень цен на предлагаемую услугу, не ориентируясь на конкурентов данного сегмента.

Коворкинг «KAVANNA» будет осуществлять деятельность в организационно-правовой форме - индивидуальное предпринимательство. В процессе ведения деятельности проекта будет использоваться упрощенная система налогообложения. Выбранная система способствует сокращению величины налоговых выплат, данный фактор положительно отразится на деятельности компании.

Для оценки проекта были рассмотрены пять основных показателей финансового результата деятельности предприятия: прогнозная выручка - 5 123 304 000; уровень рентабельности продаж – 28,3%; ожидаемая прибыль - 1 448 250 320; расходы- 3 675 053 680; сроки окупаемости и реализации проекта - 2 месяц. Расчетные показатели отражают представление о том, что бизнес-идея окупится в кратчайшие сроки и начнет приносить прибыль.

Для расположения бьюти-коворкинга было выбрано место в центре города Саратова, арендованное помещение находится по адресу г. Саратов ул. Московская 134/146, ТК «Архипелаг». Для организации производственного процесса используются 110 кв. м с ежемесячной платой в размере 30 000 рублей. Основная деятельность бизнес - проекта заключается в создании бьюти-коворкинга как доступной в ценовом диапазоне и укомплектованной базы рабочих мест для мастеров бьюти-сферы. Предполагается сдача рабочей зоны в аренду на выбранное время. В бьюти-коворкинге «KAVANNA» услуга предоставляется от 1 часа до 1 месяца, также существует возможность приобретения абонеента для группы лиц от 3-х до 8 человек. Пространство коворкинг-центра в общей сложности состоит из 16 рабочих зон и детской комнаты, такое зонирование позволит каждому

коворкеру исполнять свои обязанности и не иметь близкие контакты с коллегами.

С целью выявления и конкретизации целевой аудитории было проведено сегментирование на группы потребителей. В группу высокого уровня потребления предлагаемой услуги входят:

1. Женщины в возрастном диапазоне от 18-35 лет, обладающие определенными навыками в области косметических услуг. Они испытывают потребность в обеспечении себя укомплектованным помещением с целью осуществления профессиональной деятельности, а также повышения квалификации.

2. К данной категории целевой аудитории относятся субъекты, желающие осуществить прирост клиентской базы и образовать самостоятельный и независимый проект в бьюти-сфере.

В сегмент среднего уровня потребления включены постоянные пользователи коворкинг-услуг, но с меньшей периодичностью.

1. Категория включает девушек от 18 до 23 лет, получающих образование и периодически оказывающих косметические услуги.

Для определения места коворкинга среди организаций бьюти сферы был проведен анализ жизненного цикла продукта с помощью матрицы BCG. На основании чего, коворкинг был отнесен к типу товара «темные лошадки». Услуги на изучаемый период имеют относительно низкую долю рынка, но демонстрируют активный рост. В условиях грамотного инвестирования и корректно выстроенной работы, есть большая вероятность перехода в категорию «звезды».

На мероприятия по продвижению бьюти-коворкинга планируется выделять сумму в размере 10% от выручки в период первых 2 месяцев жизнедеятельности компании, 5% от выручки в течение 4 последующих месяцев, во втором полугодии 4% от выручки компании. В условиях успешной динамики бьюти-коворкинга планируется варьировать затраты на рекламные акции в диапазоне от 4%-2%. Для воздействия на целевую

аудиторию был сделан упор на ATL-каналы продвижения продукта. Предпочтение отдается интернет - ресурсам по причине того, что увеличивается охват целевой аудитории, относительно низкая стоимость, широкий выбор вариантов рекламы, упрощенная система корректировки рекламных постов и высокая оперативность запуска рекламы.

В качестве организационной структуры была выбрана линейная форма. Преимуществами линейного типа можно выделить:

1. Быстрая реакция
2. Четкая система взаимосвязей
3. Простота построения структуры
4. Ясность деятельности структурных единиц

После определения структуры было сформировано штатное расписание персонала с учетом системы отплаты трудовой деятельности и количества сотрудников на имеющиеся вакансии. Персонал компании состоит из 1 руководителя – директора (заработная плата варьируется), исполняющего также обязанности финансового директора (заработная плата варьируется), двух администраторов (заработная плата - 16000) и двух сотрудников технического персонала(заработная плата- 10000).

Деятельность бьюти-коворкинга регулируется правовым обеспечением на основании гражданского кодекса РФ и налогового кодекса РФ. Предпринимательская деятельность неразрывно связана рисками. С целью минимизации рисков, в случае пессимистичного исхода развития бизнеса, был разработан план поддерживающих действий:

1. Провести проверку стратегии и плана, рассмотреть новые сегменты рынка.
2. Сфокусировать ресурсы на наиболее рентабельных направлениях.
3. Увеличить объемы розничной продажи косметических товаров.
4. Проводить более гибкую ценовую политику.
5. Предпринять меры к снижению себестоимости услуги.

В процессе написания бизнес-плана был составлен финансовый план предприятия. Основные экономические показатели, рассмотренные в

разделе, отражают значимость реализации проекта. На основании полученных расчетов были сформированы и продемонстрированы планируемые результаты деятельности бьюти-коворкинга «KAVANNA» в течение первого года жизни проекта. Бьюти-коворкинг представляет собой помещение общей площадью 110 м. кв., включающее количество рабочих зон – 16; закрытая зона ожидания для детей – 1; режим работы - 9.00-21.00; дополнительное оборудование - микроволновая печь, столовые приборы, куллер. На основании данных был составлен план необходимых закупок (приложение В). Затем были произведены расчеты доходов по направлениям деятельности и составлена детализация доходов. В приложении А приведены данные о доходах, с детализацией по каждому из направлений деятельности коворкинг – центра. Полученные результаты показывают динамичный рост и востребованность предлагаемой услуги. В приложении Б указаны сведения об издержках по месяцам и годовых издержках коворкинг-центра. Из данных, представленных в таблице «Расходы», отражены наиболее высокие затраты в декабре, апреле и июне. Годовые постоянные расходы бьюти-коворкинга составляют 1 333,18 тыс. руб. Они включают в себя затраты на аренду, оплату заработной платы, налоговые и страховые выплаты за сотрудников, оплату услуг связи, закупку товаров для продажи.

Был проведен расчет точки безубыточности для бьюти-коворкинга «KAVANNA» в денежном выражении в первый год жизни организации. При условии, что доходы составляют 5 123,30 тыс. руб., постоянные затраты – 1 333,18 и переменные расходы – 2 341,88 получили значение равное 2 455 670 тыс. рублей, из чего следует вывод, что проектируемый коворкинг-центр достигнет точки безубыточности на втором месяце функционирования. Еще одним значимым показателем, описывающим деятельность предприятия, является рентабельность продаж. Учитывая данные, чистая прибыль за один год составляет 1 448,25 тыс. руб., а выручка за планируемый период – 5 123,30 тыс. руб., рентабельность продаж значится на уровне 28,3%.

Подводя итог жизнедеятельности предприятия, рассмотрим годовые расходы бьюти-коворкинга, которые составили переменные расходы в размере 2 341,88 тыс. руб., постоянные расходы - 1 333,18 тыс. руб., а также налоговые отчисления за 2 полугодия – 307,4 тыс. руб. Предприятие полностью вернуло вложенные средства и регулярно увеличивает свою доходность.

Из полученных данных можно резюмировать, что базируясь на составленных в бизнес-плане стратегий, плане сбыта продукта и проведенных исследованиях бьюти-коворкинг «KAVANNA» имеет высокий уровень перспектив развития. Таким образом, из вышесказанного стоит сделать вывод о том, что открывать бьюти-коворкинг на территории г. Саратова экономически целесообразно.

Заключение. Идея коворкинга является относительно новой формой предпринимательской деятельности. Ежегодно прослеживается тенденция смещения вектора с рабочих мест в пользу досуга на примере коворкинг-центров. Свое распространение центры получили благодаря инициативным предпринимателям, которые выявили положительную динамику спроса в условиях трансформации рабочих мест в места времяпровождения на примере коворкингов.

В современной экономической литературе существуют разнообразные интерпретации понятия «коворкинг». На основании общих дефиниций было сформировано определение коворкинга, которое рассматривается как подход к организации труда людей с разной занятостью в общем пространстве, который сформировался в мире с 2005 года, в России с 2008 года как альтернатива работе в офисе или дома. Главным образом концепция ориентирована на новые команды, категорию самозанятых специалистов, людей работающих удаленно и фрилансеров, осуществляющих рабочую коммуникацию посредством сети интернет. В определенных отраслях концепция коворкинга стимулирует повышение производительности рабочего процесса, профессиональный и личностный рост. Сегодня эта

типология продолжает эволюционировать и приобретает новые формы развития.

Стремительное развитие информационных систем приводит к повышенной мобильности, необходимость использования офиса постепенно исчезает. В результате происходит активное образование сообществ, способных предложить выполнение задач вне офиса. Благодаря обширной классификации коворкинг-центров потребители имеют возможность обозначить приоритеты коворкинга, который по своим составляющим способен удовлетворить потребности потенциальных арендаторов.

Вторая глава работы включает проектирование бизнес-плана бьюти-коворкинга, также был проведен анализ рынка коворкинга в г. Саратове. Анализируя рынок услуг было выявлено, что на территории Саратовской области коворкинг-центры не имеют массового распространения. Коворкинг «KAVANNA» будет являться единственным представителем коворкинг-услуг в бьюти-сфере.

Основополагающими преимуществами проекта являются:

1. возможность планирования рабочего времени самостоятельно и независимо от сторонних лиц;
2. доступная система оплаты.

Основная идея бизнес - проекта заключается в создании места, способного принять изобретательных, амбициозных людей.

В ходе работы была успешно достигнута цель и выполнены поставленные задачи: определено содержание коворкинга как новой формы предпринимательской деятельности; изучены этапы развития коворкинга; рассмотрена классификация центров и опыт формирования коворкинг-центров; исследован рынок коворкинга в Саратове; проанализирован и сформирован образ организационной составляющей коворкинг-центра; произведен расчет экономической эффективности проекта.