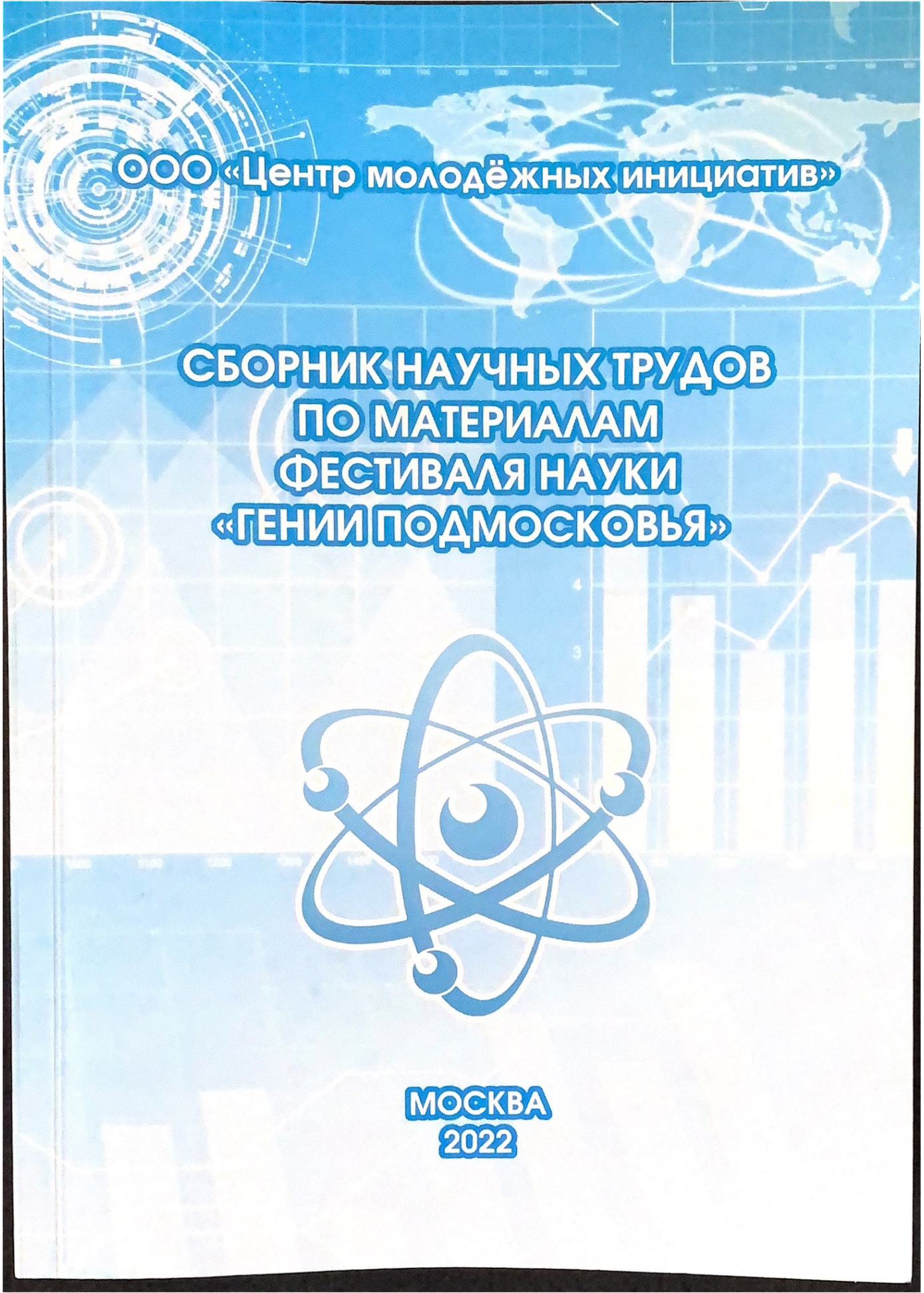
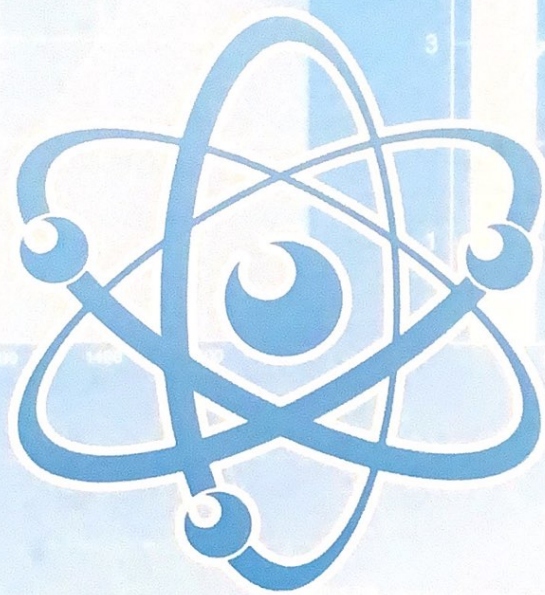




ООО «Центр молодёжных инициатив»

**СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ
ПО МАТЕРИАЛАМ
ФЕСТИВАЛЯ НАУКИ
«ГЕНИИ ПОДМОСКОВЬЯ»**



**МОСКВА
2022**

ООО «Центр молодежных инициатив»

ГЕНИИ ПОДМОСКОВЬЯ

Сборник научных трудов по материалам
фестиваля науки
17 сентября – 20 ноября 2022 г.

**Москва
2022**

**СЕКЦИЯ: «ЕСТЕСТВЕННЫЕ НАУКИ»
«МЛАДШИЕ ШКОЛЬНИКИ»**

Александров Игорь Алексеевич	
Юпитер – загадочный гигант	389
Бытдаева Самира Джашаровна, Саядян Армине Артуровна	
Зеленый проект в современной школе	399

«ШКОЛЬНИКИ»

Богдашкин Николай Евгеньевич, Федукин Михаил Игоревич	
Инверсия магнитного поля земли	406
Воейко Анна Александровна	
Исследование эффективности органических и синтетических удобрений	417
Глушкова Валерия Сергеевна	
Магнетронные возможности вакуумных радиоламп (определение направления научных исследований)	424
Кишнева Кристина Денисовна	
Катки Рёло	432
Лопато Ангелина Прановна, Саморукова Анна Валерьевна	
Комплексная оценка экологического состояния г. о. Лобня	445
Никитина Арина Андреевна	
Лучшее средство для очистки рук	454
Осипова Агния Алексеевна	
Эффективность удобрений и их влияние на рост растений	458
Павлова Елизавета Игоревна	
Астрономия и космонавтика. Что мы знаем о них	462
Петрова Ольга Сергеевна	
Жизненный цикл бабочек	474
Цуркан Анастасия Борисовна	
Призматические и цилиндрические модели материалов-ауксетиков	482
Шевякова Елизавета Сергеевна	
Анализ воды реки Клязьма в городе Королев	488

**СЕКЦИЯ: «СОЦИАЛЬНЫЕ НАУКИ»
«СТУДЕНТЫ»**

Грек Константин Андреевич	
«Зелёные» технологии как элемент концепции умного города	494
Купцов Тимофей Александрович	
ESG: зелёная повестка в российском бизнесе	502
Радунцева Александра Антоновна	
Коворкинг - перспективы гибкого пространства в современном бизнесе	509

КОВОРКИНГ - ПЕРСПЕКТИВЫ ГИБКОГО ПРОСТРАНСТВА В СОВРЕМЕННОМ БИЗНЕСЕ

Радунцева Александра Антоновна

Студент

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова»

Научный руководитель: Джамалдинова Марина Джамалдиновна

кандидат наук, доцент, доцент кафедры Экономики

ГБОУ ВО МО «Технологический университет имени дважды Героя
Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова»

Аннотация: Данная статья посвящена направлению гибкого офисного пространства - коворкингу. Проанализированы и обоснованы актуальность и популярность направления, его востребованность и достоинства. Выявлены сегменты целевой аудитории и формы реализации коворкинг пространств. Проведен анализ развития коворкинга как бизнес-направления в России с 2020 по 2022 год и представлены перспективы развития отрасли в будущем. Описана идея по предпринимательскому проекту «Коворкинг зона» и определены ключевые аспекты по открытию, коммерциализации, рекламной кампании и возможностях расширения бизнеса.

Ключевые слова: коворкинг, гибкое пространство, предпринимательство, бизнес-идея.

Основная часть

У понятия «коворкинг» довольно размытые рамки определения, чаще всего его понимают, как временное или постоянное общее пространство для работы людей с разной занятостью. Коворкингом также можно назвать и форму взаимодействия специалистов из разных областей деятельности. С

английского же слово «coworking» переводится как «сотрудничество» или «работающие совместно».

Коворкинг зародился еще в далекие 70-ые в Соединенных Штатах, это были, так называемые, хакерспейсы — места, где собирались люди со схожими интересами: они общались, занимались общими хобби, обсуждали те или иные темы. Хакерспейсы существовали на членские взносы, и в современных реалиях сущность, хоть и представлена немного в другом формате, но идея почти ничем не отличается.

С каждым десятилетием изменяется форма организации труда, здесь большим толчком послужила пандемия коронавируса. Все больше организаций переводит своих сотрудников на гибкий график работы и на удаленную работу, нанимают для проектов фрилансеров, передают операционные задачи на аутсорсинг, а для сотрудников, живущих далеко от офиса предоставляют удаленные рабочие места в коворкинг центрах. Подобные мероприятия приводят к росту числа фрилансеров и самозанятых, образуя спрос на гибкие рабочие пространства.

Помимо этого, начинающие предприниматели (нередко наемные сотрудники, совмещающие бизнес с основной работой), стартапы, а также малый и средний бизнес, не имеющие личных офисов и переговорных, представляют собой еще одну важную составляющую целевой аудитории коворкинг зон. Не стоит забывать и о других сегментах, например, студентах, обучающихся школ, членов различных секций, которым необходимо рабочее пространство для обсуждения учебного процесса или совместных проектов.

Каждый, из выше перечисленного состава целевой аудитории, ищет комфортное пространство, которое помогло бы его плодотворной работе. Но и работа может быть разной, в зависимости от нее и реализуются разные форматы коворкинг пространств.

В первую очередь это классические открытые пространства - Open Space, где имеются сидячие, стоячие, а в некоторых местах даже лежащие рабочие места с необходимой инфраструктурой: компьютерами, розетками,

канцелярскими принадлежностями, принтером, а также зоной для отдыха и перекуса. Часто в коворкингах имеется не только Open-Space, центры предоставляют и закрытые переговорные, конференц-залы, офисы и кабинеты, которые можно снимать по мере необходимости или же арендовать на более длительный срок (чаще всего это касается офисов и кабинетов).

Еще одним популярным направлением коворкинга является аренда помещений специального назначения, чаще всего реализована в форме небольших кабинетов, которые снимают самозанятые мастера для предоставления своих профессиональных услуг.

Творческие мастерские тоже относятся к зоне гибкого пространства. Это специализированные помещения в которых работают ремесленники для создания продукции, поддержания хобби, проведения мастер-классов, индивидуального или группового обучения и иных форм взаимодействия с клиентами для создания итогового продукта.

Направлением в полной мере похожим на прообраз современного коворкинга являются антикафе, так называемые, коворкинги социальной направленности. В подобных заведениях собирается аудитория схожая по интересам и за символическую плату проводит различные мероприятия, играет или просто общается.

Помимо всех упомянутых ранее преимуществ коворкингов (например, невысокая цена, по сравнению с арендой целого офиса, или же хорошая техническая оснащенность), стоит выделить еще парочку важных. Во-первых, возможность обмена опытом, что повышает продуктивность, помогает в поиске новых идей или интересных подходов к решению задач. Во-вторых, развитие и обучение - часто в коворкингах проводятся мастер-классы и семинары для резидентов. В-третьих, нетворкинг и партнерство - благодаря работе в открытом пространстве и частых знакомств появляются новые связи, что приводит к обмену клиентами, поставщиков, коллаборациям или полезным рекомендациям.

Тенденции рабочих пространств за последние несколько лет претерпели ряд изменений, что связано с экономическими кризисами и последующим ростом стоимости недвижимости, что привело к нецелесообразности индивидуальной аренды офисных помещений, то есть падению спроса на классические бизнес-центры и росту спроса на коворкинг. Настоящая ситуация на рынке связана с новым политико-экономическим кризисом: с российского рынка уходят иностранные компании, а «местные» теряют поставщиков или клиентов, что ведет к вынужденной экономии, и в первую очередь на офисных помещениях.

Таким образом, можно сказать, что по сравнению с 2020 годом, когда рынок коворкингов чувствовал себя неоднозначно из-за снижения экономического благополучия, что отражалось на доходах физических лиц и падения спроса на коворкинг, а также по сравнению с 2021 годом, когда направление гибкого пространства начало расти и наращивать темпы, начиная с 2022 года, даже по не самым оптимистичным прогнозам, рынок коворкингов будет расти. Направление только набирает обороты, распространяется уже не только в самых больших городах России, например, Москве, Санкт-Петербурге, Новосибирске или Екатеринбурге, но и в менее крупных. Рынок коворкинга в России еще не насытился, что обещает, как минимум, 5 лет актуальности данного направления, что означает потенциальную возможность входа в отрасль.

Предпринимательский проект «Коворкинг зона»

Сегодня у современной молодежи, которая является студентами Технологического Университета существует потребность в организации учебного и рабочего пространства. Актуальностью данного проекта является удовлетворение данной потребности, путем открытия коворкинг зоны.

В данной работе описывается идея по предпринимательскому проекту «Коворкинг зона», ее замысел заключается в открытии коворкинг пространства в городе Королев.

Критериями открытия являются близость к ГБОУ ВО МО ТУ, удобство расположения и наличие всей необходимой инфраструктуры, так остановка общественного транспорта, наличие парковочных мест и др. Среди рассмотренных вариантов подходящими оказались: ДК Калинина или капсула в Центральном городском парке. Главной проблемой в случае установки капсулы является разрешение Администрации города.

Целевой аудиторией предпринимательского проекта «Коворкинг зона» могут выступать: студенты ГБОУ ВО МО ТУ, ККМТ, школы, самозанятые, фрилансеры, стартапы, начинающие предприниматели, индивидуальные предприниматели, ООО и АО города Королев.

Ядром целевой аудитории на первоначальном этапе являются студенты ГБОУ ВО МО ТУ и ККМТ. Поэтому уникальность организации подобного рабочего и образовательного пространства с точки зрения влияния на молодежь состоит в следующем:

- экономия времени на поиск коворкинг пространства и дорогу до него;
- наличие удобного помещения для выполнения домашних заданий, начала стартапов, бизнеса и делового общения;
- окружение деловых, успешных, активных и творческих студентов. Активная среда порождает новые знакомства, взаимопомощь, новые проекты и др.;
- окружение потенциальных работодателей или партнеров.

Коммерциализация предпринимательского проекта «Коворкинг зона» заключается в предоставлении определенных услуг. Главными источниками дохода является сдача помещений в краткосрочную аренду (рабочие места в Open-Space, мини-офис как отдельная комната, переговорная или конференц-зал). Дополнительными источниками дохода служат: аренда ноутбука, печать документов, услуги бара. Отдельными уникальными услугами, которые будут предоставляться в коворкинг зоне является распространение рекламы в зоне коворкинга и в социальных сетях организации.

Зона в Open-Space должна быть оснащена столами со стульями с локальным освещением и розетками для подзарядки ноутбуков, телефонов и других устройств (на одного человека, на двоих, на большую компанию); диванами, креслами, пуфиками, а также стоячими рабочими местами.

В переговорных и конференц-залах должно быть организовано необходимое число посадочных мест, общий стол, ТВ-плазма или проектор, а также флипчарт с маркерами.

Также необходимо организовать зону ресепшн (рабочее место администратора коворкинг станции), зону с рекламой от партнеров, зону с услугами бара (напитки и вендинговый аппарат со снеками) и пространство для коллабораций с партнерами (например, партнерство с городской и другими библиотеками, предоставляющих книги для свободного пользования или возможной организации буккроссинга).

Для организации деятельности и привлечения инвестиций выделены следующие ключевые партнеры и инвесторы: администрация, торгово-промышленная палата, малый бизнес, индивидуальные предприниматели и самозанятые города Королев.

Для реализации проекта выявлены капитальные расходы: регистрация бизнеса и получение разрешения, аренда на первый месяц, ремонт, мебель (столы, стулья, полки, кресла, диваны, пуфики и т.д.), оборудование (кофейный автомат, автоматы для газировки и других напитков, куллер для воды, модем, лампы, розетки, камеры видеонаблюдения, охранная сигнализация и т.д.), оборотные средства и средства на первоначальную рекламу. Такая реклама необходима для продвижения организации и расширения круга потенциальных клиентов и включает в себя:

- физическую наружную рекламу (вывески, баннеры);
- рекламу в социальных сетях (подслушано Королев, ГБОУ ВО МО ТУ, ККМТ; на официальных страницах Университета и Колледжа; в студ. совете Университета; через страницы первых клиентов;
- рекламу в местных СМИ;

- листовки.

В ходе реализации деятельности организации и поддержания ее жизненного цикла предполагаются следующие постоянные расходы: реклама (ведение страниц в социальных сетях и др.), аренда, еда и напитки, фонд заработной платы (уборщика, администраторов, охранников) и отчисления на социальное обеспечение, освещение, интернет, амортизационные отчисления.

Как уже упоминалось выше, рабочий персонал организации будет представлен следующими лицами:

- администратор (поддержание порядка, чистоты и исправности оборудования, контроль за расходными материалами, информирование клиентов, встреча клиентов, ведение аккаунтов в социальных сетях и т.д.);
- уборщик (уборка помещения 3 раза в день - утром, днем и вечером);
- охранник (недопущение хищений и сохранность имущества)
- директор/владелец (ведение бухгалтерского учета, закупка расходных материалов, оплата счетов, работа с партнерами, принятие решений и т.д.).

Организационная структура простая линейно-функциональная и имеет 2 уровня подчиненности. На первом уровне располагается директор/владелец, а на втором - охранники, администраторы и уборщик.

Основными выявленными рисками предпринимательского проекта «Коворкинг зона» являются:

- крупные инвестиции на начальном этапе;
- порча и кража имущества;
- новизна ниши (место не будет пользоваться популярностью, не будут найдены инвесторы и партнеры) и др.

В качестве перспективной возможности расширения проекта «Коворкинг зона» планируется создание эко-пространства (бизнес-клуба) для предпринимателей, юридических лиц и творческих личностей города

Королев (затем Московской области) на основе коворкинга (приложения или сайта). Данное направление деятельности будет реализовано в следующих форматах:

- общение (онлайн и офлайн);
- обмен идеями, проведение мастер-классов;
- ведение совместной деятельности или коллабораций;
- поиск инвестиций, PR-поддержки и многое другое.

Резюме

В основной части данной статьи проанализирована и обоснована актуальность и популярность коворкинга как бизнес направления, выделены достоинства коворкинга со стороны целевой аудитории, обоснована новизна потребительского спроса на коворкинг пространства.

В части описания предпринимательского проекта «Коворкинг зона» выявлена актуальная проблема студентов города Королев, определена идея и замысел, выявлены сегменты целевой аудитории, обоснована уникальность организации предпринимательского проекта, представлены идеи по коммерциализации, описаны зоны пространства с перечнем всего необходимого оборудования и мебели, выявлены ключевые партнеры и инвесторы проекта, представлены капитальные и постоянные расходы, описана рекламная кампания по продвижению услуг, определен необходимый фонд персонала и назначены основные зоны их ответственности, а также выявлены основные риски и описаны возможности расширения бизнес-идеи.

Список литературы:

1. Будут ли востребованы коворкинги в 2022 году? / РБК - РосБизнесКонсалтинг [Электронный ресурс] URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/13398/> (Дата обращения: 18.11.2022).
2. Варвара Киселева. Что ждёт рынок коворкингов в будущем - исследование / vc.ru - платформа для предпринимателей и высококвалифицированных специалистов [Электронный ресурс] URL:

<https://vc.ru/marketing/245849-cto-zhdet-rynok-kovorkingov-v-budushchem-issledovanie> (Дата обращения: 18.11.2022).

3. Исследование - анализ рынка коворкинг центров в России / ГидМаркет - маркетинговое агентство [Электронный ресурс] URL: <https://gidmark.ru/cat1/marketingovoe-issledovanie-rynka-kovorking-centrov> (Дата обращения: 18.11.2022).

4. Коворкинг / Финансы - проект KP.RU [Электронный ресурс] URL: <https://www.kp.ru/money/biznes/kovorking/> (Дата обращения: 18.11.2022).

5. Российские коворкинги: перспективы 2021 года / РБК - РосБизнесКонсалтинг [Электронный ресурс] URL: <https://marketing.rbc.ru/articles/12473/> (Дата обращения: 18.11.2022).