АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

ИДЕАЛЬНОЕ РАБОЧЕЕ ПРОСТРАНСТВО

Запрос инновационных компаний Москвы на инфраструктуру и сервисы

«Мы любим ходить ногами
и каждый день совершать небольшие открытия»

Декабрь 2020

© ГБУ «Агентство инноваций города Москвы»

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

В данном исследовании мы хотели **определить требования московских IT-компаний, в том числе работающих с технологиями искусственного интеллекта, к рабочему пространству**: где оно должно находиться, как быть организовано и кого они хотят видеть соседями.

Для целей исследования «рабочее пространство» мы понимали расширенно и включали в него не только непосредственно офисы, но и всю прилегающую территорию.

Используемая методология

1 Онлайн-опрос компаний

142 респондента

Основная задача – определить основные потребности на инфраструктуру и сервисы рабочего пространства

Блоки вопросов:

- Текущая ситуация с арендой
- Запрос на инфраструктуру
- Запрос на сервисы
- Требования к составу других арендаторов
- Информация о компании

2 Глубинные интервью

12 глубинных интервью с компаниями (средняя продолжительность около часа)

Основная задача:

- Детализация результатов онлайн-опроса
- Уточнение требований по инфраструктуре / сервисам

Компании отбирались по принципу максимального разнообразия с учетом соответствия профилю участников опроса.

РЕЗЮМЕ (1/2)

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

1 **У компаний есть заинтересованность в новом рабочем пространстве, в т.ч. в формате технологического кластера**

- 55% респондентов планирует арендовать офис в ближайший год, при этом больше половины рассматривает в качестве варианта аренды офис в технологическом / креативном кластере*.

2 **Структура факторов выбора нового пространства**

1. Необходимый минимум	2. Важные характеристики, повлияют на выбор пространства	3. Приятное дополнение, но не повлияет существенно на выбор пространства	4. Неважные характеристики
• Удобное территориальное расположение • Рестораны • Парковка • Дизайн помещений	• Условия для международного сотрудничества • Состав арендаторов • Инструменты пилотирования • Отраслевые мероприятия	• Выставки для горожан • Встречи с инвесторами • Образовательные мероприятия • Услуги по маркетингу и продвижению • Консультации • Гаражи-лаборатории • Акселерация • Фитнес	• Культурно-просветительские мероприятия • Концерты и неформальные вечеринки • Велодорожки • Учет принципов устойчивого развития при проектировании • Возможности для проживания • Детский сад • Ярмарки вакансий

3

- **Значимость факторов**, влияющих на выбор нового рабочего пространства, **не зависит** от размера, стадии развития, целей или бизнес-потребностей компании.
- При соблюдении «необходимого минимума», **наличие факторов, попавших в 3 и 4 группы формируют особенный характер места и выделяют его на фоне конкурентов.**

4 Дизайн и организация пространства должны **1) стимулировать творчество, 2) позволять отдохнуть («перезагрузиться») от напряженной и / или монотонной работы, 3) создавать чувство принадлежности к сообществу.**

* Технологический / креативный кластер – это пространство, которое соединяет предпринимателей из технологических / творческих профессий, позволяет им работать, общаться с единомышленниками, находить нужные контакты и развивать их. Примеры существующих кластеров: Сколково, технопарки, бывшие заводские территории таких как Арма, Трехгорная мануфактура и т.п.

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

РЕЗЮМЕ (2/2)

5 Инфраструктура

1. **Транспортная доступность** критически важна**.** Резиденты должны быть уверены, что они и их клиенты / партнеры доберутся до площадки за запланированное время, желательно меньше, чем за час и с минимумом пересадок. «Последняя миля» должна составлять не более 10 минут пешком. Станции проката велосипеда и электросамоката могут стать дополнительным конкурентным преимуществом места, а также повысить его транспортную доступность. Автомобильная парковка обязательна.
2. **Рабочее пространство** должно выглядеть современно, легко трансформироваться, давать возможность сосредоточиться на работе, но не изолировать от других. **Несколько отдельных кабинетов для руководства + open space для основной команды** – это идеальная комбинация для большинства респондентов. В пространстве должны быть доступны помещения под разные функциональные задачи, которые возникают перед командой. Часть таких помещений (переговорки, зоны отдыха) компании готовы делить с другими арендаторами.
3. **Зеленые зоны и объекты общественного питания** являются «необходимым минимумом». Важно разнообразие форматов, например, столовые и рестораны, т.к. это позволяет «переключаться» и поддерживать творческий настрой.
4. **Спортивные и арт-объекты, зоны для работы на свежем воздухе** дают возможность поддерживать форму и наслаждаться искусством и выделяет пространство в глазах потенциальных резидентов, делая его более привлекательным.
5. **Гаражи-лаборатории со специальным оборудованием** важны в первую очередь для «хардверных» компаний, но также интересны и тем, кто разрабатывает софт и сервисы, как возможность 1) побрейнстормить в необычной обстановке, 2) переключиться и вдохновиться, 3) расширить нетворк.
6. **Выставочная зона.** Экспозиция должна отражать технологический «дух» пространства за счет современного оборудования и подбора экспонатов, становиться точкой притяжения профессионального сообщества, а также популяризировать технологическое предпринимательство среди горожан.

6 Сервисы

В целом, **менее значимы для компаний, чем инфраструктура.** Многие сервисы могут быть реализованы в формате цифровой платформы.

Наиболее значимые сервисы:

1. **Отраслевые мероприятия –** это возможность для профессионального роста и нетворкинга. Однако большую роль играет выбор тем и качество экспертов.
2. **Стимулирование международного сотрудничества.** Может быть реализовано через 1) физическое присутствие представителей международных программ, 2) консультации на льготной основе, 3) продуманное платформенное решение.

7 Состав арендаторов

1. Предпочтительно хотят видеть среди арендаторов технологические компании любой отраслевой направленности, офисы крупных компаний, венчурных инвесторов.
2. Подходящий состав арендаторов – это возможность расширить нетворк и создать совместные проекты.

ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

142 респондента

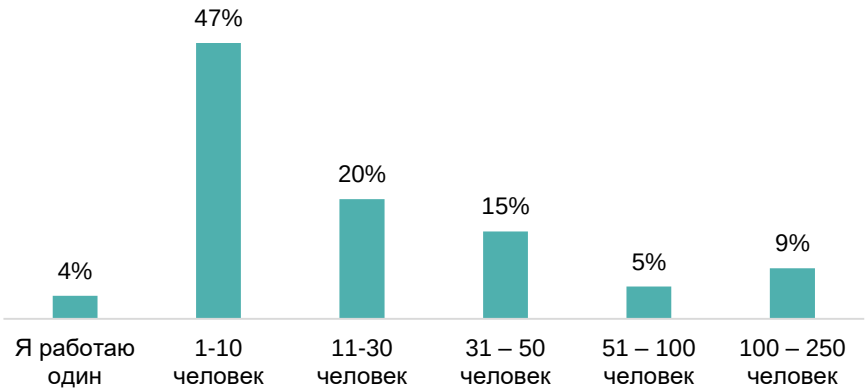
4 года средний возраст компании

88% предлагают B2B-решения

73% работают преимущественно на московском или российском рынке

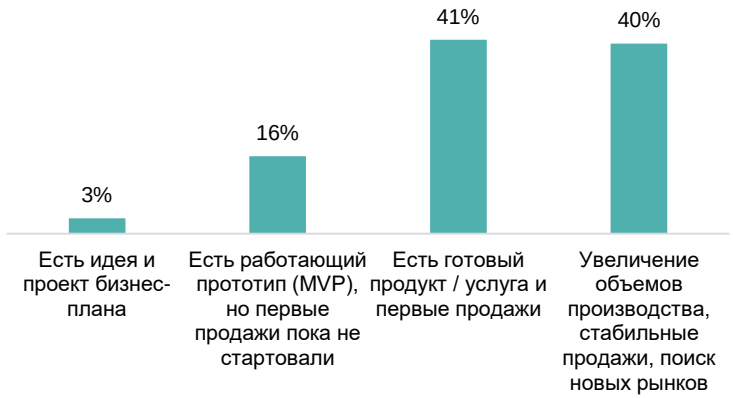
Размер компании

% от общего числа опрошенных респондентов



Стадия развития

% от общего числа опрошенных респондентов



Топ-3 технологии

74% ИИ и большие данные

54% Облачные технологии

17% Интернет вещей

Топ-3 отрасли

15% Решения для бизнеса

13% Медицина и здравоохранение

12% Кросс-отраслевые продукты

ЦЕЛИ И ПОТРЕБНОСТИ КОМПАНИЙ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Большинство опрошенных компаний планирует расширять продажи на текущих рынках, половина – выходить на международный рынок. Наиболее востребованный ресурс – сеть полезных знакомств и контактов.

Каких целей вы хотите достичь в ближайший год?

% от общего числа ответивших, не равно 100%, т.к. вопрос предполагал несколько вариантов ответа

Что вам поможет достичь поставленных целей?

Оценка по шкале от 1 (совершенно не нужно) до 10 (абсолютно нужно). Приводятся средние значения

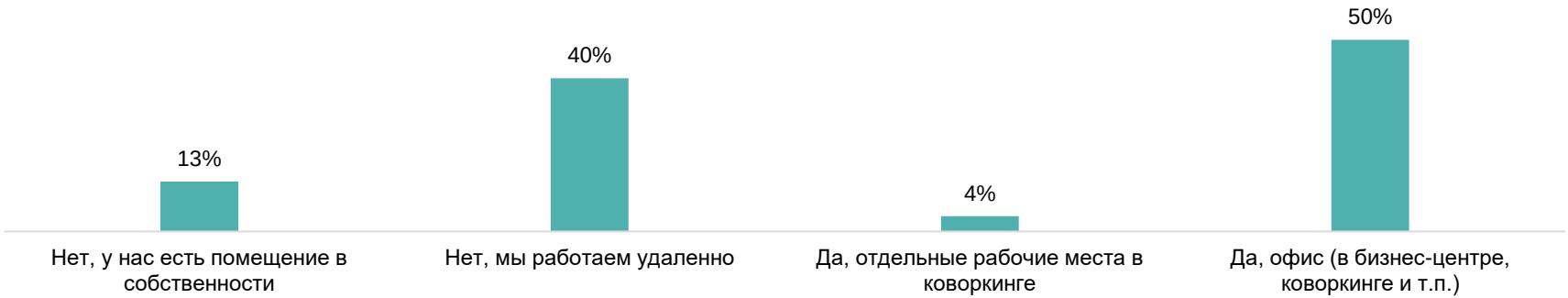
- **7,2** Расширить нетворк и сеть полезных знакомств
- **6,7** Проанализировать рынок / протестировать продуктовые гипотезы
- **6,6** Провести пилотное тестирование продукта
- **6,4**
  - Разработать маркетинговую стратегию
  - Найти новых членов команды
- **6,0** Обучить команду
- **5,8** Получить доступ к данным

ТЕКУЩАЯ СИТУАЦИЯ С АРЕНДОЙ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

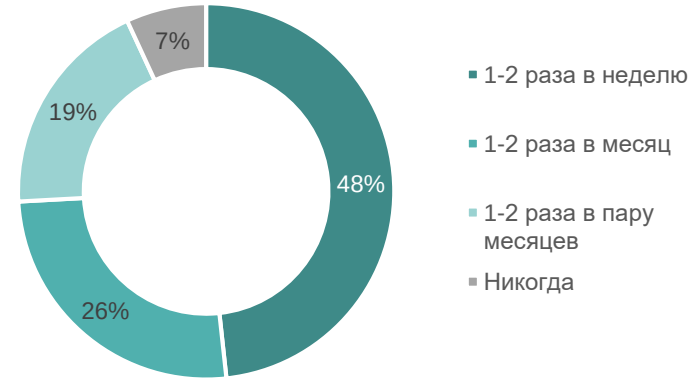
Арендуете ли вы сейчас офис?

% от общего количества опрошенных респондентов, не равно 100%, т.к. вопрос предполагал несколько вариантов ответа



Как часто вам нужно пространство для офлайн-встреч с командой?

% от общего количества опрошенных респондентов, работающих удаленно



7 / 10 средняя оценка удовлетворенности текущим офисом

Плюсы

- Близко от места проживания / метро
- Много переговорок
- Льготы для стартапов / Арендные каникулы на период пандемии
- Атмосфера / возможность создать собственную атмосферу и «микроклимат»

Минусы

- Далеко от метро (15 мин пешком)
- Коридорная система
- Маленький / не представительный
- Медленный интернет
- Нет переговорной зоны
- Слишком большой open space
- «Соседи непонятно чем занимаются»

52% готовы платить больше за аренду, в зависимости от предложенных услуг

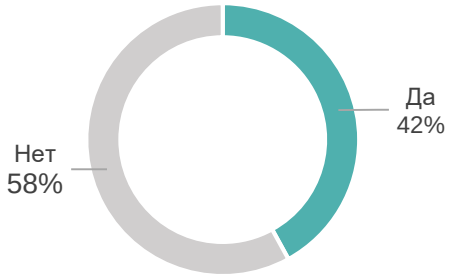
ОПЫТ АРЕНДЫ В КЛАСТЕРАХ И ПЛАНЫ ПО АРЕНДЕ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

65% респондентов планирует арендовать офис в ближайший год, при этом больше половины рассматривает в качестве варианта аренды офис в технологическом / креативном кластере.

Арендовали ли вы когда-либо рабочее пространство в технологических и креативных кластерах?

(например, в Сколково, технопарках, бывших заводских территориях таких как Арма, Трехгорная мануфактура и т.п.)
% от общего числа опрошенных респондентов



6.3 / 10 средняя оценка удовлетворенности этим опытом

Плюсы

- Красивый дизайн
- Возможность быстро арендовать доп. рабочие места
- Транспортная доступность
- «Кластерность»: похожие компании
- Атмосфера

Минусы

- Далеко от метро / на отшибе цивилизации
- Сложно согласовать изменения пространства
- Нет технологической инфраструктуры
- Дорого / нет скидок для стартапов
- Шумно
- Нет зернового кофе

Планируете ли вы арендовать новый офис в ближайший год?

42% Да, но пока не начинали активный поиск

13% Да, и сейчас активно ищем варианты

43% Нет, мы не планируем менять рабочее место в ближайший год

Рассматриваемые варианты аренды

63% Офис в технологическом / креативном кластере

30% Отдельные рабочие места в коворкинге

24% Офис в бизнес-центре

ФАКТОРЫ ВЫБОРА. ОБЩАЯ СТРУКТУРА

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Все факторы, влияющие на выбор рабочего пространства, можно разделить на 4 группы по уровню значимости.

Значимость отдельных факторов выбора рабочего пространства

% от общего числа опрошенных респондентов

		Неважные характеристики	Приятное дополнение	Важные характеристики	Необходимый минимум
Необходимый минимум	Расположение	1%	8%	49%	42%
	Рестораны	7%	26%	36%	32%
	Парковка	9%	31%	31%	30%
	Дизайн	8%	35%	36%	21%
Важные характеристики, повлияют на выбор пространства	Международное сотрудничество	9%	38%	40%	13%
	Состав арендаторов	14%	37%	36%	13%
	Инструменты пилотирования	18%	34%	35%	13%
	Отраслевые мероприятия	14%	41%	35%	10%
Приятное дополнение, но не повлияет существенно на выбор пространства	Выставка для горожан	19%	42%	28%	11%
	Инвесторы	16%	46%	24%	13%
	Образование / Тренинги	20%	45%	27%	8%
	Маркетинг / продвижение	33%	34%	23%	10%
	Консультации	27%	41%	22%	10%
	Гаражи-лаборатории	22%	46%	21%	10%
	Акселерация	24%	48%	20%	7%
	Фитнес	27%	47%	22%	4%
Абсолютно неважные харктеристики для выбора пространства	Культпросвет мероприятия	17%	59%	16%	7%
	Концерты, неформальные вечеринки	24%	54%	15%	6%
	Велодорожки	37%	45%	14%	4%
	Учет принципов устойчивого развития при проектировании	36%	47%	12%	5%
	Коливинги / проживание	51%	34%	11%	4%
	Детсад	53%	36%	6%	5%
	Ярмарки вакансий	41%	50%	6%	3%

ВАЖНО:

Нет различий по уровню значимости факторов для компаний разных размеров, стадий развития или с разными целями / бизнес-потребностями.

ФАКТОРЫ ВЫБОРА. НЕОБХОДИМОСТЬ VS ЦЕННОСТЬ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

При соблюдении «необходимого минимума», наличие у пространства инфраструктуры и сервисов, попавших в третью и четвертую группы, формируют особенный характер места и выделяют его на фоне конкурентов.

Ряд характеристик рабочего пространства, которые по результатам опроса попали в категорию **«приятный бонус»** или даже **«абсолютно неважные»,** в личных интервью назывались респондентами **как составляющие идеального пространства и пространства мечты**.

- Присутствие представителей инвестфондов
- Гаражи и лаборатории с оборудованием
- Разнообразные неформальные мероприятия
- Фитнес / велодорожки
- Возможности проживания

По мнению одного из опрошенных, красивое и грамотно организованное рабочее пространство **дает компании преимущество в борьбе за талантливых сотрудников, а также позволяет развивать имеющуюся команду.**

> *Ну вы сами понимаете, что спрос на айтишников сейчас такой, что они могут выбирать еще и с точки зрения места, где им придется работать. В этом смысле классный офис – это еще один аргумент в твою пользу, как работодателя… Ну и мы планируем, продумываем дизайн опыта наших сотрудников…*

> *В идеале, конечно, когда **есть синергия**, когда есть в одном месте стартап, **и в этом же месте есть, например, представители инвесторов, инновационных кластеров корпораций**, с которыми тоже можно встретиться, переговорить. Они рядышком, близко.*

> *Классно, если было бы некое пространство, где разные-разные станки, 3D-принтеры, 3D-сканеры, всякие металлообработки, трубы, что угодно, деревообработки, чтобы **можно было прийти, что-то физически руками поделать.** Чтобы там были материалы для этого и все необходимые инструменты.*

> *Было бы прикольно, если можно было бы **взять и остаться переночевать там, если я задержался**, например, в какой-нибудь гостинице или пространстве, где можно жить, спать.*

ТРЕБОВАНИЯ К ИНФРАСТРУКТУРЕ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Основные инфраструктурные требования – это удобное расположение с точки зрения транспортной / пешей доступности, удобная и гибкая внутренняя организация пространства, а также наличие парковки и ресторанов.

		% респондентов, для которых важно наличие данной инфраструктуры*
Необходимый минимум	**Удобное территориальное расположение**	**91%**
	Рестораны, кафе	**67%**
	Парковка	**60%**
	Дизайн пространства	**57%**
Важные характеристики, повлияют на выбор пространства	-	
Приятное дополнение, но не повлияет существенно на выбор пространства	Выставочная зона для демонстрации продуктов горожанам	39%
	Гаражи-лаборатории	32%
	Наличие спортивного зала / фитнеса	27%
Неважные характеристики	Велодорожки	18%
	Учет принципов устойчивого развития при проектировании, внедрение «умных систем»	17%
	Отели / Коливинги / Квартиры	15%
	Детсад	11%

Другие требования к инфраструктуре

Из ответов на открытый вопрос анкеты

- Доступ 24/7
- Малоэтажные постройки на территории
- Душ
- Зарядки для электрокаров
- Капсулы для сна / слип-боксы
- Точки для доставки (СДЭК, Pickpoint)
- Медицинский кабинет / психолог

* Сумма ответов «необходимый минимум» и «важная характеристика, повлияет на выбор пространства»

ТРАНСПОРТНАЯ ДОСТУПНОСТЬ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Для респондентов критически важной оказалась возможность добираться до площадки не больше часа, при этом они открыты к различным видам транспорта.

для **91%** опрошенных **местоположение** пространства является необходимым минимумом при выборе

для **78%** из них наиболее важная характеристика местоположения – это **транспортная доступность**

Наиболее важные характеристики местоположения

% от общего количества опрошенных респондентов, для которых данная характеристика важна; не равно 100%, т.к. вопрос предполагал несколько вариантов ответа

Требования к транспортной доступности

Время в пути: респонденты готовы тратить не более 1 часа на дорогу, однако главное для них – **предсказуемость и минимум пересадок.**

Другими словами, они должны быть уверены, что доберутся до пространства за запланированное время.

Последняя миля: время от остановки последнего вида транспорта до двери офиса не должно превышать 10 минут пешком.

Парковка: обязательна. Должна быть бесплатной для резидентов и их гостей.

Открытость входной группы

Важной оказалась возможность попасть на территорию пространства без сложной пропускной системы и «невидимость» охраны.

Охрана нужна – это понятно, но желательно, чтобы эти люди не выделялись. У нас XXI век все таки. А это ощущение, что за нами следят напрягает и мешает творческого процессу.

Во всех бизнес-центрах одна проблема – это турникеты, паспорт нужно показывать, потом еще 20 этажей на лифте ехать. Какой-то кошмар на улице Вязов.

ВЕЛОСИПЕДНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Станции проката велосипеда и электросамоката могут стать дополнительным конкурентным преимуществом пространства, а также повысить его транспортную доступность.

Велосипедная инфраструктура

- Респонденты поделились тем, что многие их сотрудники используют велосипеды и электросамокаты, в том числе систем городского проката, для поездок «от двери до двери».
- По мнению респондентов, длительные зимы не являются препятствием для использования этого вида транспорта.

Сценарии использования	Что необходимо для эффективной реализации
1. Как транспорт «последней мили»	Развитие велодорожек от близлежащих станций общественного транспорта.
2. Как способ переключиться / отдохнуть в течение рабочего дня	Развитие системы велодорожек на территории пространства и до близлежащих значимых объектов (при наличии), например, парка, торгового центра, почты и т.п.

> *Мне бы еще хотелось, чтобы там были парковки для каршеринговых велосипедов, чтобы в любой момент, если кому-то надо, можно было схватить велосипед или самокат, и на нём ехать куда-нибудь.*

> *Если б [пространство] было бы рядом с домом, то [я ездил бы на велосипеде] от двери до двери. Ну, иначе было бы просто удобно. Там не знаю, покатался днём или вышел из офиса, покатался, вернулся.*

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОСТРАНСТВА

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Дизайн и организация пространства должны 1) стимулировать творчество, 2) позволять отдохнуть («перезагрузиться») от напряженной и / или монотонной работы, 3) создавать чувство принадлежности к сообществу.

Работа над стартапом подразумевает высокую степень загрузки, постоянный стресс и зачастую монотонность. Все респонденты подчеркивали, что **физическое пространство помогает справляться с этими особенностями образа жизни технологического предпринимателя, если:**

- **оно разнообразно,** т.е. представлены разные форматы объектов одного типа, например, столовые и рестораны, уличные тренажеры и фитнес-залы
- **все его объекты рассредоточены, что стимулирует людей больше двигаться и получать новые впечатления**
- **оно интерактивно,** например, можно взаимодействовать с арт-объектами
- **резиденты могут предлагать и осуществлять изменения,** т.е. чувствовать себя вовлеченными в жизнь пространства, а не оставаться гостями

> *Налево пошел – в одно место попал, направо пошел – в другое… Когда всё в одном месте – это тоже может надоедать, из разряда ресторан или кафе или столовую офиса, куда каждый день люди ходят – это получается уже как какая-то процедура.*

> *Потому что работа иногда очень стрессовая и хочется отойти куда-то в парк. Немножечко подумать о высоком, так скажем, помедитировать.*

> *На территории пространства, где мы раньше арендовали офис, появился бар, его открыли сотрудники, которые приезжают туда на велосипедах. Это был бар для велосипедистов, но ходили туда все. Это было одно из самых популярных и модных заведений на территории.*

> *В Московской области есть многочисленные кластеры в здании какого-нибудь супер-старого завода, в котором просто невыносимо. Там не открываются окна, там супер-убогая столовая. Вся инфраструктура не позволяет тебе быть технологичной IT-компанией.*

При этом некоторые респонденты отметили, что **НЕ хотели бы, чтобы пространство становилось полностью автономным,** предлагающим все необходимое для жизни, т.к. это мешает творчеству.

> *И у нас в стране после работы хочется идти домой или заниматься чем-то вне дома. Я понимаю, что это как корпоративная культура – заниматься спортом в офисе, но мне кажется, что в итоге, когда ты постоянно находишься в одном месте, это скорее приводит к выгоранию. Как, например, в Moscow-city: у тебя и спортзал здесь, и все бизнес-встречи здесь. Можно в принципе вообще никуда не уходить. Мне кажется это достаточно истощающе действует на нервную систему.*

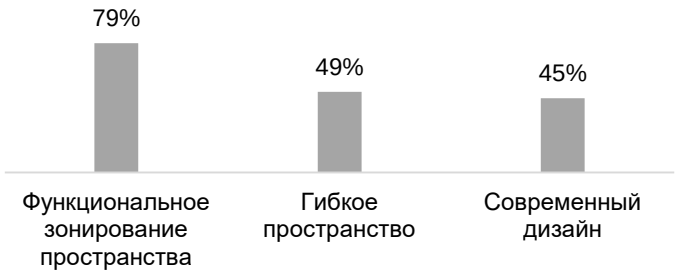
ДИЗАЙН РАБОЧЕГО ПРОСТРАНСТВА

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Рабочее пространство должно выглядеть современно, легко трансформироваться, давать возможность сосредоточиться на работе, но не изолировать от других.

Что именно является важным с точки зрения дизайна и организации пространства?

% от тех, кому важен дизайн пространства, не равно 100%, т.к. вопрос предполагал несколько вариантов ответа



Современный дизайн: свет и много воздуха

- Все без исключения респонденты отметили, что они хотят видеть **светлое помещение с панорамными окнами и хорошей вентиляцией.**
- Дизайн должен создавать **ощущение простора**, например, за счет широких коридоров.
- **Важно учитывать эстетические интересы разных аудиторий**.
- Респонденты хотели бы **иметь возможность вносить небольшие индивидуальные изменения в дизайн** помещений, например, привозить свою мебель или вешать постеры на стену, но не хотят тратить ни время, ни ресурсы на ремонт.

> *Было бы интересно увидеть эклектичный дизайн, который сочетал бы, например, классический стиль и что-то более технологичное.*

> *Большие, светлые, широкие помещения, в которых есть возможность, если команде нужно, оставлять open space или, например, поставить восемь перегородок и сделать всем отдельное помещение. Многие технологические строительные решения позволяют это делать, а не строить заранее то, под что потенциально нужно подстраиваться.*

> *Нам гораздо проще получить уже готовое помещение. Было бы круто там что-то свое добавить, любимое кресло принести, но ни одной IT-компании не охота заниматься ремонтом. Мы быстрые, у нас быстро все меняется. Я бы вообще на вашем месте запретил делать ремонт в этих помещениях. Представьте, у тебя звонок с партнером, а за стеной кто-то болгаркой работает.*

ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ ЗОНИРОВАНИЕ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

В пространстве должны быть доступны помещения под разные функциональные задачи, которые возникают перед командой. Часть таких помещений компании готовы делить с другими резидентами.

Гибкое зонирование: возможность перестроить под изменяющиеся задачи

- **Несколько отдельных кабинетов для руководства + open space для основной команды –** идеальная комбинация для большинства респондентов.
- При этом **команда должна иметь возможность легко трансформировать помещение в зависимости от типа задач**, над которыми работает: делить его на изолированные кабинеты или наоборот объединять в одно большое помещение.
- Критично важным оказывается **достаточное количество переговорных комнат разного размера** (в том числе небольшие для zoom-переговоров)**,** которые всегда легко забронировать, например через приложение.
- Переговорки, зоны отдыха, конференц-залы компании в целом **готовы делить с остальными резидентами.**
- Стены между кабинетами (своими и других компаний) могут быть из стекла, **чтобы сохранить ощущение света и простора**. Но при этом должна быть возможность их закрыть, например, с помощью жалюзи, стекла, которое меняет затемнение и т.п.

> *Нам важно, чтобы, во-первых, мы могли эти переговорки забронировать на месяц вперед для наших регулярных больших встреч. Второй юзеркейс – это всякие спонтанные встречи с клиентами. Поэтому единственное требование к переговоркам – чтобы они были и их было много.*

> *Для нас краеугольным вопросом является объем переговорок. Это могут быть вообще такие одиночные, два на два, но которые позволяют спокойно проводить созвоны.*

Помещения для Zoom-лекций

Большинство респондентов отметило, что формат удаленной работы сохранится и будет расширяться. Для профессиональной организации лекций и конференций через Zoom могут быть востребованы помещения с профессиональной видеотехникой, микрофонами, которые позволяют имитировать офлайн-опыт как для спикера, так и для участников.

> *Были бы интересны такие Zoom-залы, как Гарвард сделал. Когда выступающий может ходить, видеть всех зрителей, дистанционно управлять презентацией.*

ЗЕЛЕНЫЕ ЗОНЫ И ЕДА

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Зеленые зоны и объекты общественного питания входят в необходимый минимум при выборе новой локации. Разнообразие форматов важно, т.к. позволяет «переключаться» и поддерживать творческий настрой.

Зеленые зоны

- Достаточно небольшого парка с лавочками, чтобы можно было прогуляться и сменить обстановку.
- Востребован «зимний сад» для прогулок в зимнее время и рабочие места на свежем воздухе (столы, розетки, затененность, чтобы не бликовали экраны).
- Парки и скверы могут служить также «связующим звеном» между различными зданиями пространства и стимулировать резидентов чаще выходить на свежий воздух.

> *Парковые зоны, террасы, чтобы зверушки бегали.*

> *Зависит от места… В Сколково даже если нужно пройтись мимо двух зданий – это ужасный ужас … совершенно неудобно ходить.*

Еда

- Необходимы разнообразные форматы: домашняя кухня, кафе, рестораны, кофейни, кофейные автоматы.
- Двое респондентов привели в пример ресторанные дворики формата «Депо», «Гастрофермы» и «Центрального рынка», на которых представлены разнообразные кухни, есть полноценные горячие блюда, при этом обслуживание быстрее, чем в обычном ресторане.
- Рестораны должны подходить для деловых встреч и не быть слишком вычурными.

> *Самое главное, чтобы ресторан был в одной ценовой категории … ну или по отделке, антуражу, или по статусу, чтобы он не выбивался из рабочей атмосферы.*

> [Кофейни важны в первую очередь как возможность «размять» ноги]*: ведь дело не в самом выпивании кофе, дело в процедуре.*

> *Когда мы снимали лофт на Бауманской, то самым популярным местом была «Гастроферма». Там большое количество закусочных и много-много столов. Взял, поел, ушел. При этом огромный выбор нормальной еды. И не нужно сидеть и ждать, когда тебе меню или счет принесут.*

СПОРТ И ИСКУССТВО

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Возможность поддерживать форму и наслаждаться искусством, хотя и не является значимым требованием, выделяет пространство в глазах потенциальных резидентов, делая его более привлекательным.

Спортивные объекты

Востребована достаточно простая, не требующая затратного обслуживания инфраструктура, которая:

1. Позволяет «переключаться» и поддерживать себя в форме:
   - Турники и уличные тренажеры
   - Беговые дорожки
2. Развивает командный дух и стимулирует неформальный нетворкинг:
   - Площадки для командных игр (волейбол, баскетбол)

Отдельный фитнес-зал упомянули только двое респондентов. В любом случае необходим душ.

> *Желательно, чтобы на данной площадке были установлены какие-то тренажеры … Приходится много работать и ходить в зал практически невозможно. Соответственно теряется форма, теряется настрой.*

> *Я не уверен, что всякие беговые дорожки и тренажеры будут пользоваться прям успехом, потому что это больше индивидуальная история, для нерабочего времени. С другой стороны, несколько раз мы приходили к тому, что неплохо было бы баскетбольную площадку найти рядом с офисом. Такой групповой игровой формат хорошо зайдет с точки зрения какого-то нетворкинга с другими компаниями.*

Арт-объекты

Художественные выставки и галереи на территории пространства рассматриваются респондентами как:

- Источник вдохновения и способ саморазвития
- Повод для нетворкинга в неформальной обстановке или с людьми не их профессиональной области
- Способ привлечь дополнительную аудиторию

> *Мне интересны всякие джентрифицированные истории, когда проходят мероприятия, что-то, с чем можно повзаимодействовать, что можно понаблюдать (искусство, граффити порисовать).*

> *У Роснано, кажется, есть свой музей, где несколько раз в месяц проходят выставки картин, приезжает именитый художник и всякий бомонд, там всякие знакомства происходят и для саморазвития это такая фишка.*

ГАРАЖИ, ЛАБОРАТОРИИ И ОБОРУДОВАНИЕ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Наличие специализированного оборудования не вошло в список наиболее значимых характеристик, однако респонденты привели довольно много примеров того, какое оборудование и ПО необходимы им для работы.

Необходимое оборудование

- **Важно:** дистанционный доступ к оборудованию
- Серверное оборудование высокой мощности, предназначенное для работы с big data, например GPU Tesla
- Большие хранилища данных, в том числе те, которые можно использовать для разметки и тренировки моделей
- Оборудование для видеотрансляций, профессиональный свет и звук, фотолаборатории
- Оборудование для прототипирования IoT-устройств (Arduino, Raspberry Pi, сенсоры)
- Рабочая зона для работы с инструментами: паяльная и столярная станция, зона для прототипирования и покраски
- ЧПУ, лазерная и фрезерная резка, токарный станок, вакуумформеры
- Оборудование для литья в силикон

Необходимое ПО*

- CAD софт (для автоматизированного проектирования и черчения)
- Продукты Cisco, Oracle
- VR-инструменты
- ПО для обучения нейросетей
- Усиленная информационная безопасность
- Платформы, позволяющие делиться моделями и скриптами друг с другом (в том числе на коммерческой основе)
- Офисное ПО (например, чаты, системы бронирования переговорных, облачные хранилища)

***** По мнению одного респондента, ПО **должно по возможности быть российским и храниться на российских серверах.**

«Гибко и тихо»

Респонденты отметили, что спрос на оборудование и мастерские непостоянен, поэтому важно сделать эти **пространства гибкими, чтобы они не простаивали:**

- Использовать под склады
- Проводить выставки
- Организовывать кружки и мастер-классы

Также важна **качественная звукоизоляция**

Возможный вариант: расположить мастерские на первом этаже, а рабочие зоны на следующих. Так резиденты будут видеть разработки и вдохновляться, но при этом не отвлекаться на шум.

ВЫСТАВОЧНАЯ ЗОНА

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Экспозиция должна отражать технологический «дух» пространства за счет современного оборудования и подбора экспонатов, становиться точкой притяжения профессионального сообщества, а также популяризировать технологическое предпринимательство среди горожан

Экспоненты

- В первую очередь те, кто занимается разработкой физических продуктов
- Респонденты, чьи компании разрабатывают ПО, были заинтересованы в наличии выставочной зоны, **но пока не знают, как их продукт можно представить.**

> *Если был бы какой-то инструмент, который действительно доносил бы до людей информацию о нас, о нашем продукте на этой выставке, было бы круто. А так вот пока не очень понятно…*

Как должно быть организовано

- Всё – от экспонатов до материалов, из которых сделаны пол и стены в выставочной зоне, – должно быть технологично и красиво
- Необходимо проводить экскурсии и рассказывать истории, вовлекать зрителя во взаимодействие с экспонатами
- Экспозиция должна регулярно обновляться, чтобы сохранялся интерес и зона «не превращалась в торговую точку»
- Выставочное оборудование должно предоставляться бесплатно оператором площадки

Респонденты советуют формировать концепцию выставочного пространства после того, как наберется не менее 50% резидентов.

Потенциальные посетители зоны

- Инвесторы
- Потенциальные клиенты
- «Широкая публика» – те, кто пока ничего не знает о технологиях (школьники, студенты, семьи с детьми)

> *Нам очень интересно. Нам бы хотелось, чтобы это вообще была пилотная площадка, чтобы можно было всё там тестить. Мы занимаемся технологиями в сфере PropTech, то есть связанными с недвижимостью. Мы делаем штуки такие, как: интерактивная навигация, управление разными кранами, можем делать всякие датчики движения температуры, качества воздуха и так далее. То есть нам такая выставочная зона - прямо безграничная площадка для экспериментов.*

ТРЕБОВАНИЯ К СЕРВИСАМ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

В целом сервисы менее значимы для респондентов, чем инфраструктура. Наиболее востребованные сервисы – поддержка в развитии международного сотрудничества, регулярные отраслевые мероприятия как инструмент нетворкинга и сервисы, позволяющие провести пилотирование продукта.

		% респондентов, для которых важно наличие данной инфраструктуры*
Необходимый минимум	-	
Важные характеристики, повлияют на выбор пространства	**Условия для международного сотрудничества**	**53%**
	Инструменты пилотирования	**48%**
	Отраслевые мероприятия	**45%**
Приятное дополнение, но не повлияет существенно на выбор пространства	Встречи с инвесторами	38%
	Образовательные программы / тренинги	35%
	Услуги по построению маркетинговой стратегии и продвижению	34%
	Консультационная поддержка	33%
	Акселерационные программы	28%
Неважные характеристики для выбора пространства	Культурно-просветительские лекции и мастер-классы	23%
	Концерты, неформальные вечеринки	21%
	Ярмарки вакансий	9%

Отдельные сервисы, по мнению респондентов, чрезвычайно востребованы и повлияют на выбор пространства, но **могут быть реализованы в виде цифровой платформы.** К ним относятся

- доступ к инвесторам и менторам
- экспертная поддержка по выходу на международные рынки

> *Я могу точно сказать, организовать постоянное физическое присутствие полного набора экспертов, профессионалов, практически невозможно.* ***Это должно быть 100% платформенное решение, грамотно сделанное приложение*** *с хорошим UX-дизайном, нормальным набором возможностей и естественно с проведением предварительного форсайта на тему того, какие возможности вообще пользователям данных платформ будут необходимы.*

Другие требования к сервисам (из ответов на открытый вопрос)

- Возможность встречаться с представителями департаментов, государственными заказчиками
- Включение услуг по офис-менеджменту в стоимость аренды

* Сумма ответов «необходимый минимум» и «важная характеристика, повлияет на выбор пространства»

ОТРАСЛЕВЫЕ МЕРПОРИЯТИЯ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Мероприятия как возможность для профессионального роста и нетворкинга важны при выборе пространства. Однако большую роль играет набор тем и качество экспертов.

Мероприятия какого формата наиболее интересны?

Из ответов на открытый вопрос анкеты

- Тематические выставки, конференции, митапы: ГИС, картография, здравоохранение, computer vision
- Нетворкинговые мероприятия: business speed dating
- Встречи с клиентами и потенциальными инвесторами
- Питч-сессии и демо-дни

> *Одно дело – неформальное общение, а другое – когда есть отбор, какие-то мероприятия, куда не все попадут.*

> *Все хотят, чтобы был супер-эксперт из отрасли. А в итоге что получается? Площадка зачастую обрастает кучей экспертов, которые вчера аналитики, а завтра рассказывает тебе как бюджет строить.*

Критерии качества проводимых мероприятий

1. **Качество экспертов и тем.** Респонденты хотят видеть в качестве спикеров представителей компаний, инвесторов, способных представить реальные достижения / лидеров рынка в своей области, и контент, который нельзя просто найти в Интернете.
2. **Фасилитированный нетворкинг.** Участие в мероприятии – это возможность завести необходимые знакомства, но зачастую этого трудно достичь.
3. **Предварительный отбор участников.** Респонденты хотят видеть на мероприятиях компании со схожими интересами и задачами.

> *Если я могу посмотреть этот контент на ютюбе в ускорении x2, то мне не нужно никуда ехать в реальной жизни и тратить свое время.*

«Тихо и вместе»

1. **Звукоизоляция** – одно из ключевых требований при проведении мероприятий.
2. **Чувство принадлежности к сообществу:** помещения с лекциями, мастер-классами, зоны отдыха респонденты хотят видеть недалеко от рабочих зон, т.к. это дает возможность чувствовать включенность в проф. Сообщество.

> *Мы можем абсолютно уживаться в коворкинге. Вопрос в том, что с нами не могут уживаться, потому что мы очень шумные ребята и можем просто-напросто мешать остальным. Но нам нравится с народом сидеть, общаться, коммуницировать.*

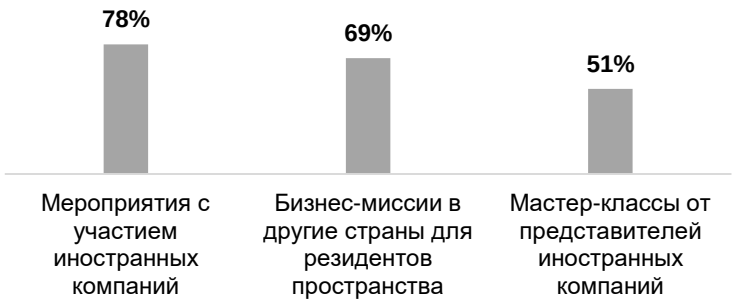
МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Пространство может стать центром развития международного сотрудничество для стартапов благодаря 1) физическому присутствию представителей международных программ, 2) консультациям на льготной основе, 3) продуманному платформенному решению.

Какие аспекты международного сотрудничества наиболее значимы?

% от тех, кому важно международное сотрудничество, не равно 100%, т.к. вопрос предполагал несколько вариантов ответа



Форматы реализации поддержки

1. **Офлайн-центр экспертизы по выходу на международные рынки на территории пространства, в котором бы размещались:**
   - Представители международных акселераторов
   - Представители международных государственных софт-лендинговых программ
   - Представительства крупных международных корпораций
2. **Доступ к юристам, специализирующимся на международном праве:**
   - Консультации по оформлению договоров с международными инвесторами, вендорами, клиентами
3. **Цифровая платформа,** которая работала бы как служба одного окна для подачи документов на международные программы

> *Необходимо развивать связи с окнами единой подачи в Европе. Например, в Европе есть Startup Includer, который занимается конкретно общими подачами заявок в различные программы, то есть объединяет порядка двух тысяч акселераторов и инкубаторов по всей Европе. Естественно, в Канаде это Visa Startup Program, такая основная большая.*

> *В принципе по международке, конечно же, еще необходимо присутствие экспертов – юристов в системе, которые могут оказать содействие в оформлении документов… Стартапы, которые подписывают какие-то договора и соглашения, открывают бизнес за рубежом, часто физически не могут потянуть хорошего специалиста. Им такие компетенции нужно предлагать безвозмездно, ну или по льготным программам.*

СОСТАВ АРЕНДАТОРОВ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Состав арендаторов является важной характеристикой, влияющей на выбор пространства. Респонденты хотят, чтобы рядом находились такие же технологические компании как они, в том числе иностранные, а также были офисы крупных компаний и венчурных инвесторов.

49% опрошенных респондентов выделяют состав арендаторов в качестве значимой характеристики при выборе пространства

> *Меня может заинтересовать контингент людей, которые будут находиться в пространстве. То есть ради людей я готов быть более оседлым, чем я сейчас … Главное, чтобы не было «городских сумасшедших.*

Кого бы вы хотели видеть среди большинства арендаторов с точки зрения …

ОТРАСЛЕВОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ

% от общего количества опрошенных респондентов, для которых важен состав арендаторов; не равно 100%, т.к. вопрос предполагал несколько вариантов ответа

ТИПА ОРГАНИЗАЦИИ

ЗАПРОС НА КОЛЛАБОРАЦИИ

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Респонденты хотели бы, чтобы пространство предоставляло возможности для расширения профессионального нетворка и создания совместных проектов.

Большинство респондентов отметили, что открыты к общению и сотрудничеству, **но в целом в сообществе существует ряд барьеров для эффективного взаимодействия.**

Барьеры	Решения, которые могут преодолеть барьер
1. Дефицит времени и недостаточно «прокаченные» навыки общения	• **Организация пространства: наличие общих зон отдыха, спортивных соревнований и т.д.** • **Наличие неформальных баров на территории** *Естественно должен быть бар, потому что вечером айтишники любят сидеть, и вообще все бизнесы создавались в баре за кружкой пива.*
2. Нет понимания, чем занимаются другие компании	• **Организация мероприятий с фасилитацией нетворкинга** *Самое эффективное – это когда в Московском акселераторе* всех собрали и дали задачу за 1-2 минуты рассказать о том, чем занимается компания. Это подтолкнуло всех к дальнейшему общению. Но этого не происходит, если такой первый пинок не дать… Никто ничего не делает, все боятся друг к другу подходить.* • **Цифровая платформа / приложение, в котором резиденты могли бы общаться друг с другом**
3. Гомогенность сообщества	• **Организация максимально разнообразного состава резидентов** *Как показывает мой опыт, мы можем общаться не только медтех с медтехом и т.д. Все остальные техи, они тоже являются интересными участниками дискуссии. Поэтому совершенно не обязательно ограничиваться кластеризацией.*

* Проект Агентства инноваций Москвы - https://ma.innoagency.ru/

РЕФЕРЕНСЫ (1/2)

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

В разговоре респонденты апеллировали к уже существующим пространствам, приводя их как пример по отдельным темам обсуждения.

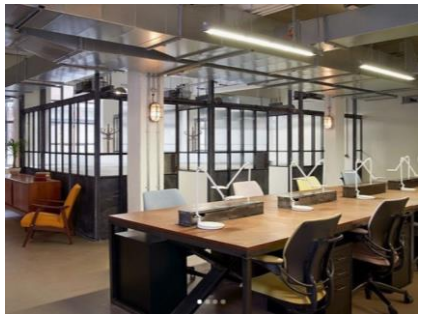
Референс	Описание	Чем привлекает респондента
Station F Париж https://stationf.co/	Технологический хаб, предоставляющий рабочие пространства, возможности для проживания, акселерационные программы при поддержке корпоративных партнеров	• Пространство, в котором есть «Фабрика идей» – мастерская со всем необходимым оборудованием для экспериментов • Расположение офисов корпораций и инвестфондов на территории
Басманный Москва https://praktik.work/	Первый московский коворкинг петербуржской сети «Практик»	• Грамотная организация пространства – много переговорок, офисные пространства компаний отделены друг от друга, при этом есть общие зоны отдыха • Современный дизайн – явно для техн.компаний, но есть изюминка
Сколково Москва https://sk.ru/	Инновационное пространство, предоставляющее услуги и инфраструктуру для развития технологического бизнеса	• Атмосфера и имидж технологического хаба • Выставочные зоны, на которых проводятся экскурсии для всех желающих • Большая зеленая территория*
Ключ Москва https://thekey.space/	Оператор гибких офисных пространств. Предоставляет офисы, коворкинги. Проводит мероприятия	• Сообщество: инвесторы, технологические предприниматели, молодые сотрудники корпораций среднего звена и выше • Закрытый формат мероприятий, благодаря которому сохраняется сообщество • Качественные образовательные мероприятия
Офис Google Сан-Франциско https://careers.google.com/locations/	Головной офис Google	• Разнообразное планирование внутренних помещений
Кампус компании Яндекс на Косыгина Москва https://yandex.ru/blog/company/postoronnim-vkhod-razreshen-kakim-budet-novyy-ofis-yandeksa	Новый кампус, который соединит рабочие и общественные пространства, а также станет образовательным центром для жителей	• Много зеленых зон и возможность работать на улице • Много света за счет сквозной внутренней планировки • Открыт для жителей, есть магазины, аптеки, салоны красоты, бассейны и т.д. • Музей Яндекса • Образовательные проекты для разных возрастов

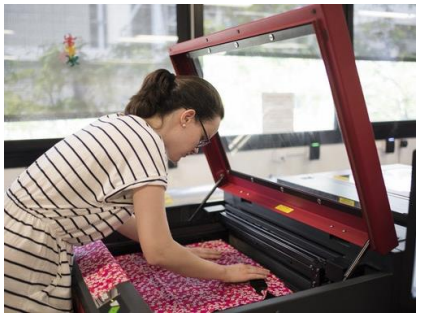
* При этом другой респондент отметил внешнее пространство Сколково как неуютное и не стимулирующее к прогулкам

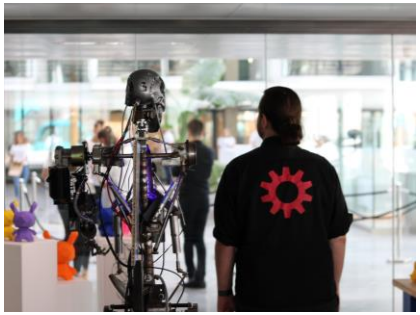
РЕФЕРЕНСЫ (2/2)

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

На слайде представлены аспекты отдельных пространств, которые отметили респонденты.







Источники фотографий: https://thekey.space/, https://www.instagram.com/p/BwHBQALHQPF/, https://www.instagram.com/praktik.work/, https://medium.com/station-f/techshop-station-fs-official-makerspace-is-now-open-for-business-55932e07d9e2, https://www.dreamstime.com/photos-images/google-headquarters.html

АГЕНТСТВО ИННОВАЦИЙ ГОРОДА МОСКВЫ

Все вопросы, связанные с данным исследованием, вы можете направить на research@develop.mos.ru

Все интеллектуальные права на данный результат интеллектуальной деятельности в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации (часть четвертая) принадлежат ГБУ «Агентство инноваций города Москвы» (далее – Агентство) (с). Не допускается без согласия Агентства внесение изменений, сокращений и дополнений, извращение, искажение результата, порочащие деловую репутацию правообладателя, копирование и использование в составе иных результатов интеллектуальной деятельности или самостоятельно, а также тиражирование, воспроизведение, показ без согласия правообладателя, совершение иных неправомерных действий.

Допускает без согласия Агентства и без выплаты вознаграждения, но с обязательным указанием имени правообладателя и источника заимствования совершать действия, предусмотренные статьями 1274-1276, 1278 Гражданского кодекса Российской Федерации.