

ЯНА АРЖАНОВА

КОВОРКИНГИ: ПЕРЕЗАГРУЗКА

Первая волна открытия коворкингов — офисных пространств, где удаленные сотрудники, фрилансеры и малые предприниматели могут арендовать рабочие места — разбилась в России о не востребованность такого формата. На что рассчитывают коворкинги нынешней, второй волны?

После непродолжительной стагнации отечественный бизнес по субаренде рабочих мест вновь набирает обороты. Свежеотремонтированные коворкинг-центры опять открываются по всей стране — не только в мегаполисах, но и в небольших городах, где численность населения неотягивает даже до миллиона.

На российской карте, помимо Москвы и Санкт-Петербурга, коворкинги сегодня можно обнаружить в Екатеринбурге

и в Новосибирске. По данным Deskmag насчитывает во всем мире около 1,8 тыс. подобных заведений. Неплохо для бизнес-формата, который зародился всего лишь семь лет назад.

ЕСТЕСТВЕННЫЙ ОТБОР

Идея использования общих квадратных метров независимыми трудящимися разных профессий пришла в голову программисту Бреду Ньюбергу в 2005 году. Испытывая необходимость в «промежуточном пространстве» между домом и офисом, он арендовал подходящее ему

помещение в 2008-м оказалась успешной далеко не для всех. Хотя, как это ни парадоксально, само время для появления такого рода офисных пространств было весьма удачным — благодаря разгоравшемуся экономическому кризису. Во-первых, многим компаниям, особенно связанным с интеллектуальной и творческой деятельностью, приходилось ужимать бюджеты на аренду помещений. Во-вторых, специалисты гуманитарного толка увольнялись пачками и становились фрилансерами.

Первые коворкинг-центры предложили заинтересованным бюджетные варианты аренды рабочих мест в пространстве опрессованном со всей необходимой офисной техникой. Казалось бы, от клиентов не должно было быть отбоя. Но расчеты предпринимателей с экзотическим для российского рынка предложением оказались неверными. Не каждый фрилансер готов был платить за стул, стол и принтер: многие предпочитали удаленную работу дома, благо современные средства коммуникации это позволяют.

Можно практически по пальцам пересчитать тех пионеров рынка, которые продержались на плаву до сего дня. О провале некоторых проектов можно узнать, открыв российский портал

“ ПЕРВАЯ ПОПЫТКА АДАПТИРОВАТЬ ФОРМАТ КОВОРКИНГА К РОССИЙСКИМ УСЛОВИЯМ В 2008-М ОКАЗАЛАСЬ УСПЕШНОЙ ДАЛЕКО НЕ ДЛЯ ВСЕХ. ХОТЯ, КАК ЭТО НИ ПАРАДОКСАЛЬНО, КРИЗИС БЫЛ ИДЕАЛЬНЫМ ВРЕМЕНЕМ ДЛЯ ЗАПУСКА ПОДОБНЫХ ПРОЕКТОВ ”

(Е-Coworking, «Кавардак»), Кирове («Вход»), Новосибирске (Новосибирский коворкинг-центр), Ростове-на-Дону (Dobrocowork), Нижнем Новгороде («Полигон-КЦ»), Тольятти (Altera). И это далеко не полный список.

Стоит признать, что бизнес-идея коворкинг-центров сейчас в общемировом тренде. Специализированный сетевой жур-

нальное издание Entrepreneur опубликовало исследование, в котором помещение и на условиях субаренды предложил заполнить оставшееся пространство таким же фрилансерам, как и он сам. Бизнес-идея показалась привлекательной после публикации истории американца в New York Times. Многие заразились желанием создать подобные проекты у себя в стране.

Первая попытка адаптировать этот формат к российским усло-

о коворкинге Munga.Ru. Именно здесь создатель первого в России коворкинг-центра в Екатеринбурге Алексей Глазков признался, что его «Башня» «сдохла»: «Просьба не звонить, не писать, не комментировать, не злорадствовать и не огорчаться. Все когда-нибудь проходит. Это жизнь». Большинство проектов и вовсе бесследно растворилось: сайты не загружаются, телефонные номера молчат, а информация не обновляется уже несколько лет.

В Москве сейчас в общей сложности насчитывается около 20 коворкингов. При этом некоторые проекты занимают весьма неоднозначное место на рынке — например, клубный офис Cabinet Lounge, расположившийся в старинном особняке на Лубянке и рассчитанный, по словам одного из его основателей, на «випстеров». Членская карта на право посещения подобного коворкинга, если таковым его можно назвать, обойдется от 900 до 1 500 долларов в месяц. Разумеется, фрилансерам такое предложение не по карману, а топам международных компаний очень даже кстати — для проведения деловых встреч и корпоративных мероприятий за пределами офиса.

Нынешние игроки рынка, анализируя опыт своих предшественников, называют разные причины провала. По словам Павла Овчинникова, управляющего партнера компании TimeOffice (Москва), создатели первых коворкингов просчитались в оценках «логистики». «За достойную зарплату человек поедет в офис, расположенный где угодно, — рассуждает он. — Когда же ему приходится платить за рабочее место самому, становится важным местоположение». Для того чтобы правильно выбрать помещение под коворкинг, необходимо просчитать емкость рынка: скольким людям удобно до него добираться, сколько вокруг центра работоспособного населения. «Если у тебя в округе сто экономически активных жителей, то создавать в коворкинге 50 рабочих мест бессмысленно: они никогда не будут востребованы», — говорит Овчинников. Кроме того, рынок коворкингов первой вол-



На фото: коворкинг-центр «Рабочая станция» (Москва)



“Коворкинг — это офисное пространство, в котором можно арендовать рабочее место и оказаться в среде близких с точки зрения профессии и рода занятий людей”

ны испытал те же трудности, что и любой «нераспаханный рынок», когда мода на услугу только-только начинает формироваться, а клиент к ней относится настороженно.

Павел Кривулин, создавший вместе с другом компанию CoworkingBees, и вовсе считает, что первых коворкинг-бизнесменов погубили амбиции. По его словам, все, кто закрылся, в основном имели большие площади (свыше 200 кв. м), рассчитывая на мощный приток клиентов. А притока не было. Сооснователь «Зоны действия» в Санкт-Петербурге Юрий Лифшиц находит неудачной первой попытке семантическое объяснение: «За последние три года изменилось само понимание слова «коворкинг». Вторая волна — это не повторение первой, а появление принципиально новых пространств. В 2008 году, по сути, предлагались дешевые офисы, а идея была в том, чтобы сэкономить. Сейчас идея поменялась: пространства создаются для того, чтобы предоставить специалистам возможность подружиться, образовать сообщество, расширить контакты, обмениваться опытом и знаниями». Юрий Крылов, сооснователь московской «Рабочей станции», отмечает, что «первый опыт был российским вариантом американских коворкингов», с копированием модели без глубокого понимания. «Люди думали, — объясняет он, — что достаточно просто сдавать в аренду рабочие места, не вкладывая в это никакого смысла. Поэтому все так быстро и затухло».

Новые проекты появляются с расчетом на большие перспективы. Создатели уверены: услуга людям нужна и интерес к ней растет. Изменения в экономике, по мнению Дмитрия Казакова, исполнительного директора центра «Вход» (Киров), только способствуют развитию коворкинг-движения в России: «Во-первых, люди стали больше зарабатывать. Во-вторых, те проекты, которыми занимаются фрилансеры, стали пользоваться спросом. В кризис их работа была не особо нужна, поскольку она не связана с решением задач первой необходимости. Сейчас же количество заказов заметно растет».

Вместе с заказами увеличивается и число работающих на «удаленке». Отсюда и потребительский спрос на коворкинги. Остается только найти своего клиента и предложить ему то, за что он будет готов платить, отказавшись от работы дома в тапочках.

Эволюция идеи

Эксперты Deskmag отмечают, что большинство коворкингов в мире зарабатывает в основном на сдаче в аренду рабочих мест, в то время как дополнительные услуги (сдача внаем переговорных комнат и площадей под различные мероприятия, продажа еды, напитков и др.) приносят в среднем лишь 10% выручки. Владельцы российских коворкинг-центров первой волны, объясняя причину закрытия своих проектов, сетуют как раз на то, что профильная услуга приносила им слишком небольшие деньги, а поднять стоимость аренды они не могли — не позволяла платежеспособность клиентуры. К тому же большинство из них арендовали помещения, и это становилось расходной статьёй, которую сложно было перекрыть доходами.

Стоит признать, что с тех пор на рынке мало что изменилось. В таком случае — что нового могут предложить участники второй волны, чтобы сделать формат прибыльным? Инициаторы новых проектов делают ставку в основном на развитие дополнительных услуг. «Коворкинг не может существовать в вакууме, — объясняет Юрий Лившиц из «Зоны действия». — Он должен быть частью кластера — офиса крупной компании, университета, частью здания мэрии, если хотите. В любом случае он должен быть элементом крупного бизнес-проекта. Коворкинг как самостоятельный бизнес — это все равно что кафе, предлагающее в меню только салат «Цезарь». И в том и в другом случае необходимо обширное меню». В руководстве по открытию коворкинг-центров, размещенном в открытом доступе на официальном сайте, создатели «Зоны действия» отмечают: «Чтобы выйти в плюс, нужно быть больше, чем просто коворкингом. Возможные вари-

анты: собственные образовательные программы, кафе или модель «минута — рубль», совмещение с хостелом, пространство в собственности, низкая арендная ставка в обмен на ремонт, господдержка». Прибыльными, как правило, являются ярмарки выходного дня и конференции. Опираясь на собственный опыт, основатели питерского проекта убеждают остальных в том, что при правильной организации образовательные программы иногда гарантируют коворкинг-центру половину выручки.

«Зона действия», расположившаяся на территории Смольнинского хлебозавода, соединила в себе рабочее пространство и образовательный клуб. Здесь проводятся лекции и конференции по бизнесу, технологиям, культуре и медиа. Пространство способно вместить до 300 слушателей лекций и более тысячи участников выставок. По словам Юрия Лившица, проект, запущенный в феврале этого года, уже начал окупать исходные капиталовложения. Определяя целевую аудиторию «Зоны действия», ее основатель называет стартаперов, программистов, фрилансеров, людей творческих профессий и приезжих, которым нужно за короткое время наладить связи, понять, как устроен город.

Московская «Рабочая станция» в июле открыла свои двери для творческих «свободных профессионалов» в парке им. Горького. Основатели коворкинга арендуют павильон, в котором ранее был прокат коньков. Помимо субаренды рабочих мест, они предлагают платные мастер-классы, лекции, обучающие курсы, развлекательные мероприятия. В зависимости от тарифа коворкеру предоставляется в распоряжение личный добавочный телефонный номер и предлагается бухгалтерское сопровождение. Одним из конкурентных преимуществ «Рабочей станции» Крылов называет наличие душевых кабин. Они будут очень кстати для клиентов, ведущих здоровый образ жизни, ведь рядом с пространством находятся футбольное и волейбольное поля, площадка для гандбола, теннисные корты. Немаловажно и то, что с коворкингом соседствует кафе, предлагающее скидки для резидентов. А у тех, кто приезжает на собственном транспорте, есть возможность припарковаться на открытой территории или воспользоваться платной крытой стоянкой.

В планах основателей экововоркинга в парке — развитие целой сети подобных мест. По мнению Юрия Крылова, для стимулирова-

Число коворкингов в мире



Источник: Deskmag

ния такого рода бизнеса возможна только сетевая модель и формирование бренда. Сейчас в развитии бизнеса предпринимателям помогают спонсоры и партнеры, в частности Microsoft.

Московская компания TimeOffice с двумя пространствами на Сухаревской и Мясницкой резко выделяется среди всех игроков рынка. Ее владельцы вложили свой смысл в слово «коворкинг». «Мы не разделяем идею коллективизма, объединения людей по интересам, которую проповедуют большинство основателей коворкингов, — заявляет управляющей партнер Павел Овчинников. — Такие проекты никогда не смогут конкурировать с социальными сетями. Считаем, что стратегия должна быть иной. Наш коворкинг ориентирован на индивидуализм, а не коллективизм, поэтому в нем всегда поддерживается тишина, позволяющая людям сосредоточиться во время работы».

вана у так называемых антикафе (заведения общепита, в которых посетитель платит за время пребывания, а не за напитки, десерты и проч.). Однако в любом случае цена должна соотноситься с возможностями клиента, объясняет Павел Овчинников. Формируя свое предложение, TimeOffice учитывала, сколько времени тратит человек на дорогу, как оценивает это время. Предприниматели пытались рассчитать среднюю стоимость часа работы профессионала. На основе полученных данных определялась наиболее приемлемая цена, с учетом того, что диктует рынок. Но с ценой можно и «играть» — например, слегка повышать ее в часы пик, когда напирал поток клиентов, и, наоборот, снижать в ночное время. В последнем случае придется прорабатывать вопросы с заказом такси, трансфером для тех, кто опоздал на метро. В целом же услуга ночного коворкинга мо-

жущими идею о пользе совместного труда в условиях open space.

ДЕЛО ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВАЖНОСТИ

Очень скоро Россия может стать первой страной, где додумались до государственных коворкингов. В начале августа правительство Москвы презентовало программу «Москва: Коворкинг 2.0». С чего бы это модный бизнес-формат попал в муниципальные приоритеты?

Под государственный проект уже найдена подходящая площадка в Нагатине, в помещении Московского промышленно-торгового центра интеграции регионов. К концу года планируется обустроить площадь более 2 тыс. кв. м и организовать около трех сотен рабочих мест. Профессионалы будут рассаживаться в зависимости от рода деятельности, чтобы никто никому не мешал. Инфраструктура, судя по описанию, продумана до мелочей: комнаты для детей, душевые кабины, настольный теннис, шкафчики для личного пользования и многое другое. Единственное, что смущает, — не совсем удачное расположение, удаленность от центра города. Все владельцы частных коворкингов уверяют: для потребителя услуги самым главным фактором при принятии решения является именно близость к центрам деловой активности. Многие из них тратят не один месяц на поиски подходящих вариантов, заранее присматривая клиентов. Некоторые игроки рынка довольно скептически относятся к затее столичной мэрии и сомневаются в том, что такой коворкинг сможет заполниться желающими. «Государственное учреждение для фрилансеров — как красная тряпка», высказался один из предпринимателей.

В любом случае о том, что такое государственный коворкинг и чем он может быть полезен, мы узнаем позже. В настоящее же время Департамент науки, промышленной политики и предпринимательства Москвы пытается через анкеты узнать о ценовых предпочтениях потенциальных участников «коворкинга 2.0». Да-да: мэрия также рассчитывает на окупаемость инвестиций. ■

ИДЕЯ КОВОРКИНГА ПОМЕНЯЛАСЬ. ВО ВРЕМЯ ПЕРВОЙ ВОЛНЫ УПОР ДЕЛАЛСЯ НА ТО, ЧТОБЫ ДАТЬ КЛИЕНТУ ВОЗМОЖНОСТЬ СЭКОНОМИТЬ. СЕЙЧАС — НА ТО, ЧТО КОВОРКИНГ — ЭТО ОБЪЕДИНЕНИЕ ЕДИНОМЫШЛЕННИКОВ ДЛЯ РАБОТЫ, ОБМЕНА ОПЫТОМ И НАЛАЖИВАНИЯ ДЕЛОВЫХ КОНТАКТОВ

Главная задача управляющего таким пространством состоит в том, чтобы создать атмосферу, в которой человек чувствовал бы себя комфортно и спокойно реализовывался в профессиональном плане. Овчинников относит коворкинги к сфере услуг, в которой главное — сервис. «Человеку, оплачивающему рабочее время, важно, чтобы все, что ему нужно, появилось моментально», — уверен он. При условии создания хорошего трафика и при правильном менеджменте аренда помещения для создателя такого бизнеса может быть даже выгоднее покупки площадей.

В Москве аренда рабочего места в коворкинге обходится в среднем в 8–12 тыс. рублей в месяц. Иногда возможна и поминутная оплата — 1,5–2 рубля. Такая модель монетизации позаимство-

жет быть востребована с учетом режима жителей мегаполиса, предполагает Павел. Впрочем, пока его компания не решается переводить свои рабочие точки на круглосуточный режим.

Инвестиции, необходимые для запуска коворкинг-центра, варьируются от нескольких сотен тысяч рублей до нескольких миллионов: все зависит от размеров и состояния помещения, а также от концепции. Большого штата не требуется, о чем свидетельствует, в частности, такая деталь: если вы возьметесь обзванивать коворкинги города, в 95% случаев отвечать на звонки будут сами основатели рабочих пространств, поскольку привыкли обходиться без ассистентов на телефоне. Впрочем, подобные проекты часто обрастают волонтерами-помощниками и друзьями, разделя-