



Как изменился портрет арендатора в классических, гибридных, сервисных офисах и коворкингах.

Требования к рабочим пространствам сформировавшиеся в последнее время.

multispace

1 | Гибкость и оптимизация расходов

Готовое офисное пространство с отделкой, мебелью и оборудованием. Комфортные и гибкие сроки аренды с возможностью увеличения/уменьшения кол-ва рабочих мест.

3 | Качество, эффективность и технологии

Продуманные планировочные решения в совокупности с технологиями, позволяющие увеличить коэффициент потребления рабочих мест.

Площадь меньше = качество выше

2 | Трансформация и гибридный формат работы

Agile подход в организации размещения сотрудников и соответствующие комфортные условия для гибридной работы в офисном пространстве.

4 | Человекоцентризм

Офис = HR инструмент, комфортные рабочие условия для сотрудников (эргономичная мебель, свободная рассадка, широкий выбор типологий рабочего пространства, правильное освещение, акустический комфорт) = продуктивность сотрудников = показатели компании.

ГИБКИЕ ОФИСНЫЕ ПРОСТРАНСТВА

КОВОРКИНГ

СРЕДНИЙ И МАЛЫЙ БИЗНЕС

- Фрилансеры и индивидуальные предприниматели.
- Стартапы для которых важна гибкость договора и отсутствие инвестиций в ремонт, закупку мебели и оборудования.

КЛАССИЧЕСКИЙ ОФИС

СТАБИЛЬНЫЙ КРУПНЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС

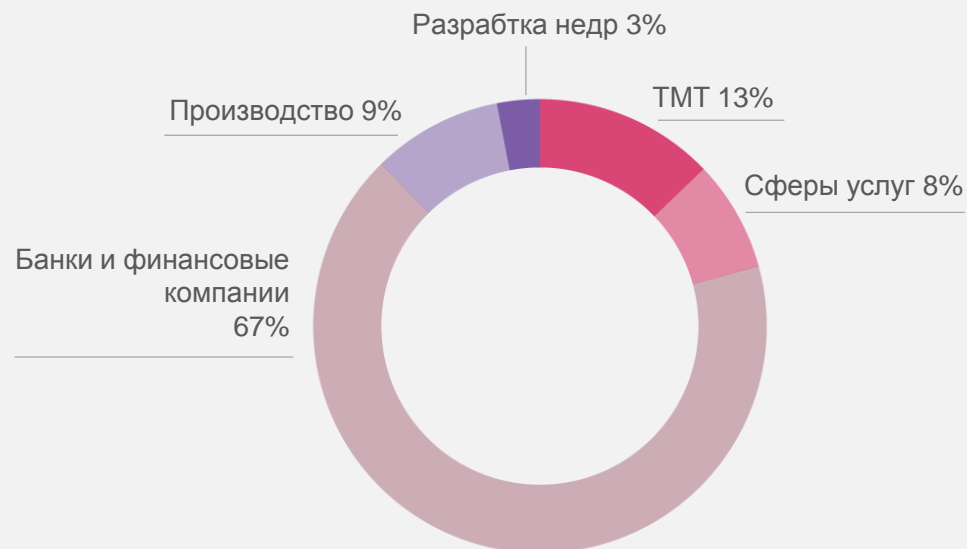
- Компании, которым нужен свой офис, соответствующий корпоративным требованиям — локационным, техническим и имиджевым.

ГИБРИДНЫЙ ОФИС СЕРВИСНЫЙ ОФИС

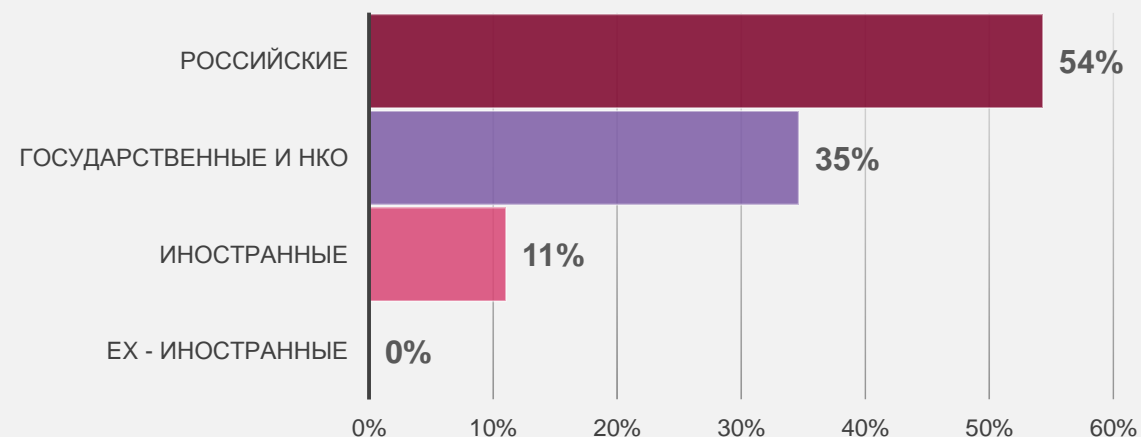
КОРПОРАТИВНЫЙ БИЗНЕС

- Крупные и средние компании.
- Временный или отдельный офис для размещения проектных групп;
- Размещение части сотрудников (back office/front office) в определенном районе города;
- Оперативное увеличение/уменьшение количества рабочих мест без согласования дополнительного CapEx на отделку помещений и покупку мебели
- Привлечение и удержание перспективных и молодых кадров за счет современного офисного пространства - больше применимо к компаниям с государственным участием.
- Временное размещение части сотрудников на период проведения ремонта в основных помещениях
- Небольшие растущие компании, желающие экономить на административных расходах и оперативно изменять количество рабочих мест.
- Ех-международные компании оптимизирующие свои расходы на офис.
- Стартапы для которых важна гибкость договора и отсутствие инвестиций в ремонт, закупку мебели и оборудования.

Структура спроса по сферам деятельности



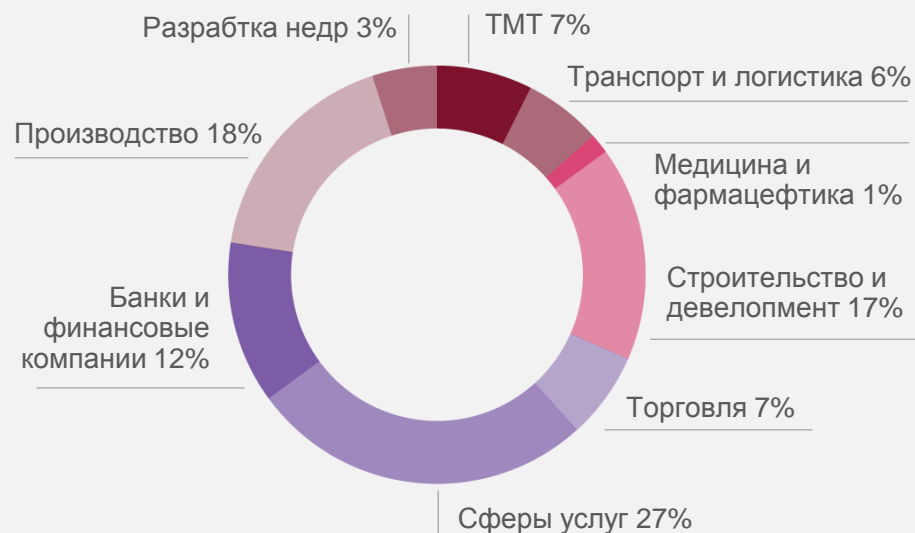
Структура спроса по статусу компании



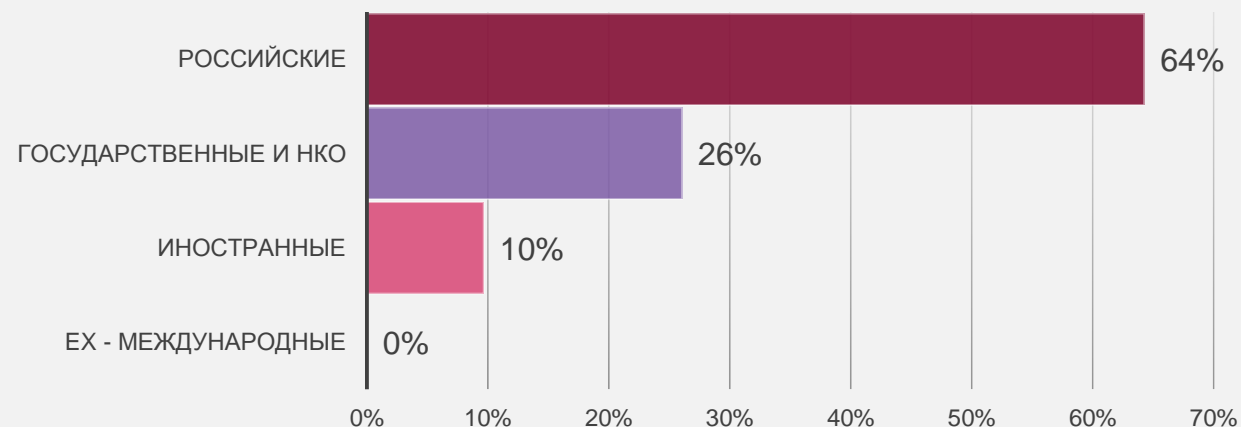
Практически 2/3 спроса сформировали компании **банковской и финансовой сферы**, с долей в **67%**, компании сектора **ТМТ** выступили с долей в **13%**, **сферы услуг и производство** поделили третье место с практически равными долями в **8%** и **9%** соответственно.

При этом, с точки зрения национальной принадлежности практически половина интересантов – российские компании, треть – государственные и НКО, **всего 11% спроса составляют иностранные компании** и отсутствие сделок с ex-иностранными компаниями вообще.

Структура спроса по сферам деятельности



Структура спроса по статусу компании



Лидирующие сферы деятельности:

Сфера услуг **27%**

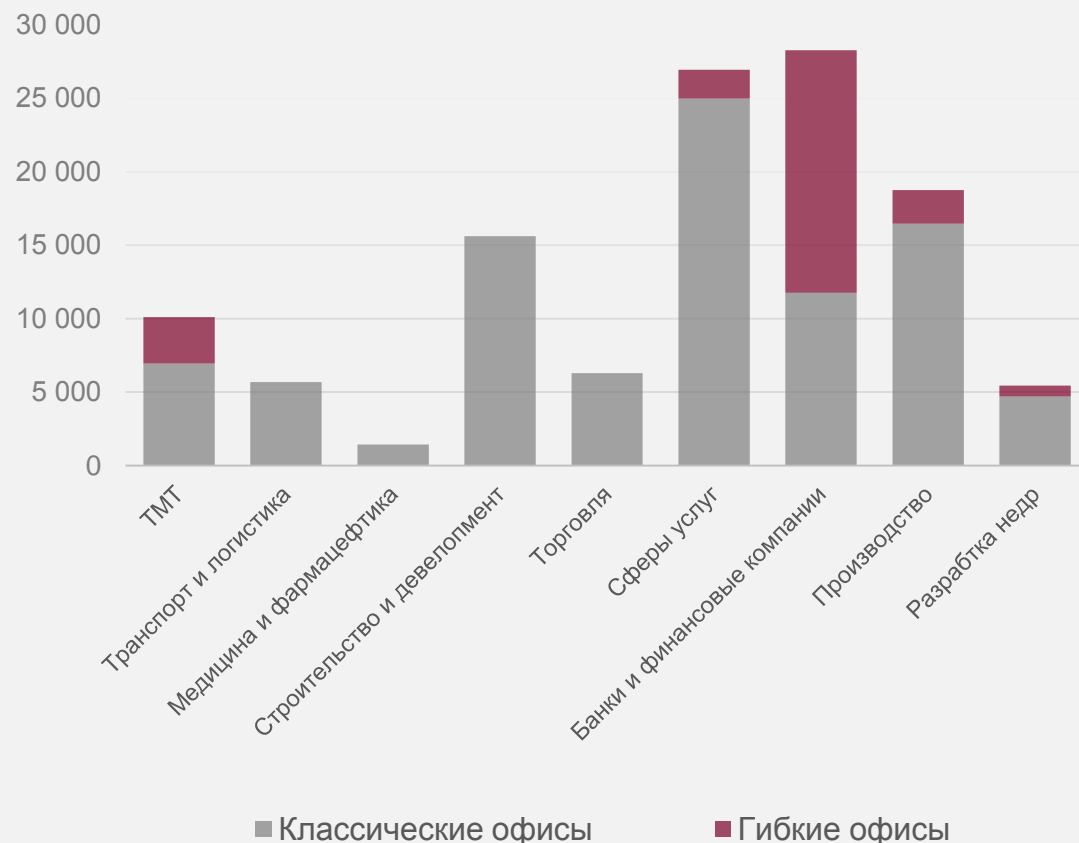
Производство, Строительство и Девелопмент – **18%** и **17%**

Банки и финансовые организации – **12%**

90% объема новых сделок в классической аренде – российские и государственные компании.

Сравнение спроса в классических и гибких офисах

ТЫС. КВ. М



90% объема новых сделок (гибкие и классические офисы) – российские и государственные компании

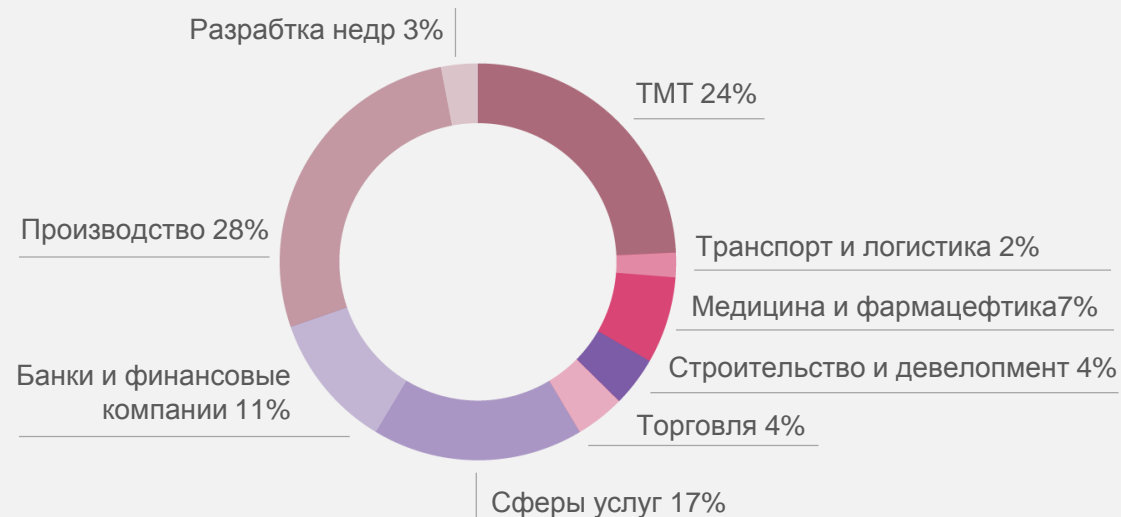
10% объема новых сделок – иностранные компании

0% сделок с ex-иностранными компаниями

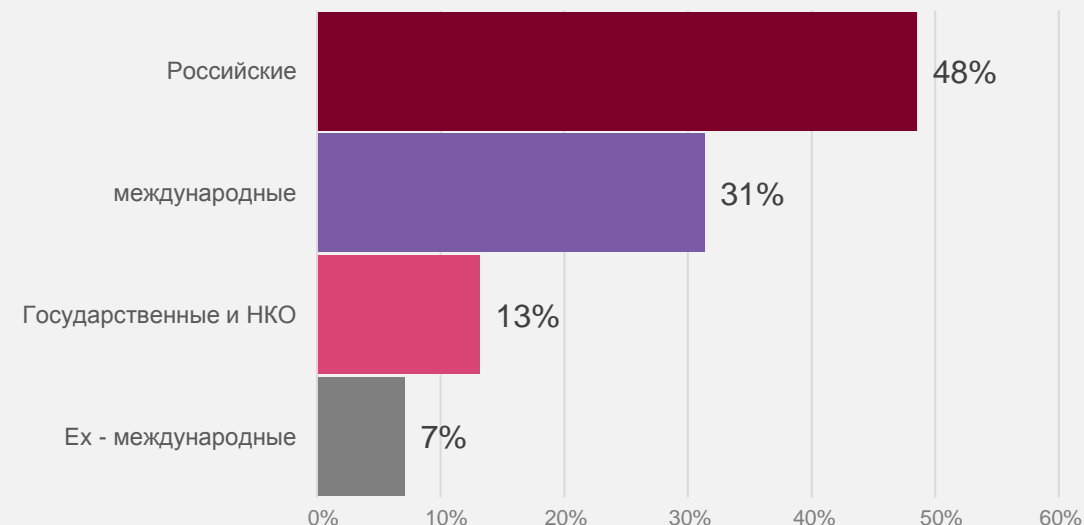
КЛАССИЧЕСКИЙ ОФИС	ГИБКИЙ ОФИС
Сфера услуг – 27%	Банки и финансовые организации – 67%
Производство, Строительство и Девелопмент – 18% и 17%	TMT – 13%
Банки и финансовые организации – 12%	сферы услуг и производство – 8% и 9%

АНАЛИЗ СПРОСА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПЛОЩАДОК MULTISPACE

Структура спроса по сферам деятельности



Структура спроса по статусу компании



*В анализе спроса были учтены 103 компании, которые физически посетили площадки Multispace в 1-3 кв. 2022 года.

**При расчете учитывался спрос в разрезе количества визитов на площадку, а не объема необходимого метража арендуемых помещений/рабочих мест.

Наиболее активными интересантами в аренде сервисного пространства по итогам маркетинга МСП Динамо/Павелецкая 1-3 кв. 2022 года стали компании **Производственной сферы**, с долей в **28%**, компании сектора **ТМТ**, с долей в **24%** и **сферы услуг** с долей в **17%**

При этом, практически половина интересантов – российские компании, треть – международные и 13% спроса составляют компании с государственным участием.

Основной спрос на новые офисные помещения в текущий момент формируют российские компании, доля иностранных стремится к историческим минимумам. В среднесрочной перспективе мы ожидаем увеличения объема сделок с иностранными компаниями из дружественных стран, при этом объемы поглощения площадей со стороны данных компаний не будут сопоставимы с динамикой спроса со стороны европейских и американских компаний.

Дополнительным драйвером спроса станут получившие новый импульс для развития крупные российские корпорации сегмента ТМТ (телеком, медиа, технологии). Увеличение штата этих компаний уже происходит за счет найма целых команд из уходящих корпораций. Также рост этих компаний неизбежен за счет увеличения спроса на их продукты и услуги и запуска новых линеек бизнеса. Очевидно, что процесс развития, как и ухода с рынка, это не моментальное событие, мы будем наблюдать реализацию начавшихся тенденций на среднесрочном горизонте.

Несмотря на рост отдельных российских компаний, преимущественно технологичной отрасли, госсектора и отдельных квазигосударственных организаций, объем новых сделок аренды и купли-продажи под собственное использование за 2022 год будет практически вдвое меньше, чем в 2021 году, на уровне 800–900 тыс. кв. м. Позитивным остается тот факт, что компании возобновляют свою активность после паузы в марте-апреле за счет выработки оперативных стратегий и краткосрочных планов развития.