

АДМИНИСТРАТИВНЫЙ Директор

2 ■ 2025

ADMINISTRATION



ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ, ИЛИ КАК ТЕПЕРЬ ЖИТЬ ВМЕСТЕ?

■ От стеклянных высот
на зеленые просторы

■ Образовательный
редевелопмент

■ Переезд как шаг
к светлому будущему:
опыт ДРТ

■ Go Green вместе
с «Яндексом»

Редакция журнала
«Административный директор»/Administration

Главный редактор: Виктория Тот
Руководитель проектов: Марина Лобынцева
Корреспондент: Дмитрий Еремеев
Редактор, корректор: Екатерина Ароян
Фото: ideogram.ai, depositphotos.com, freepik.com
Обложка: GigaChat

Редакционный совет: Григорий Анцыгин,
Екатерина Захарова, Наталья Корнаухова,
Оксана Лабунец, Екатерина Мироненко,
Эдуард Моисеенко, Вера Щербакова

Издатель: ООО «Администрация»
Генеральный директор: Виктория Тот

Адрес редакции и издателя:
119435, Большой Саввинский пер., д. 8, стр. 1,
Коворкинг Deworkasy
для ООО «Администрация»
Телефон редакции: +7 (495) 969-87-68
Электронная почта главного редактора: editor@admdir.ru
Электронная почта для пресс-релизов: info@admdir.ru

По вопросам рекламы и подписки обращаться по адресу:
adv@admdir.ru
«Административный директор»/Administration —
журнал учрежден и издается ООО «Администрация».
Общий тираж: 5000 экз.

Распространяется по подписке. Перепечатка материалов
разрешается с обязательной ссылкой на журнал
«Административный директор»/Administration и автора
публикации. Воспроизведение в сети Интернет
должно сопровождаться, кроме того, активной
гиперссылкой на сайт издания www.admdir.ru

Издание зарегистрировано Министерством
РФ по делам печати, телерадиовещания
и средств массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации СМИ ПИ
№ ФС77-48043 от 30 декабря 2011 г.
Адрес в Интернете: www.admdir.ru



Мнение редакции может не совпадать с точкой зрения авторов.

Продолжается подписка на дайджест
«Административный директор».
Информация на сайте: www.admdir.ru/podpiska

Философия офиса

- 2 Теория поколений в российской интерпретации, или Как теперь жить вместе?
- 5 Отцы и дети XXI века
- 6 Образовательный редевелопмент
- 9 О чем мечтают зумеры
- 10 Возрастное разнообразие как конкурентное преимущество

Лидер в фокусе

- 14 Переезд как шаг к светлому будущему: опыт ДРТ

Управление

недвижимостью

- 20 Важность бюджета при проектировании — фундамент успешного проекта
- 23 Бизнес требует готовых офисов с продуманной инфраструктурой
- 23 Строящиеся офисы в Москве дорожают быстрее готовых
- 23 Новый ГОСТ для рынка недвижимости
- 24 Три боли административного директора в 2025 году и как их решить с помощью системы управления офисом
- 27 Российские компании расширяются в ОАЭ, аренда офисов дорожает
- 27 Офисный редевелопмент: как продвигается импортозамещение

СОДЕРЖАНИЕ

Новый офис

- 28 Работа рядом с домом: новая реальность для бизнеса
- 30 Из стеклянных высот на зеленые просторы
- 32 Новый этап развития
- 34 Серьезные изменения
- 35 НОВАТЭК купит офис в Переделкино
- 35 «АльфаСтрахование» получила золотой «Клевер»
- 35 Найди лису в Google
- 36 Логистика, производство и IT: кто выбирает офисы в Подмосковье?

Комфортный офис

- 38 Влияние цветовых решений на продуктивность
- 43 Остров тишины в шумном мире

Техноофис

- 46 Офис — это интерфейс, а не просто место

Экоофис

- 48 Зеленые решения для арендаторов: формирование устойчивых пространств
- 52 Go Green вместе с «Яндексом»
- 56 T2: экологичность в каждом рабочем дне

Здоровый офис

- 58 Здоровое освещение в офисе

Прозрачные закупки

- 64 Можно ли найти на рынке поставщика с лучшими условиями, чем у «своих»?

Корпоративная культура

- 68 Как BENEFACTORY автоматизирует заботу о сотрудниках
- 72 Flexity Events: где проходят события, которые запоминаются

Кадры

- 74 Как решить проблему дефицита менеджеров?

Управление автопарком

- 78 Преимущества операционной аренды и новые решения для бизнеса

Деловые путешествия

- 84 «OneTwoTrip для бизнеса» подвел итоги весенних командировок

Параллели

- 86 Испытание чувств: как музей помогает понять незрячих

Встречи по делу

- 88 Сервисная конференция: от командировок до устойчивого развития

ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ В РОССИЙСКОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ, ИЛИ КАК ТЕПЕРЬ ЖИТЬ ВМЕСТЕ?



Автор: Евгений Старцев,
мастер GOGOL SCHOOL, актер,
выпускник и педагог ГИТИС, сценарист

Мы все с вами летели «российскими историческими авиалиниями» и неожиданно угодили в новую реальность, где эта реальность стала интерфейсом, работа превратилась в тревожную игру на выживание, а будущее — в миф, не поддающийся воображению. Кризис 1998 года завершил эту посадку. Именно тогда у одних начали формироваться первые социальные навыки, а у других окончательно пропала вера в стабильность.

Поэтому предлагаю исследовать поколения, определяя их не по году рождения, а по тому, в каком историческом моменте им было 10–15 лет. Именно в этот период человек начинает осознавать социальные нормы и мотивации других людей, а также начинает «думать за других». Это момент, когда в мозгу формируется представление о мире и о себе в этом мире. Именно этот возраст отвечает за закладку будущей «внутренней идеологии».

Американские историки и социологи Уильям Штраус и Нил Хау в книге «Generations» определяют категории людей, связанные с историческими событиями, начиная с XV века. Нам интересен XX век. Поколение довоенных лет в этой книге названо «ждуны», или «молчаливое поколение»:

для него характерно молчать, терпеть и делать. Беби-бумеры — люди, рожденные «ждунами». В послевоенное время они унаследовали разрушенный мир, который восстанавливали. Следующие поколения мы рассмотрим подробнее.

Кто есть кто: X, Y, Z

Поколение X — это те, кто проходил пубертат в эпоху «говорят одно, делают другое». Где «Правда» — это газета, а не факт. Где пролетарии на транспарантах, но каждый мечтает в вуз. Они были воспитаны в логике сложной социальной игры, «между строк», с необходимостью просчитывать ходы, считывать интонации и думать не просто «что хочу», а «что нужно». Потому что в будущем может быть беда. Поэтому «надо» накопить, запастись и т. д.

Поколение Y — те, кому было 12, когда по Белому дому стреляли. Когда в стране все рушилось — как институты, так и иллюзии. Их сознание формировалось в эпоху тотальной нестабильности, с турецкими товарами и перестрелками за гаражами. У них не «надо», у них — «недодали», потому что все копили и откладывали на лучший день. «Сникерс», покой, чувство опоры — главные потребности. Их взросление — это внутренняя трещина между возможным и действительным, где реклама показывает, что все доступно, а реальность говорит: «вот придут лучшие времена, тогда...» И всем им хочется «Сникерса».

Поколение Z — люди интерфейса. Их 12-летие пришлось на 2007 год — год появления «Айфона». Их родители, жаждущие «Сникерса», не получив его в детстве, «отрываются» на своих детях и стараются дать им все, что могут. Они формировались в мире, где все красиво, гладко и интуитивно, с анимацией, где за каждой кнопкой — чертова бездна кода, но они об этом даже не знают. Их реальность — поверхность, по которой удобно скользить. Выбор бесконечен, но он не требует усилий.

Что с будущим?

Для X будущее — это структура, план, страх не попасть. Поэтому все, что они делают сейчас,

направлено на создание более стабильного «потом». На данный момент они являются владельцами бизнесов и принимают решения с учетом долгосрочных последствий.

Для Y — будущее «украли». Им пообещали много, но не дали ничего. Они стремятся назад — туда, где «Сникерс» был наградой, а не мемом. Сейчас они занимают позиции руководителей высшего звена, но внутри них сохраняется чувство потери.

Для Z — будущего нет. Никто не объяснил им, как оно устроено. Никто не вдохновил на путь к нему. Все сосредоточено на настоящем. К 2030 году эти поколения будут составлять 74% рабочей силы в мире.

Исследование Deloitte-2025 подтверждает, что только 6% поколения Z хотят занимать руководящие позиции. Не потому что у них нет амбиций, а потому что для них важен не только карьерный рост, но и смысл, финансовое благополучие и возможность оставаться собой. И все это желательно сразу. Они ищут такую конфигурацию жизни, где можно сохранить свою личность или хотя бы не утратить ее.

Мир без других людей

Когда ты растешь в интерфейсе, другие люди могут казаться ненужными. Ранее знания передавались от человека к человеку, теперь же они приходят через контекстную рекламу. По данным McKinsey, 55% представителей поколения Z уже получали психиатрическую помощь или диагностики. И это не связано с их «слабостью». Дело в том, что у них внутри возникает ощущение отчуждения при видимости связи с другими.



Социальные сети создают иллюзию стаи, но настоящая стая — это когда ты держишь в голове не только профили, но и лица, запахи и интонации других людей. У поколения Z наблюдаются проблемы с орбитофронтальной корой, то есть с истинной, живой эмпатией. Это не упрек — это вызов нашего времени. Из-за этого они сталкиваются с трудностями в разрешении конфликтов, им проще игнорировать, чем решать проблемы. Заблокировать человека в сети — это легко, но с живым человеком всегда есть риск: он может, к примеру, «дать по морде».

Интерфейсное мышление: иллюзия управления

Поколение Z — не глупые, они просто выросли в реальности, где простая кнопка равняется целой системе. За этой кнопкой скрываются серверы, архитектура, архитекторы, провода и алгоритмы, но ты этого не видишь. У тебя возникает ложное чувство: «я сам справлюсь». Однако на самом деле ты не справишься, потому что никто не объяснил, что за каждым действием стоит система и как с ней взаимодействовать.

Вот почему у них высокая уверенность при низком уровне опыта. В исследовании Deloitte 74% представителей поколения Z утверждают: «Генеративный ИИ изменит мою работу в ближайший год». При этом 73% уверены, что «машина не заменит человеческий разум». Эта амбивалентность явно демонстрирует противоречивое восприятие ситуации и возможностей.

Куда делось доверие?

Поколение X верит в принцип «начальник сказал — надо». У поколения Y авторитет нужно заслужить. У поколения Z авторитета нет по определению. Не потому что они анархисты, а потому что не понимают, что такое сложная иерархия, где за словом стоит человек с глубиной. Интерфейс не воспитывает уважение, он — галлюцинация. Вот почему им нужен товарищ. Программы Buddy, менторства и наставничества показывают свою эффективность в таких компаниях, как «Сбер», «Яндекс», Центральный университет и др.

По данным исследования Deloitte, 50% представителей поколения Z хотят, чтобы менеджеры их менторили, но только 32–36% действительно это получают.

Руководители не умеют быть теми, кто вызывает доверие, эмоцию и ощущение подлинности, а не ролевое поведение по инструкции

из корпоративного кодекса. Бизнесу нужен результат, и X привыкли к жестким методам его достижения. А Z нужно живое взаимодействие — иначе они просто отключаются.

Что с работой?

Для поколения Z работа — это не смысл жизни, а ресурс и точка обмена. Они чаще выбирают фриланс, работают в нескольких местах одновременно, находясь в так называемом «режиме распыления». У них нет уверенности в том, что принесет завтра: около 48% представителей этого поколения не чувствуют себя финансово стабильными (по данным Deloitte). У тех, кто не имеет финансовой опоры, рушится ощущение ценности труда. При этом 77% Z активно ищут новую работу (по данным McKinsey). Это не каприз, а стремление найти такую среду, которая позволит им просто не развалиться.

И что теперь?

Поколение X боится катастрофы. Поколение Y ждет компенсации за детство. Поколение Z не знает, чего ждать.

Мы — три поколения, которым никто не объяснил, как жить вместе в современном мире.

Хочешь управлять Z? Не командуй. Не дави.

1. Дай прозрачность. Объясни, зачем все это нужно.

2. Дай вовлечение. Позволь им самим принимать участие в процессах и принимать решения.

3. Дай социальность. Не в виде Zoom-встреч, а в реальных проектах, где сотрудничество с другими — это необходимость, без которой не справиться.

Если ты руководитель и считаешь, что такие подходы — это розовые мечты, увы, текучка кадров неизбежна.

Поколения не конфликтуют. Они просто ищут точку сборки в мире, где рассыпалась вертикаль. ■

Ссылки на исследования (при нажатии ссылки проверьте настройки вашего браузера):

https://www.deloitte.com/global/en/about/press-room/deloitte-2025-gen-z-and-millennial-survey.html?utm_source=chatgpt.com

https://www.pwc.com/gx/en/services/workforce/publications/workforce-of-the-future.html?utm_source=chatgpt.com

https://www.mckinsey.com/featured-insights/sustainable-inclusive-growth/future-of-america/how-does-gen-z-see-its-place-in-the-working-world-with-trepidation?utm_source=chatgpt.com

50% представителей поколения Z хотят, чтобы менеджеры их менторили



ОТЦЫ И ДЕТИ XXI ВЕКА

Работодателя в сотрудниках-зумерах больше всего раздражает безответственность, отсутствие дисциплины и частая смена мест работы. В открытом опросе сервиса SuperJob приняли участие 1000 представителей кадровых служб предприятий и организаций из всех округов страны.

Отвечая на вопрос, что больше всего раздражает в работе с молодыми сотрудниками компании, каждый пятый HR-менеджер (21%) назвал безответственность и разгильдяйство. 14% обращают внимание на непостоянство молодежи и легкость, с которой они увольняются с работы. 13% — на необязательность и недисциплинированность. 8% кадровиков указывают на нежелание молодежи работать. 7% возмущены завышенными зарплатными ожиданиями. 6% считают молодых сотрудников излишне амбициозными. Капризность, требовательность и нежелание учиться раздражают каждого двадцатого HR-менеджера. По 2% респондентов отмечают

у представителей поколения Z излишнюю чувствительность к критике, несоблюдение субординации и некачественное выполнение задач.

27% менеджеров по персоналу, принявших участие в опросе, рассказали, что не видят минусов в работе с зумерами: «Ничего не раздражает. Мы берем молодежь с 16 лет. Они все шустрые и сообразительные».

Справедливости ради следует отметить, что многие особенности, раздражающие рекрутеров в поколении Z (например, безответственность, амбициозность, лень), 12 лет назад приписывали миллениалам. А значит, в большинстве случаев дело вовсе не в том, что зумеры какие-то не такие, а в конфликте поколений. ■

Вопрос: «Что больше всего раздражает вас в работе с молодыми сотрудниками вашей компании (до 25 лет)?» (открытый опрос; у респондентов была возможность указать необходимое количество вариантов ответа)

Ответы респондентов	Кол-во респондентов
Ничего не раздражает	27%
Безответственность, разгильдяйство	21%
Непостоянство, легко увольняются, частая смена мест работы	14%
Необязательность, недисциплинированность	13%
Лень, нежелание работать	8%
Завышенные зарплатные ожидания	7%
Амбициозность, карьеризм	6%
Нежелание учиться	5%
Капризность, эмоциональность	5%
Требовательность, ориентированность на личный комфорт	5%
Некачественное выполнение работы	2%
Несоблюдение субординации	2%
Не воспринимают критику, обидчивость	2%
Другое (безграмотность, пассивность, непунктуальность, невнимательность, курение вейпов, слабые компетенции, глупость, клиповое мышление, замкнутость, инфантильность, беспечность, отсутствие целей, латентность, игнорирование поручений, бестактность и проч.)	19%
Затрудняюсь ответить	2%

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ РЕДЕВЕЛОПМЕНТ

В последние годы крупные российские компании все активнее берут на себя инициативу по развитию собственных образовательных проектов. Для привлечения и подготовки квалифицированных кадров бизнес начинает взаимодействовать с будущими специалистами еще на этапе их обучения в вузах. Существуют два основных пути: либо интеграция в действующие образовательные программы, либо создание собственных учебных заведений. **Центральный университет, основанный «Т-Банком»,** — яркий пример второго подхода, где компания не только формирует учебную программу, но и создает современную инфраструктуру для обучения.

В сентябре 2024 года Центральный университет открыл свои двери в офисном здании Ducat Place II площадью 14 тыс. кв. м, расположенном рядом с метро «Маяковская». Особенность проекта — редевелопмент, переоборудование офисного пространства в образовательное и то, что этот процесс происходил поэтапно, по мере освоения помещений в действующем бизнес-центре класса А. Такой подход стал настоящим испытанием для команды Центрального университета и партнеров, которые участвовали в проекте. Он требовал тщательного планирования и минимизации неудобств для арендаторов.

Анетта Смирнова, руководитель административной команды, подчеркивает: «Готовой модели для такого проекта не было, поэтому многое создавалось с нуля в тесном сотрудничестве с нашими партнерами. Мы разработали концепцию университета, учитывающую современные образовательные практики и реальные потребности студентов».

Техническим заказчиком выступила компания CORE.XP, которая взяла на себя управление проектированием, строительством и контролем качества. Дизайн-проект разработало бюро ABD architects, ориентируясь на образовательную модель заказчика. Генеральным подрядчиком стала компания Pridex, специализирующаяся на строительстве офисных пространств.

Архитектура для развития

Перед ABD architects стояла задача создать проект, сочетающее лучшие черты современного офиса и университета. Нужно было разделить потоки студентов, обеспечить баланс между разными форматами обучения и создать комфортные учебные и социальные зоны. В итоге появился интерьер, который объединяет элементы офисного и университетского дизайна, отражает ключевые ценности — качество, технологичность и индивидуальный подход.

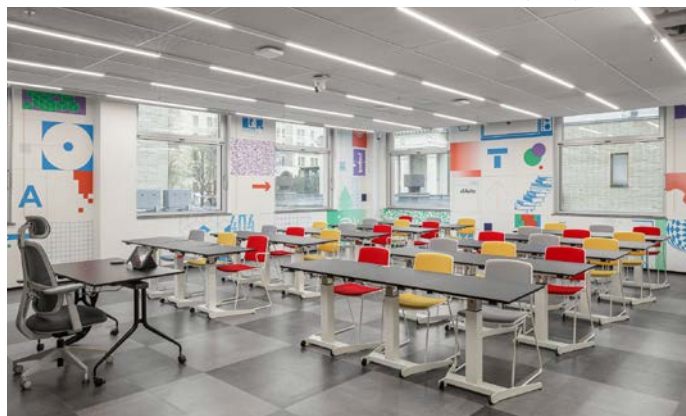
ABD architects построило архитектурную концепцию университета на идее пространства как системы координат, отражающей этапы развития студента. На первых этажах преобладают мягкие, криволинейные формы, символизирующие гибкость и открытость для новых студентов. По мере «роста» студента формы становятся более строгими и упорядоченными, отражая процесс взросления и становления специалиста. Вся композиция здания визуализирует путь развития, где каждый уровень — новый этап с новыми вызовами и достижениями.

Особое внимание в проекте уделено здоровью и комфорту студентов и преподавателей: в здании оборудованы коворкинг-кафе, уютные зоны отдыха, кухни, кофе-пойнты, столовая, тренажерный зал и залы для групповых занятий. Наличие как общественных, так и уединенных рабочих пространств помогает поддерживать гармонию между учебой и отдыхом.

Гибкая нестандартная мебель с подвижными элементами и мобильные перегородки позволяют командам быстро адаптировать пространство под разные задачи.

Интерьер выполнен из натуральных материалов — дерева, камня, металла и стекла, что способствует созданию здоровой и приятной среды.

Особое внимание в университете уделено комфорту студентов





Уютное коворкинг-кафе

При строительстве строго соблюдались требования к звукоизоляции перегородок и дверей, использовалось много звукопоглощающих материалов в отделке стен. Это позволило создать тихую и спокойную атмосферу для работы и учебы.

Технологии и комфорт: современный образовательный стандарт

Центральный университет отличается сложными архитектурными, интерьерными и технологическими решениями, соответствующими уровню современного бизнес-центра класса А. Как отмечают в компании Pridex, воплощение такого передового формата в рамках БЦ Ducat Place II, построенного в конце XX века, потребовало значительных изменений в архитектуре помещений и полной замены инженерных систем.

Современный университет невозможен и без соответствующих технологий: во всех аудиториях были внедрены системы видео-конференц-связи и мультимедийное оборудование.

Более 50 образовательных пространств — лекционные аудитории, семинарские залы, лаборатории и специализированные зоны для проектной деятельности — оснащены системой бронирования, которая позволяет студентам и преподавателям самостоятельно планировать использование

помещений, обеспечивая гибкость и персонализацию обучения.

Проект Центрального университета в Ducat Place II стал примером успешной интеграции современных архитектурных, инженерных и образовательных решений. Созданное пространство сочетает технологичность, комфорт и гибкость, что способствует активному обучению и развитию студентов. Такой подход демонстрирует, как бизнес может не просто

Гибкое пространство под разные задачи



вуз нового типа, внедряющий STEM-подход (Science, Technology, Engineering, and Mathematics) в высшее образование. Обучение строится на практических кейсах, индивидуальных образовательных треках и тесном взаимодействии с индустрией. Более 50 компаний-партнеров участвуют в образовательном процессе, предоставляют менторскую поддержку, оплачиваемые стажировки и трудоустройство. Студенты с первого дня получают индивидуальные программы развития и консультации профильных специалистов.

Проект реализован «Т-Банком». Среди тех компаний, которые к нему уже присоединились: Центральный банк, «Сбер», «Авито», VK, «Норникель», «Яндекс», «Росатом», «Сибур», Yadro, X5 Group и другие.

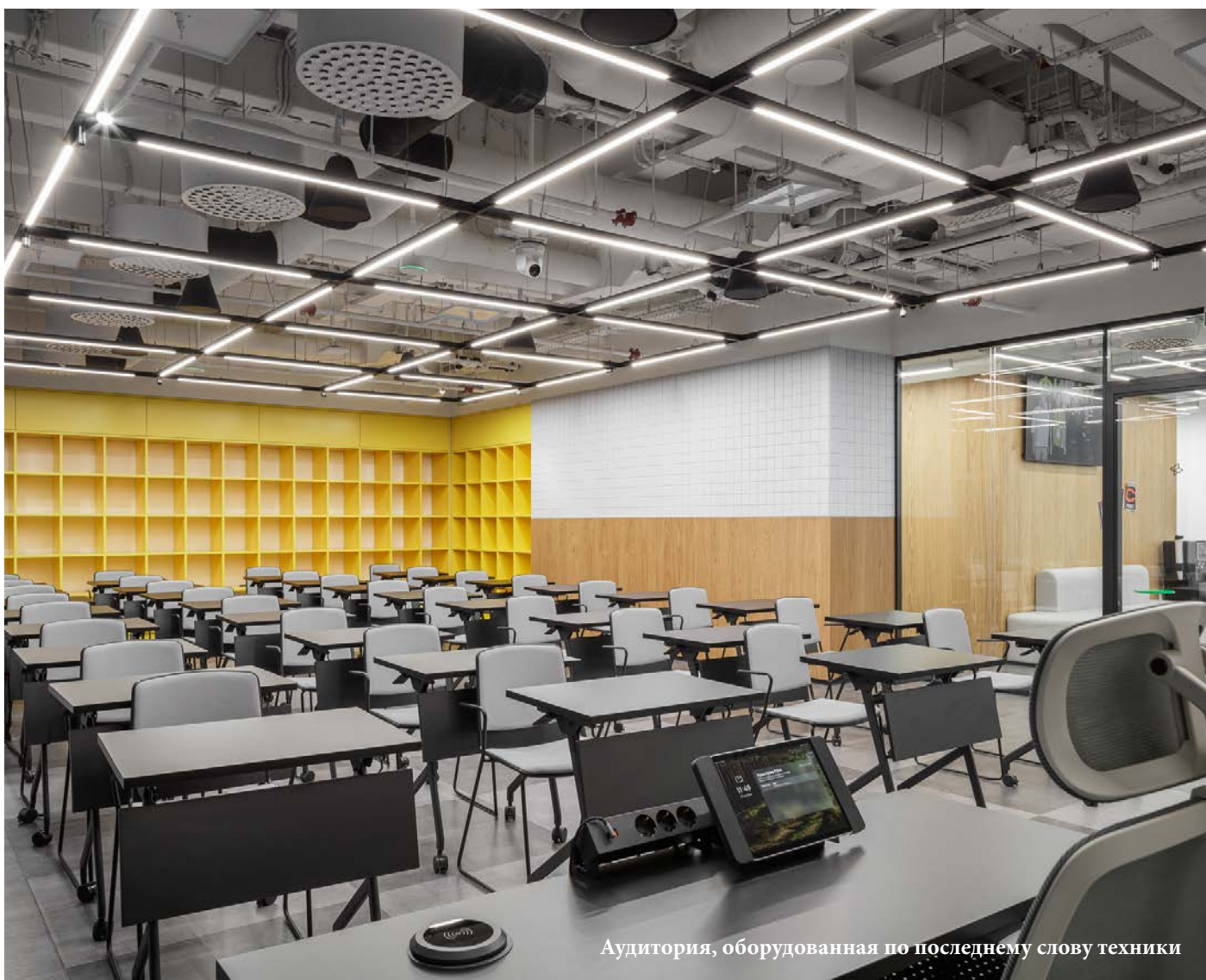


В проекте реализованы решения, создающие тихую и спокойную атмосферу

участвовать в образовательном процессе, а создавать инновационные форматы, отвечающие вызовам времени и потребностям будущих специалистов. ■

Фото предоставлены ABD architects

Фотограф: Сергей Волокитин



Аудитория, оборудованная по последнему слову техники

О ЧЕМ МЕЧТАЮТ ЗУМЕРЫ

Аналитики «Авито Работы» провели опрос среди 2000 респондентов в возрасте от 18 до 25 лет, чтобы изучить их карьерные установки и ожидания от трудоустройства.

67% опрошенных молодых людей от 18 до 25 лет уже имеют опыт работы: помимо подработок или производственных практик, они проходили процесс официального трудоустройства в компании. У четверти из них общий стаж составляет от одного до трех лет (25%), а примерно каждый пятый работает менее года (21%).

Большинство опрошенных (43%) за последние два года не меняли место работы. Из тех, кто все же искал новую работу, 46% переходили на другую позицию единожды, 29% — дважды, и еще 25% меняли место работы три раза и более.

На вопрос о том, сколько времени готовы посвятить зумеры одному месту работы, если оно будет удовлетворять их текущие требования, большинство опрошенных (42%) ответили, что планируют оставаться в компании более пяти лет. 19% готовы посвятить себя работе на одном месте от трех до пяти лет, чтобы в течение этого времени построить карьеру и далее рассматривать более привлекательные предложения. 18% респондентов хотели бы поработать на одном месте один-два года, чтобы погрузиться в специфику бизнеса, но успеть получить разнообразный опыт на старте карьеры. И только 9% собираются провести на рабочем месте менее года — они считают, что возраст позволяет им попробовать себя в разных областях.

Сфера ИТ лидирует среди профессиональных предпочтений зумеров — каждый десятый представитель поколения Z либо уже работает в этой области, либо планирует строить там карьеру. В целом топ-5 сфер, интересующих молодежь, составляют ИТ (10%), дизайн и проектирование (4%), образование (3%), **административная работа (3%)**, строительство и ремонт (3%).

Для первых шагов в карьере молодые соискатели рассматривают как крупные корпорации, так и средний или малый бизнес — лишь 14% назвали известность и размер компании-работодателя одними из основных приоритетов при поиске работы.

Что касается заработка, 58% опрошенных в возрасте от 18 до 25 лет считают оптимальным для текущего опыта работы доход до 70 тыс. рублей. От 70 тыс. до 100 тыс. рублей указали еще 22%, а больше этих сумм — 19%. Среди тех, кто указал размер желаемого уровня оплаты, средняя сумма составила 76 тыс. рублей в месяц.

Если же рассматривать зарплатные ожидания в зависимости от опыта, прослеживается четкая динамика роста: начинающие специалисты (стаж до года) в среднем называют сумму в 56 792 рубля, те, кто работает один-три года, — 77 651 рубль, а при опыте от трех до пяти лет запросы увеличиваются до 93 310 рублей. Специалисты с наибольшим стажем (более пяти лет) оценивают свой труд в среднем на 108 455 рублей в месяц.

Выбирая наиболее интересные форматы занятости, лишь 18% зумеров отметили полную занятость в офисе или на предприятии. Этот показатель во многом связан с тем, что в возрасте 18–25 лет многие стремятся совмещать первые шаги в карьере с учебой.

При этом чаще всего опрошенные рассматривают для себя свободный или гибкий график работы — 41%, частичную занятость выбирают 30%, а полностью удаленный формат труда — 25%. Еще 18% при поиске работы предпочитают вакансии, предлагающие гибридную занятость — возможность совмещать работу в офисе с удаленным форматом. 17% интересуются проектной работой на фрилансе, а столько же хотят построить собственный бизнес. ■

Фактор	Доля респондентов, %
Уровень заработной платы, возможные бонусы и премии	53%
Гибкий график, возможность работы удаленно / неполный день и т.д.	40%
Сбалансированность работы и личной жизни	35%
Условия труда — комфортный офис или предприятие	31%
Возможности профессионального развития и карьерного роста	29%
Команда и коллеги, комфортное взаимодействие внутри коллектива	29%
Возможность обучения, получения опыта и развития навыков	27%
Местоположение офиса или предприятия	24%
Интересные задачи и проекты, увлекательная и значимая работа	21%
Социальный пакет — ДМС, скидки, льготы и т.д.	17%
Репутация компании — крупный, известный работодатель	14%
Корпоративная культура, атмосфера и ценности компании	12%
Социальная ответственность работодателя (поддержка экологических или социальных инициатив со стороны компании)	10%

ВОЗРАСТНОЕ РАЗНООБРАЗИЕ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Современный рынок труда переживает уникальную эпоху, когда впервые в истории в одном коллективе работают представители сразу четырех поколений — от беби-бумеров до поколения Z. В ближайшее время команды дополнятся еще представителями поколения «Альфа», рожденными с 2016 года, а в более отдаленной перспективе — только что появившимся «Бета».



Автор: Анна Щеголева,
HRD, агентство Nexus

Исследование HR-агентства Nexus, проведенное в мае 2025 года среди 300 респондентов в возрасте от 15 до 80 лет по всем регионам России, раскрывает ключевые особенности восприятия рабочей среды каждым поколением и предлагает практические решения для эффективного управления мультипоколенческими командами.

Портрет современной мультипоколенческой команды

Беби-бумеры (1946–1964): стабильность и дисциплина

Представители старшего поколения демонстрируют высокую трудовую дисциплину и готовность совершить невозможное ради амбициозной цели. При смене работы они испытывают наиболее высокий уровень стресса — 6 баллов из 10. Для беби-бумеров критически важны уровень дохода, официальное трудоустройство, стабильность компании и четкие должностные инструкции.

В процессе адаптации это поколение предпочитает точный, унифицированный план развития со сроками, задачами и целями, работу с «живыми» наставниками или в группе новичков. Большинство беби-бумеров, более 80%, предпочитают обучаться

через формат лонгридов с подробным описанием продукта, услуги, правил и стандартов. При этом их адаптация к цифровым инструментам часто требует дополнительных ресурсов — только 23% сотрудников этого поколения комфортно используют корпоративные мессенджеры. Также проведенное исследование демонстрирует, что беби-бумеры ценят личность руководителя, дружный, сплоченный коллектив, участие в корпоративных собраниях.

Поколение X (1964–1980): прагматичность и ответственность

«Цифровые иммигранты», как называют это поколение, демонстрируют уникальную способность работать в условиях ограниченных ресурсов. Их уровень стресса при смене работы минимален — 4,6 балла из 10, а ключевыми мотиваторами выступают карьерный рост и прозрачность управленческих решений. Для них важны стабильные, последовательные действия, без резких изменений.

Более 80% представителей этой группы считают, что для эффективного онбординга им необходим план, как с указанием перспектив карьерного роста, так и с указанием перспектив развития компании. Обучаться они предпочитают, используя видео- и аудиоформат, а демотивировать их могут излишне жесткие корпоративные правила компании: например, регламентированные перерывы в работе или строгий дресс-код. Исследование показывает, что идеальным руководителем для поколения X будет являться компетентный, оптимистичный (с чувством юмора) лидер, обладающий «холодным рассудком».

Поколение Y — миллениалы (1981–2000): гибкость и развитие

Миллениалы в поисках смысла и статуса стремятся к развитию, гибкости и статусной работе, для них важно быть частью сообщества. Поколение Y переопределило понятие лояльности — большинство готовы сменить работодателя при отсутствии возможностей для развития, несмотря на достаточно

высокий уровень стресса при смене работы — 6,5 балла из 10. Помимо уровня дохода и официально-трудоустройства, приоритетами при выборе работодателя для них являются название должности и наличие современной корпоративной культуры.

В период онбординга предпочитают мягкий, гибкий план мероприятий, поддающийся корректировке, с возможностью изменения сроков и приоритетов. Почти 95% миллениалов заявили, что обучаться предпочитают через аудио/видео-формат, с элементами геймификации. При этом задания важно представлять в виде коротких блоков. Исследование подтверждает, что более 70% представителей поколения Y ищут возможности для профессионального развития и готовы инвестировать собственное время в обучение. Ключевой вызов для управленцев — совместить стремление поколения Y к быстрому росту с необходимостью глубокой профессиональной подготовки.

Поколение Z — зумеры (2001–2015): индивидуальность и скорость

Поколение Z ценит индивидуальность, быстроту обратной связи и цифровую интеграцию. В связи с юным возрастом уровень стресса при смене работы высокий — 6,1 балла из 10. Для зумеров критически важны профессиональное развитие, новизна и разноплановость задач, гибкий график работы.

Зумеры — цифровые аборигены, они кардинально меняют правила корпоративных коммуникаций: большинство предпочитают получать обратную связь через чат-боты, а не через личные встречи. Во время работы ждут много внимания, похвалы и мягкой корректирующей обратной связи. В обучении эффективны геймификация с виртуальным вознаграждением, дробление материала на мелкие части, с подведением итогов после каждого блока. Исследование показывает, что 80% представителей поколения Z хотят получить работу, которая соответствует их ценностям: например, выбирают работодателей с четкой ESG-стратегией. Они готовы на небольшое снижение заработной платы ради участия в социальных проектах или гибридного формата работы. Почти 90% опрошенных заявили, что не готовы работать с «зашоренными» управленцами.

Ключевые принципы управления мультипоколенческой командой

Преодоление межпоколенческого разрыва требует системного подхода. Успех лежит в создании

среды, где опыт старших поколений сочетается с цифровой грамотностью молодежи, а традиционные ценности — с гибкостью новых трудовых трендов. Организации, внедряющие эти методы, не только минимизируют конфликты, но и получают конкурентное преимущество через синергию разнообразных компетенций. Среди общих принципов управления мультипоколенческой командой можно выделить следующие:

1) Адаптация корпоративных коммуникаций под каждое поколение.

Главная ошибка руководителей — попытка «равнять всех по себе». Эффективное управление требует адаптации коммуникации под язык каждого поколения. Исследование показывает, что различия в стилях коммуникации могут создавать барьеры: старшие поколения предпочитают общение лицом к лицу, в то время как молодые сотрудники тяготеют к общению с использованием цифровых платформ. Кроме коммуникации, рекомендуется подстроить обучение, инструменты мотивации, компенсации и льготы под индивидуальные потребности отдельных групп, что, как правило, является нелегкой задачей.

2) Дифференцированное наставничество.

Исследование выявило, что более старшие представители испытывают стресс при цифровизации процессов, тогда как более молодые избегают личных встреч с руководством. В таких ситуациях наставничество становится «переводчиком» между поколениями. Классическая модель «старший — младший» трансформируется в гибридные форматы. Ключевой принцип здесь — создание равноправных дуэтов, где опытный сотрудник готов временно стать учеником и наоборот. Иными словами, внедрение «обратного наставничества», где молодые сотрудники делятся цифровыми компетенциями, а опытные коллеги передают экспертные знания, поможет «доразвить скиллы» обеим сторонам.

3) Замеры мотивации и вовлеченности в рабочие процессы.

Представители каждого поколения хотят видеть в работе смысл, а не просто выполнять одно задание за другим. Исследование демонстрирует, что важно правильно подбирать задачи под сотрудников, под их положительные и недостающие качества. Необходимо использовать индивидуальный подход: для более старших сотрудников подойдут стабильные задачи, требующие длительной фокусировки, а для поколений Y и Z — краткосрочные проекты с использованием ИТ-технологий и быстрым

результатом. Искусство управления в числе прочего состоит в умении грамотно распределять задачи. Кроме этого, рекомендуется один раз в год проводить опросы по вовлеченности персонала, что помогает выявлять как «мотивацию к», так и «мотивацию от» у представителей разных возрастных групп.

Самое важное правило управления мультипоколенческой командой не отличается от правила управления любым коллективом — для эффективного менеджмента важно понимать мотивы, страхи, ценности, убеждения и поведенческие привычки каждого члена команды. Поэтому важно регулярно заинтересованно, искренне разговаривать с сотрудниками. Периодичность и формат встреч зависят, как правило, от размера, структуры, корпоративной культуры компании.

Портрет эффективного руководителя

Современный руководитель сталкивается с необходимостью синхронизировать управленческие подходы для сотрудников четырех поколений. Эффективный лидер сочетает традиционные управленческие навыки с цифровой адаптивностью. Исследование HR-агентства Nexus выявило, что 89% сотрудников всех возрастов считают личность руководителя ключевым параметром лояльности к компании.

Анализ данных выявил три универсальных качества, важных для руководителя:

Эмоциональный интеллект — способность распознавать потребности сотрудников разных возрастов.

Стратегическая гибкость — 34% сотрудников ценят умение руководства совмещать долгосрочное планирование с оперативной адаптацией под меняющиеся условия.

Коммуникативная компетентность — навык «перевода» между поколенческими языковыми кодами.

Недопустимыми анализ предпочтений всех поколений выявил следующие качества руководителя: агрессия, импульсивность, хамство, высокомерие, жадность, лживость, лицемерие, равнодушие.

**ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
ВАЖНО ПОНИМАТЬ МОТИВЫ,
СТРАХИ, ЦЕННОСТИ, УБЕЖДЕНИЯ
И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПРИВЫЧКИ
КАЖДОГО ЧЛЕНА КОМАНДЫ**

Отличительные черты поколений в организационной среде

Практический опыт показывает важность понимания поколенческих особенностей. В качестве примера можно рассмотреть следующий кейс.

Например, если сотруднику — беби-бумеру необходимо отпроситься с работы по личным обстоятельствам, он дождется отпуска или заранее оформит день за свой счет, чтобы не подводить коллег.

Если X окажется в аналогичной ситуации, скорее, он до последнего постарается совместить личные обстоятельства с работой (позже придет, раньше уйдет, но на работу выйдет). Обязательно отработает то время, которое отсутствовал.

Y подробно расскажет причину отсутствия со всевозможными деталями и пояснениями, но констатирует факт, что он вынужден был так поступить — обстоятельства так сложились.

А вот Z попросит отгул не раздумывая: «Хочу отпроситься, я устал. В таком состоянии я не буду продуктивным». Это стоит расценивать как прямолинейность, открытость, а не попытку обмануть руководителя.

Понимание таких различий помогает избежать конфликтов и неправильных интерпретаций поведения сотрудников.

Управление мультипоколенческой командой — это не просто функция или тренд, это стратегическое преимущество и актив современных компаний. Исследование показывает, что каждое поколение вносит уникальный вклад: беби-бумеры приносят стабильность и опыт, поколение X — прагматизм и ответственность, миллениалы — инновации и гибкость, поколение Z — технологические компетенции и свежий взгляд. Ключ к успеху лежит в понимании и принятии этих различий, адаптации управленческих подходов под потребности каждого поколения при сохранении единых корпоративных ценностей.

Организации, которые научатся эффективно управлять возрастным разнообразием, могут сочетать цифровые компетенции зумеров с экспертизой бумеров, прагматизм поколения X с инновационностью миллениалов.

К 2030 году 45% рабочей силы составят представители поколений Z и «Альфа», что потребует от бизнеса постоянной эволюции управленческих практик. Успешные компании уже сегодня инвестируют в «культурную гибкость» — способность трансформироваться без потери идентичности, превращая возрастное разнообразие в источник инноваций. ■

Менеджмент команды		Поколения			
		Беби-бумеры	X	Y	Z
Наем	Уровень стресса при смене работы	6 баллов из 10	4,6 балла из 10	6,5 балла из 10	6,1 балла из 10
	Приоритеты при выборе работодателя	Уровень дохода Официальное трудоустройство Стабильность компании	Уровень дохода Официальное трудоустройство Карьерный рост Личность руководителя	Уровень дохода Официальное трудоустройство Название должности Наличие современной корпоративной культуры	Уровень дохода Официальное трудоустройство Профессиональное развитие, новизна, «интересность» задач
Обучение	Адаптация	Четкий, унифицированный план развития, со сроками, задачами и целями. С «живым» наставником или в группе новичков	План с указанием перспектив карьерного роста и развития: сроки, условия, параметры. Важны планы развития компании, ее ценности, миссия, правила	Мягкий план, поддающийся корректировке, с возможностью изменения сроков, приоритетов	Мягкий план, поддающийся корректировке. Много внимания, похвала. Мягкая корректирующая обратная связь
	Форма обучения	Лонгриды, с подробным описанием продукта, правил, стандартов, характеристик	Видео/аудиозаписи	Аудио/видео + геймификация. Короткие блоки с заданиями	Геймификация с виртуальным вознаграждением. Дробить материал на маленькие части, после каждой — подводить итог. Поощрять за каждое действие
Управление	Мотивация «К»	Личность руководителя	Личность руководителя	Развитая, богатая корпоративная культура	Гибкий график работы
		Дружный коллектив	Дружный коллектив	Статусность во всех ее проявлениях	Интересные задачи
		Ощущение соревновательного духа и понимание глобальной цели, «к чему идти»	Стабильные действия, без резких изменений	Возможность быстрого развития	
	Мотивация «ОТ»	Непонимание общей цели Отсутствие идеологии	Слишком жесткие правила Недостаточная стабильность	Отсутствие развития	Отсутствие обратной связи Скучные, рутинные задачи
Постановка задач	Обозначить ценности, разделить на долгосрочные и краткосрочные	По SMART	Совместно обсуждать цель и задачи, с возможностью корректировки	По SMART+ «дробить» на короткие. По несколько задач сразу	
Участие в коллективных собраниях	Критично важно	Не важно, есть более важные вещи	Важно	Важно	

ПЕРЕЕЗД КАК ШАГ К СВЕТЛОМУ БУДУЩЕМУ: ОПЫТ ДРТ

Компания «Деловые решения и технологии» (ДРТ), до 2022 года работавшая в России под брендом Deloitte, в скором времени планирует переезд в строящийся бизнес-центр Dubinin Sky в районе Павелецкого вокзала в Москве. Об этапах подготовки к масштабному переезду и о том, какие изменения произошли в компании за последние три года, нашему журналу рассказала Юлия Жуковская, директор по корпоративной поддержке бизнеса.



Юлия Жуковская, директор по корпоративной поддержке бизнеса, ДРТ

— **Ваша компания долгое время арендовала большой офис в бизнес-центре «Белая площадь». Почему решили переезжать?**

— Мы начали рассматривать возможность переезда еще в 2020 году, когда удаленная работа стала практически нормой и число сотрудников в офисе значительно сократилось. В результате офис использовался не в полную силу. Пандемия

коронавируса добавила свои сложности в эту ситуацию. Наша компания пыталась отказаться от лишних этажей, но сложные условия договора с арендодателем не оставили нам выбора. В конечном итоге мы заняли три этажа и попытались сдать лишние площади в субаренду, что оказалось довольно сложной задачей.

— **Как выбирали новое место для офиса?**

— Несмотря на мнение брокеров о нехватке вакантных площадей на рынке, мы исследовали около 40 объектов — как новые, так и только что освободившиеся площади. В результате наш выбор пал на Dubinin Sky — строящийся проект, который, по нашему мнению, скоро станет новой стратегической локацией, подобной старой «Белой площади». Однако поскольку этот офис будет готов только в 2026 году, а аренда в «Белой площади» у нас заканчивается в 2025-м и продлить договор практически невозможно, нам пришлось принять решение о поиске временного места размещения.

В ближайшее время мы переезжаем в бизнес-центр Riverside Towers на Павелецкой. Этот шаг даст нам возможность существенно сократить офисные площади — с 7000 до 3500 кв. м, а также избавиться от всего лишнего и навести порядок.

Мы уже спланировали временный офис с учетом реальных потребностей бизнеса и сотрудников. Здесь будет внедрена система бронирования рабочих мест и переговорных, а также приема заявок. Мы проведем год в этом офисе, обобщим приобретенный опыт и сделаем выводы, прежде чем переехать в наш идеальный офис на Дубининской.

— **Коворкинг как временное решение не рассматривали?**

— Нет, для всей компании это невозможно. У нас значительное количество сотрудников, и с учетом того, что мы занимаемся аудиторской

деятельностью, требующей высокой степени конфиденциальности, коворкинги нам просто не подходят.

— **Как сотрудники относятся к переезду?**

— Отклики разные. Для некоторых, кто 15 лет пешком ходил в офис на Белорусской и купил квартиру неподалеку, этот переезд — не самая радостная новость. Однако многие готовы к изменениям и ожидают чего-то нового, поскольку устали от старого офиса. Переезд — это всегда чувствительный момент, но в целом сотрудники настроены на перемены.

Мы стараемся сделать новый офис таким, чтобы его не сравнивали с прежним, а воспринимали как новый дом. Планируем организовать экскурсии по району, показать Дом музыки и предложить новые мотивационные программы. Да, для кого-то дорога будет занимать больше времени, но это все же не за пределами города. Кроме того, сотрудники могут работать в гибком формате — как в офисе, так и удаленно.

— **Как вы готовитесь к переезду?**

— Поскольку у нас в «Белой площади» были пустые этажи, которые не сдали в субаренду, мы решили воспользоваться этой возможностью и забрали оттуда мебель для обустройства нового офиса. Мы постарались сделать процесс максимально незаметным — сотрудники даже не почувствовали, что идет переезд.

Во временном офисе уже выполнен ремонт, рабочие места подготовлены и оборудованы, и сейчас мы доукомплектовываем их всем необходимым. Уже установили вендинговые аппараты и кофемашины — это может показаться мелочью, но на самом деле очень важно.

Все работы проводились собственными силами: мы занимались планированием пространства, организацией рабочих мест и перевозкой мебели. При этом параллельно шел переезд офиса в Санкт-Петербурге — с двух этажей на один, подобная активность велась и во Владивостоке.

Это создавало большую нагрузку на мою команду, но мы понимали, что это этап подготовки к светлому будущему. Поэтому все проходило гармонично, и новый офис складывался как пазл.

— **У вас большой профессиональный опыт в административной сфере?**

— Да, я начинала свою карьеру в Deloitte в качестве руководителя отдела закупок, а до этого

МЫ СТАРАЕМСЯ СДЕЛАТЬ НОВЫЙ ОФИС ТАКИМ, ЧТОБЫ ЕГО НЕ СРАВНИВАЛИ С ПРЕЖНИМ, А ВОСПРИНИМАЛИ КАК НОВЫЙ ДОМ

работала в закупках крупных международных компаний. Когда я пришла в компанию, централизованной функции закупок не существовало — каждое подразделение решало эти вопросы самостоятельно. Я с нуля собрала команду, разработала закупочную политику и внедрила систему Ariba. За три года мне удалось наладить все процессы, после чего я ушла в поисках новых вызовов.

Когда международная компания Deloitte покинула российский рынок и в организации началась трансформация, меня пригласили оценить текущие процессы и предложить пути их развития. Вскоре мне доверили не только закупки, но и весь административный блок, включая региональные офисы. Так я стала руководителем отдела корпоративной поддержки бизнеса, которому сама и дала название.

— **Какова сегодня структура вашего отдела?**

— В отделе работает множество специалистов, каждый из которых выполняет важную роль. Состав команды включает закупщиков, административную команду, специалистов по эксплуатации недвижимости, центр административного обслуживания, партнерских и административных ассистентов, службу поддержки, почтовую службу, ресепшен, тревел- и транспортных менеджеров, организаторов мероприятий, команду, отвечающую за проекты ESG.

Вся корпоративная поддержка бизнеса, включая региональные офисы, находится в зоне моей ответственности. У нас большая команда — около 100 человек. Заметная часть моего времени уходит на сплочение и обучение коллектива, что, безусловно, играет ключевую роль в нашей работе.

— **Вы часто работаете удаленно. Как удается эффективно управлять большой командой на расстоянии?**

— Пандемия кардинально изменила наши рабочие привычки, и сотрудники уже не готовы возвращаться к строгому графику. К счастью, компания не требует обязательного присутствия

в офисе, и мы даже планируем переход на четырехдневную рабочую неделю. Наша цель — создать максимально комфортные условия для сотрудников, чтобы они могли выбирать формат работы, сохраняющий баланс между личной жизнью и работой. Мой личный девиз — не work-life balance, а life and work balance: сначала жизнь, потом работа.

В отделе корпоративной поддержки бизнеса создано несколько групп, и каждая из них имеет своего руководителя, на которого я могу положиться. Мы активно используем рабочие чаты, что позволяет мне быть в курсе всех процессов, быстро реагировать на изменения и поддерживать команду. Вся коммуникация построена так, чтобы мы работали как единый живой организм, независимо от того, где находимся физически. Это позволяет поддерживать высокий уровень взаимодействия и эффективности, даже работая удаленно.

— **Какие личные качества вы считаете ключевыми при подборе сотрудников?**

— На первом месте для нас стоят мотивация и ориентация на результат. Важно быть гибким, не ограничиваться рамками должностной инструкции и быть открытым к новым задачам. Способность быстро обучаться также является значительным преимуществом.

Мы высоко ценим равнодушие, любознательность и готовность брать на себя ответственность. Иногда эти качества не проявляются сразу, но мы внимательно отслеживаем их в процессе адаптации новых сотрудников. Ведь настоящая эффективность команды зависит не только от профессиональных навыков, но и от личных качеств каждого ее участника.

— **Что для вас важнее при выборе кандидата: профессиональные навыки или личные качества?**

— Все зависит от конкретной позиции. Например, для делопроизводителя важен минимальный опыт работы с документами и знание Word, а нашим внутренним системам мы обучим. Что касается ресепшена, то здесь ключевой является коммуникабельность — это лицо компании.

В административной команде мы акцентируем внимание не столько на опыте, сколько на софт-скиллах, адекватности и желании быть частью корпоративной культуры. Мы обучаем молодых специалистов внутри компании, многие

КОМПАНИЯ ПОСТОЯННО ЭКСПЕРИМЕНТИРУЕТ С ФОРМАТАМИ И ИЩЕТ СВОЙ УНИКАЛЬНЫЙ РЕЦЕПТ СОЗДАНИЯ СПЛОЧЕННОЙ КОМАНДЫ

из которых затем переходят в другие отделы, такие как HR, управление проектами, становятся бизнес-аналитиками. Благодаря этому внешняя текучка среди сотрудников минимальна.

Однако в отдел эксплуатации я, например, приняла на работу специалиста старше 50 лет, который прекрасно разбирается в технике, хотя его навыки коммуникации не столь сильны. Важно, чтобы каждый был на своем месте.

— **Как вы мотивируете свою команду?**

— Мы делаем акцент на вовлеченности. Для этого организуем корпоративные мероприятия, деловые выезды, вечера настольных игр и отмечаем дни рождения сотрудников. Компания постоянно экспериментирует с форматами и ищет свой уникальный рецепт создания сплоченной команды.

Например, когда в офисе на Белорусской не удалось сдать этажи в субаренду, мы решили превратить их в пространства для встреч и отдыха. Эти зоны оборудованы массажными креслами, из окон открываются красивые виды, что сделало их центром неформального общения и отдыха.

— **Что лично вас вдохновляет на работу?**

— Я по натуре оптимист, люблю наводить порядок, внедрять новые процессы и видеть результат. Для меня важна гибкость: я мама двоих детей, воспитываю их одна и ценю, что могу работать в удобном для себя ритме. Главное — это результат, а не то, где и когда ты его достигаешь.

Я стараюсь делать все «как для себя», и меня вдохновляют масштабные проекты, новые задачи, возможность реализовывать свои идеи и видеть, как они делают жизнь коллег проще и приятнее. Каждый мой день в компании — шанс сделать что-то значимое и быть частью команды, которая стремится к успеху. В конечном итоге, именно это и поддерживает мой энтузиазм и желание продолжать работать в этой сфере. ■

Беседа вела Виктория Тот



TELEGRAM CHANNEL

Office Xxi

ПОДПИШИТЕСЬ НА ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛ ОФИС ХХІ —
ЖУРНАЛ «АДМИНИСТРАТИВНЫЙ ДИРЕКТОР»
БУДЬТЕ В ЦЕНТРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СОБЫТИЙ!

t.me/magadmdir





АВАНГАРДНЫЙ БИЗНЕС-ЦЕНТР ПОСТРОЯТ В ПРЕСНЕНСКОМ РАЙОНЕ

Мосгосстройнадзор выдал разрешение на строительство офисного центра в Пресненском районе столицы. Общая площадь 11-этажного бизнес-центра составит почти 18 тыс. кв. м. На первом этаже здания разместятся входная

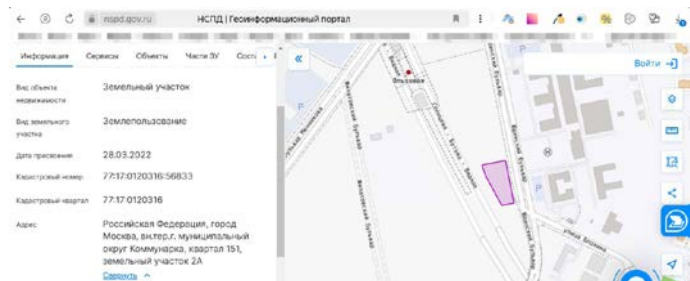
группа, коммерческие помещения для торговли и фитнес-клуб с бассейном, на втором — предприятие общественного питания, а выше — офисы различных планировок.

Строительство бизнес-центра «Шелепиха» будет осуществлять холдинг «Экто». В здании установят семь лифтов. Реализация проекта позволит создать более 900 рабочих мест.

«Здание получит выразительную архитектуру: основной стеклянный объем овальной формы будет располагаться на ступенчатом стилобате. Для отделки фасадов используют панели стального цвета, структурное остекление. Авангардный бизнес-центр даже попал в этом году в шорт-лист Архитектурной премии Москвы», — рассказал главный архитектор Москвы, первый заместитель председателя Комитета по архитектуре и градостроительству (Москомархитектура), входящего в Комплекс градостроительной политики и строительства столицы, Сергей Кузнецов.

ДЕВЕЛОПЕРЫ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ПОКОРЯЮТ ОФИСНЫЙ РЫНОК

Еще один девелопер жилой недвижимости — компания Touch заходит в сегмент офисной недвижимости. Об этом рассказал Сергей Шиферсон, управляющий партнер компании, в своем телеграм-канале. Название нового бренда, под которым компания будет покорять рынок офисной недвижимости, — Touch office. Сделка по покупке земельного участка площадью 0,4993 га в московской Коммунарке уже закрыта. БЦ будет построен в рамках реализации многофункционального проекта.



НОВЫЙ ОФИСНЫЙ КОМПЛЕКС С САДАМИ НА КРЫШЕ ПОЯВИТСЯ В МОСКВЕ



Группа «Абсолют» построит бизнес-центр общей площадью 45 тыс. кв. м рядом со станцией метро «Университет» в Москве. Как отмечается в сообщении Москомархитектуры, объект будет состоять из трех офисных зданий, объединенных торговой галереей. Архитектурное проектирование осуществляло бюро UNK.

На первом этаже офисного комплекса разместятся лобби и торговая галерея на 5000 кв. м. Со второго по шестой этаж запланированы офисные помещения. Также предусмотрена эксплуатируемая кровля с садами общей площадью около 3,4 тыс. кв. м и со стеклянной ширмой, спроектированной в качестве защитного ограждения.

«АХМАТ ТАУЭР» — СЕЙСМОУСТОЙЧИВЫЙ НЕБОСКРЕБ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ

Российский фонд прямых инвестиций (РФПИ) направит 2,5 млрд рублей на строительство небоскреба «Ахмат тауэр». Многофункциональный высотный комплекс будет возведен в центре Грозного, на правом берегу реки Сунжи.

В основу архитектурной концепции проекта заложен внешний облик чеченских родовых башен XII–XVI веков, а зубчатая конфигурация фасада напоминает старинную каменную кладку.

Здание высотой 435 метров и общей площадью 262 тыс. кв. м расположится на участке площадью 12,5 га. Планируется, что в башне будут располагаться офисы, гостиница, рестораны, банкетные и конференц-залы, фитнес-центр с бассейном, спа-комплекс, жилые апартаменты и резиденции. Ярким дополнением станут смотровая площадка, панорамный ресторан и музейно-выставочный комплекс.

Уникальность проекта заключается в географическом расположении комплекса — это будет первый в Европе небоскреб, построенный



в зоне высокой сейсмической активности. Благодаря специально разработанным конструктивным и технологическим решениям сейсмическая устойчивость небоскреба не имеет аналогов в мире. Здание будет облицовано высокотехнологичным модульным фасадом, чья композитная система, состоящая из специального стекла и металла, адаптирована под сейсмические и пожарные особенности проекта.

ТЕХНОЛОГИИ И ПРИРОДА В ОДНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Компания «Технониколь» представила рязанцам инновационный грин-офис и показала, как можно обустроить пространство для работы и отдыха с применением современных экологических решений.

Площадь нового зеленого офиса предприятия в Рязани составляет 3000 кв. м. Перед зданием — заправка для электрокаров, велопарковка и небольшой сквер с лавочками и турниками. Вопрос отопления и охлаждения помещений решен с помощью геотермальных систем — они уходят вглубь на 40 метров. 1500 кв. м солнечных панелей расположены на крыше — они с апреля по сентябрь готовы на 50–70% закрыть потребности здания.

Температуру в офисе регулируют автоматически — ночью она ниже, чем в рабочие часы. В офисе использованы самые современные технологические решения — энергосберегающая оболочка здания, окна с высоким сопротивлением теплопередаче. За качеством воздуха следят

датчики CO₂. Система энергосберегающего освещения максимально использует естественный свет, который идет через панорамные окна, в том числе на крыше. Уровень освещения можно быстро отрегулировать через корпоративное приложение.

Крыша здания тоже зеленая. На ней уже готовят специальную зону, где можно будет отдохнуть с чашечкой кофе или поработать за ноутбуком на воздухе.

К настоящему времени утверждены планировочные решения всех этажей и офисов, визуализации лобби, мест общего пользования. В июле начнутся демонтажные работы, а осенью девелопер приступит к ремонту.

Элементы индустриального стиля найдут отражение в визуальном облике зданий изнутри и снаружи. Например, для отделки и декора выберут материалы, характерные для эпохи авангарда. Компания также планирует сохранить часть исторических элементов. Рассматривается возможность благоустройства внутреннего двора-колодца, который станет ключевым элементом общей концепции.

ВАЖНОСТЬ БЮДЖЕТА ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ — ФУНДАМЕНТ УСПЕШНОГО ПРОЕКТА

Проектирование — это захватывающий процесс, позволяющий превратить мечты об идеальном офисе в реальность, учесть все нюансы пространства и инженерных систем. Однако чтобы этот процесс не превратился в кошмар, а результат радовал долгие годы, необходимо четко понимать и учитывать один из самых важных факторов — бюджет.



Автор: Дмитрий Черношвец, основатель проектно-строительной компании **DIM construction**

Бюджет — это не просто цифра, это фундамент, на котором строится весь проект. Он определяет границы возможного, направляет выбор материалов, инженерных решений, мебели и декора и, в конечном итоге, влияет на результат.

Давайте разберемся глубже в этапах этого непростого и увлекательного процесса, а также рассмотрим роль генпроектировщика.

Генпроектировщик — дирижер оркестра при создании идеального офиса

Современный офис — это не просто место для работы, это сложная экосистема, влияющая на продуктивность, креативность и общее благополучие сотрудников. Создание такого пространства требует комплексного подхода и слаженной работы целой команды специалистов. И в этой команде ключевую роль играет генпроектировщик.

Кто же такой генпроектировщик и почему его участие так важно в проектировании офиса? Генпроектировщик (генеральный проектировщик) — это организация или специалист, ответственный за координацию и управление всем процессом проектирования объекта, в данном случае — офиса. Он выступает в роли дирижера, объединяющего усилия архитекторов, инженеров, дизайнеров интерьера, специалистов по IT-инфраструктуре и других подрядчиков.

В чем заключается важность генпроектировщика при проектировании офиса?

Комплексный подход и единая концепция: Генпроектировщик обеспечивает целостное видение проекта, гарантируя, что все элементы офиса — от планировки и инженерных систем до дизайна интерьера и освещения — гармонично сочетаются и работают на достижение общей цели. Он разрабатывает единую концепцию, учитывающую потребности заказчика, специфику бизнеса и современные тенденции в организации рабочего пространства.

Оптимизация затрат и сроков: Благодаря координации всех этапов проектирования генпроектировщик помогает избежать дублирования работ, оптимизировать использование ресурсов и соблюдать установленные сроки. Он контролирует бюджет проекта, выявляет потенциальные риски и предлагает эффективные решения для их минимизации.

Соответствие нормам и требованиям: Генпроектировщик несет ответственность за соответствие проекта всем действующим строительным нормам, правилам пожарной безопасности, санитарным требованиям и другим регламентам. Это позволяет избежать проблем при согласовании проекта и вводе объекта в эксплуатацию.

Эффективная коммуникация и координация: Генпроектировщик выступает в качестве единого контактного лица для заказчика и всех участников проекта. Он организует регулярные совещания, контролирует выполнение задач, оперативно решает возникающие вопросы и обеспечивает своевременное информирование всех заинтересованных сторон.

Инновационные решения и современные технологии: Генпроектировщик следит за новыми тенденциями в проектировании офисных пространств, предлагает инновационные решения и использует современные технологии для создания комфортной, функциональной и эффективной рабочей среды. Это может включать в себя использование BIM-технологий, разработку умных систем управления зданием, внедрение энергоэффективных решений и многое другое.

Какие задачи решает генпроектировщик при проектировании офиса?

Разработка концепции офиса: Определение целей и задач проекта, анализ потребностей заказчика, разработка технического задания.

Планирование и зонирование пространства: Оптимальное распределение рабочих мест, зон отдыха, переговорных комнат и других функциональных зон.

Проектирование инженерных систем: Разработка проектов систем вентиляции, кондиционирования, отопления, электроснабжения, водоснабжения и канализации.

Дизайн интерьера: Разработка концепции дизайна, подбор отделочных материалов, мебели и оборудования.

Согласование проекта: Получение необходимых разрешений и согласований в государственных органах.

Авторский надзор: Контроль за соответствием строительно-монтажных работ проектной документации.

Определившись с «дирижером», можно переходить к самому важному — планированию бюджета. Бюджетирование является не просто формальной процедурой, а основополагающим инструментом, от которого зависит успех проекта.

Почему бюджет так важен при разработке проекта?

Реалистичное планирование: Бюджет позволяет сразу отсеять нереалистичные идеи

и сосредоточиться на тех, которые действительно можно воплотить в жизнь.

Мечтать о мраморе, сложных инженерных решениях и дорогой мебели — прекрасно, но если бюджет этого не позволяет, то лучше сразу же рассмотреть альтернативные варианты, тем самым сократить сроки и силы на поиск других возможностей.

Оптимизация расходов: Зная свой бюджет, можно грамотно распределить средства между различными этапами ремонта и элементами интерьера. Например, можно сэкономить на отделочных материалах, выбрав более доступные аналоги, и вложить больше средств в качественные инженерные системы или освещение.

Предотвращение перерасхода: Четко определенный бюджет помогает избежать спонтанных затрат и импульсивных решений, которые часто приводят к перерасходу средств. Он служит своеобразным «стоп-краном», напоминая о финансовых рамках проекта.

Эффективное сотрудничество с генпроектировщиком: Проработанная до мелочей детализация проекта помогает избежать ошибок и перерасхода. Обсуждение бюджета с командой профессионалов на начальном этапе — это залог успешного сотрудничества. Генпроектировщик сможет предложить оптимальные решения, учитывая ваши финансовые возможности, и поможет избежать разочарований в будущем. Важным моментом является учет рисков, которые могут возникнуть при поставках оборудования и строительных материалов, а это напрямую влияет на сроки и стоимость, вот тут как раз очень важна экспертиза профессионалов, так как они ориентируются на этом рынке многообразия и могут нивелировать риски.

ЗНАЕТЕ ЛИ ВЫ, ЧТО, СОГЛАСНО ИССЛЕДОВАНИЮ ОКСФОРДСКОГО УНИВЕРСИТЕТА, ТОЛЬКО 8% КРУПНЫХ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ УКЛАДЫВАЮТСЯ В ИЗНАЧАЛЬНЫЙ БЮДЖЕТ И СРОКИ? ПРИ ЭТОМ СРЕДНИЙ ПЕРЕРАСХОД СОСТАВЛЯЕТ 28%, А ЗАДЕРЖКИ — ДЕСЯТКИ МЕСЯЦЕВ

Прозрачность и контроль: Бюджет позволяет отслеживать расходы на каждом этапе ремонта и контролировать, чтобы они не выходили за рамки запланированного. Это дает уверенность в том, что проект будет завершен в срок и без неприятных сюрпризов.

Как правильно составить бюджет для проекта?

Составление бюджета — это ответственный процесс, требующий внимательности и учета множества факторов. Вот несколько советов, которые помогут вам в этом:

Определите общую сумму: Начните с определения общей суммы, которую вы готовы потратить на ремонт. Учитывайте не только стоимость материалов и мебели, но и оплату работы дизайнеров, строителей и других специалистов. Максимально детализируйте смету, чем подробнее смета, тем меньше вероятность неожиданностей. Разбивайте работы на этапы, указывайте не только основные, но и вспомогательные процессы.

Разбейте бюджет на категории, такие как:

Дизайн-проект: Оплата услуг дизайнера.

Демонтажные работы: Снос старых конструкций, вывоз мусора.

Черновые работы: Выравнивание стен, пола, потолка, электропроводка, сантехника.

Отделочные работы: Покраска, отделка поверхностей, укладка плитки, напольного покрытия.

Инженерные системы: Поставка инженерного оборудования.

Мебель: Покупка и изготовление индивидуальной мебели.

Освещение: Покупка светильников и осветительного оборудования.

Декор: Покупка текстиля, картин, ваз и других декоративных элементов.

Непредвиденные расходы: Заложите небольшой резерв на непредвиденные расходы (обычно 10–15%). Если проект долгосрочный, то это просто необходимо.

Проведите исследование рынка: Изучите цены на материалы, мебель и услуги в вашем регионе, не забывайте, что цены могут меняться ежемесячно. Сравните предложения разных поставщиков и подрядчиков.

Получите смету от генпроектировщика: Команда специалистов поможет вам составить подробную смету, учитывая ваши пожелания и финансовые возможности.

Простые шаги при планировании бюджета помогут избежать перерасхода средств и привести проект к успешной реализации. А выбор опытного и квалифицированного генпроектировщика — это инвестиция в успешное будущее вашего офиса и гарантированное исполнение запланированных расходов. Он поможет создать пространство не только функциональное и комфортное, но и способствующее повышению продуктивности, укреплению корпоративной культуры и привлечению талантливых сотрудников. ■

Офис якутского филиала IT-корпорации. Генподрядчик — компания **DIM construction**



БИЗНЕС ТРЕБУЕТ ГОТОВЫХ ОФИСОВ С ПРОДУМАННОЙ ИНФРАСТРУКТУРОЙ

На офисном рынке произошла смена парадигмы. Как рассказали в West Wind Group, теперь арендаторы и собственники ищут не гибкие, а полностью продуманные девелоперами пространства. Ремонта под ключ и развитой инфраструктуры здания уже недостаточно, к запросам добавилась детальная проработка офисных блоков.

Пользователям важно, чтобы в помещениях были заранее распланированы все функциональные зоны. Теперь девелоперу нужно спроектировать до мелочей, где будут находиться серверная и переговорная комнаты, кофе-пойнты, зоны для командной работы и wellness, душевые в дополнение к стандартным санузлам.

Требования к планировкам также стали другими: бизнес предпочитает только смешанные, в которых сочетаются и кабинеты, и open space. Вариант «что-то одно» исчез из запросов.



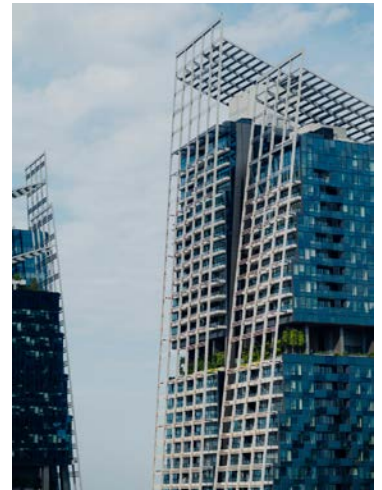
Елизавета Ильюхина, руководитель коммерческого департамента West Wind Group, полагает, что офисный рынок ждет дальнейшая эволюция «упакованного» продукта. Заметен четкий тренд: девелоперские проекты становятся все более продуманными, превращаясь из просто «помещений с ремонтом» в готовую рабочую экосистему. Причина не только в быстро меняющихся экономических условиях. Влияет и стремительная цифровизация жизни, ускоряющая деловой ритм в целом.

«От компаний в этих условиях требуется предельная концентрация на основных процессах, оперативность в масштабировании или сокращении бизнеса — и все это без временных затрат на обустройство. Мы приходим к парадоксу: чем выше степень цифровизации, тем больше ценность тщательно спроектированного физического пространства», — подчеркнула эксперт.

СТРОЯЩИЕСЯ ОФИСЫ В МОСКВЕ ДОРОЖАЮТ БЫСТРЕЕ ГОТОВЫХ

Офисная недвижимость на стадии строительства по итогам мая оказалась на 14% дороже, чем в уже сданных в эксплуатацию бизнес-центрах. По данным Remain, средняя цена помещений в бизнес-центрах Москвы на этапе строительства составила 425 тыс. рублей за кв. м, что на 22% выше, чем в уже завершённых проектах. Это связано с ростом себестоимости строительства и дефицитом предложения готовых площадей.

Тем временем инвесторы в строящиеся объекты пользуются моментом высокого спроса и продают свою недвижимость втрое дороже рынка, что еще увеличивает разрыв между строящимися и готовыми объектами.



НОВЫЙ ГОСТ ДЛЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Недавно обновлен национальный стандарт ГОСТ Р 54964–2023 «Оценка соответствия. Экологические требования к объектам недвижимости».

Теперь здания и сооружения любого назначения — от жилых домов до офисов, складов и промышленных комплексов — могут быть официально сертифицированы с точки зрения их

воздействия на окружающую среду и соответствия параметрам устойчивого развития. В новых стандартах соблюдены три главных принципа:

Универсальность — распространяется на все типы зданий, включая прилегающую территорию.

Полный цикл — охватывает все этапы жизни здания: проектирование, строительство, эксплуатацию, реконструкцию, демонтаж и утилизацию.

Релевантность рынку — понятна всем застройщикам, девелоперам, владельцам коммерческой и логистической недвижимости.

ТРИ БОЛИ АДМИНИСТРАТИВНОГО ДИРЕКТОРА В 2025 ГОДУ И КАК ИХ РЕШИТЬ С ПОМОЩЬЮ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОФИСОМ

Зачем платить за пустые квадратные метры, если многие работают из дома? Почему переговорные комнаты забронированы, хотя половина из них остается неиспользованной? И вообще, зачем нужен офис, если в нем некому работать? Эти вопросы административные руководители слышат постоянно. Парадокс в том, что места вроде бы много, но его все равно не хватает. Деньги компании утекают, а сотрудники остаются недовольны. Компания **UnSpot** проанализировала три главные проблемы административных директоров и предложила эффективные решения для их устранения.



Автор: Ольга Костикова,
директор по развитию компании UnSpot

Боль № 1: Хаос с бронированием переговорных

Типичная ситуация: менеджер по продажам обращается к административному директору с проблемой — через 15 минут важная встреча с клиентом, а свободную переговорную комнату найти невозможно. Все помещения либо заняты, либо забронированы.

Вместе они идут проверять и видят парадоксальную картину: в первой переговорной на 10 мест сидят всего двое с ноутбуками, во второй — пусто, но на двери висит распечатка «Забронировано с 9:00 до 18:00», третья комната заперта, хотя внутри никого нет. В итоге из шести переговорных на этаже реально используются только две.

Проблема очевидна — места есть, но система их распределения не работает. Сотрудники бронируют комнаты «с запасом», не отменяют

неактуальные встречи и занимают большие переговорные для мини-совещаний. А те, кому переговорная нужна срочно, вынуждены бегать по этажам или проводить встречи в коридоре.

Причины такой ситуации, когда сотрудники бронируют переговорные «про запас» и не отменяют неиспользуемую бронь, когда небольшие встречи на 2–3 человека проходят в больших комнатах на 10–12 мест, как правило, вызваны отсутствием единой системы, где можно увидеть все доступные переговорные в реальном времени.

Агентство **MGCОM** хорошо знакомо с проблемой поиска свободных переговорных комнат. С ростом команды до 1800 человек и переходом на гибридный формат работы организация офисного пространства стала настоящим вызовом. Несмотря на наличие 29 переговорных комнат, сотрудники тратили по 5–10 минут, обходя этажи в поисках свободной комнаты.

Решение пришло с внедрением системы управления офисом. Теперь сотрудники **MGCОM** самостоятельно планируют график посещения офиса и в два клика бронируют все необходимое — от рабочих столов и переговорных комнат до парковочных мест и акустических кабинок.

Преимущества, которые **MGCОM** получило после внедрения системы **UnSpot**:

- Время поиска переговорной сократилось с 10 минут до 30 секунд.
- Жалобы на нехватку переговорных полностью прекратились.
- Исчезли конфликты между сотрудниками.
- Появилась точная статистика для оптимизации пространства.

[Читать кейс MGCОM](#)

Боль № 2: Невозможно предсказать загрузку офиса

Показательный пример — ситуация с парковкой. В понедельник приезжают 250 сотрудников на 150 парковочных мест. Люди опаздывают на работу, теряют время на поиск места. В пятницу та же парковка заполнена лишь на треть — всего 80 машин.

Такие колебания происходят каждую неделю. Административный директор не может точно предсказать загрузку и вынужден выбирать: либо содержать избыточные ресурсы для пиковых дней, либо экономить и сталкиваться с жалобами сотрудников.

Парковка — лишь один из примеров. Непредсказуемая посещаемость сотрудников влияет на работу разных офисных служб:

- Клининг продолжает убирать все пять этажей офиса по полному тарифу, даже когда два из них фактически пустуют. В дни низкой посещаемости на целых этажах могут работать всего 5–10 человек, но клининговая компания выставляет счет за уборку всех помещений — коридоров, кабинетов, санузлов. Сократить объем нельзя, ведь в другие дни эти этажи полностью заняты.
- Инженерные системы вентиляции и кондиционирования работают на максимальной

«Нам нужно было организовать работу так, чтобы все 600 сотрудников могли комфортно пользоваться 60 рабочими местами, — объясняет представитель «МТС Линк». — В гибридном формате люди приходят в офис не каждый день, поэтому важно понимать паттерны посещаемости, чтобы избежать ситуаций, когда в офис приходят больше сотрудников, чем есть свободных мест».

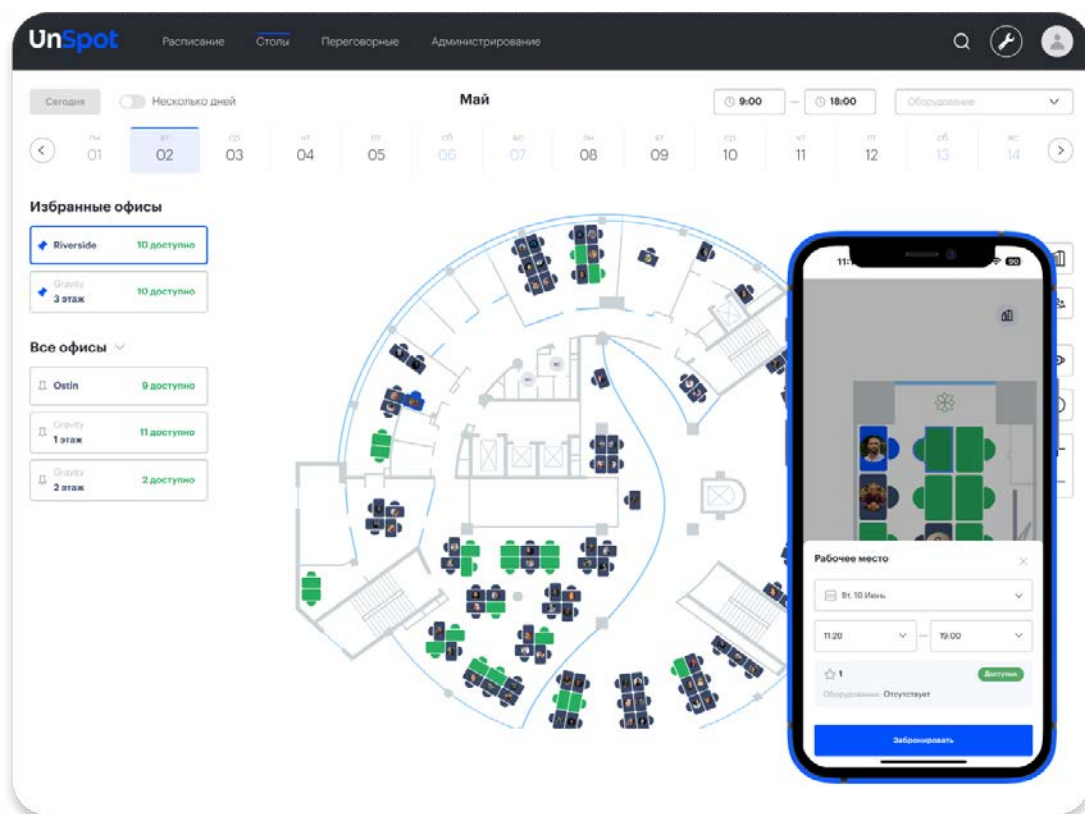
мощности «для подстраховки». Системы охлаждают летом и обогревают зимой полупустые этажи, расходуя электроэнергию на поддержание комфортной температуры в помещениях с несколькими сотрудниками. Выключить их нельзя — вдруг сегодня загрузка офиса будет высокой.

Компания «МТС Линк» столкнулась с проблемой оценки загрузки офиса при переходе на гибридный формат работы. В конце 2023 года организация переехала в новое пространство с 60 рабочими местами для 600 сотрудников.

Компания внедрила UnSpot, чтобы:

- Организовать предварительное бронирование рабочих мест.

Интерфейс системы UnSpot



- Получать аналитику и прогнозы загрузки офиса.
- Помогать сотрудникам планировать визиты в офис.
- Избежать конфликтов из-за нехватки мест.

Результат: система позволила эффективно управлять ограниченным пространством. Благодаря данным о бронированиях администрация заранее видит дни с пиковой нагрузкой и может корректировать расписание команд.

[Читать кейс МТС Линк](#)

Боль № 3: Зачем нужен офис, если все работают удаленно

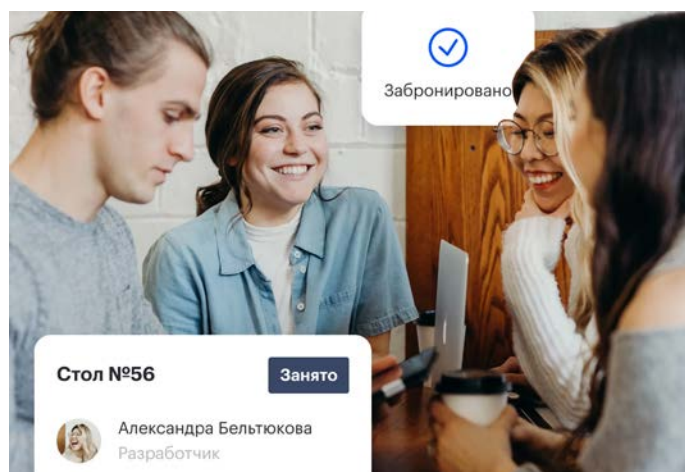
«Если часть сотрудников работает из дома, почему бы нам не отказаться от офиса?» — этот вопрос от генерального директора может поставить административного директора в затруднительное положение. И действительно, если смотреть только на цифры расходов, логика кажется железной: закрыть офис, сэкономить сотни миллионов и перевести всех на удаленку.

Но офис — это место, где рождаются идеи, формируются команды, передается культура. Как объяснить это финансовому директору, который смотрит только на строку расходов в отчете?

Традиционные аргументы про важность личного общения и командный дух звучат неубедительно. «Это все эмоции, а где цифры?» — справедливо замечает руководство. Здесь на помощь приходят данные, которые собирают современные системы управления офисом.

Аналитика UnSpot фиксирует паттерны использования офисного пространства: частоту

Эффективное управление офисом — это не мечта, а реальность с UnSpot



Система UnSpot помогает планировать загрузку офиса и оптимизировать расписание команд

встреч команд, посещаемость новыми сотрудниками, использование различных зон офиса. Все эти инсайты UnSpot представляет в виде понятных дашбордов, которые легко показать руководству. Вместо эмоциональных аргументов — конкретные данные об использовании офисного пространства.

От управления затратами к управлению эффективностью

Три описанные проблемы — ежедневная реальность административных директоров. Гибридный формат работы изменил правила игры, и старые методы управления офисом перестали быть эффективными.

Решение есть — использовать данные вместо догадок. Современные системы управления офисом собирают статистику и помогают принимать обоснованные решения. Больше не нужно гадать, сколько сотрудников придет завтра, или спорить о необходимости дополнительных переговорных комнат. Все ответы содержатся в отчетах и аналитике.

Технологии управления офисным пространством доступны уже сегодня. Остается только начать их использовать. ■

Материал опубликован на правах рекламы

Иллюстрации: UnSpot

ОФИС — ЭТО МЕСТО, ГДЕ РОЖДАЮТСЯ ИДЕИ, ФОРМИРУЮТСЯ КОМАНДЫ, ПЕРЕДАЕТСЯ КУЛЬТУРА

ИНВЕСТОРЫ ОБЕСПЕЧИЛИ БОЛЕЕ 70% ПРЕДЛОЖЕНИЯ АРЕНДЫ ОФИСОВ В МЕЛКУЮ НАРЕЗКУ В МОСКВЕ

Инвесторы формируют 72% (32 400 кв. м) аренды офисов в мелкую нарезку в Москве, а оставшаяся часть предлагается напрямую от девелоперов, как следует из данных консалтинговой компании CORE.XP. На столичный рынок аренды к июню 2025 года впервые вышло более 45 тыс. кв. м офисных площадей в бизнес-центрах, реализованных в формате мелкой нарезки.

При этом крупные форматы площадью свыше 1000 кв. м занимают менее 13% от общего объема, 17% — блоки от 300 до 1000 кв. м, а 70% — небольшие офисы площадью до 300 кв. м. Доля блоков более 5000 кв. м составляет менее 1% от общего объема.

Спрос на офисы в мелкую нарезку сохраняется, несмотря на высокий уровень процентных ставок. Лишь за первое полугодие этого года было приобретено 43 тыс. кв. м, что сопоставимо с показателями аналогичного периода 2024 года.

По данным CORE.XP, всего в столице построят 628 тыс. кв. м офисов, реализуемых в формате продажи лотами или этажами, в 2022–2025 годах. При этом 427 тыс. кв. м из них введут в эксплуатацию до конца текущего года.

РОССИЙСКИЕ КОМПАНИИ РАСШИРЯЮТСЯ В ОАЭ, АРЕНДА ОФИСОВ ДОРОЖАЕТ

По данным Nikoliers на апрель 2025 года, в Объединенных Арабских Эмиратах работают более 4000 компаний с российским участием. Российские компании представлены преимущественно в секторах ИТ (32%), брокериджа (26%), девелопмента (19%), ретейла и юридических услуг (по 10%).

Средняя площадь занимаемых российскими компаниями площадей оценивается в 300–400 кв. м.

В числе основных локаций присутствия компаний с российскими корнями — Business Bay (там, в частности, расположен офис девелоперской Orange Group), Dubai Media City (Kaspersky Lab), Trade Center First (FixPrice) и другие.

Расходы компаний на размещение растут: в первом квартале 2025 года средневзвешенная ставка аренды в ключевых деловых районах увеличилась на 11% к аналогичному периоду 2024 года, до 190 дирхамов за 1 кв. фут в год (или около 550 долларов за 1 кв. м). По сравнению с концом 2021 года, до активной экспансии российского бизнеса в регионе, показатель увеличился на 31%.

ОФИСНЫЙ РЕДЕВЕЛОПМЕНТ: КАК ПРОДВИГАЕТСЯ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ

Импортозамещение материалов и оборудования в сфере офисного строительства и речедевелопмента продвигается с разной скоростью. По одним позициям доля российской продукции уже приближается к 80%, а по другим она остается минимальной. Специалисты West Wind Group поделились мнением относительно ситуации в их профильной нише — речедевелопменте зданий в офисные центры класса В+.

Лучше всего обстоят дела с материалами для наружной отделки, особенно для мокрых фасадов. Доля отечественных производителей и до 2022 года была высокой, а сейчас она превышает 90%.

Для внутренней отделки используют 70–80% российских материалов. Импорتنые материалы для бизнес-центров класса В+ в основном

поставляются из Китая и небольшая их часть — из европейских стран, в частности из Италии.

В сфере инженерных систем импортозамещение носит, скорее, формальный, чем реальный характер. В большинстве случаев, даже если бренд является российским, при производстве применяются иностранные технологии, значительная часть комплектующих также поставляется из-за рубежа. В офисных центрах премиального уровня используется до 80% российского оборудования с иностранными комплектующими.

А вот продукция отечественных производителей лифтового оборудования пока не представлена в БЦ класса В+. Девелоперы после ухода европейских брендов перешли на качественные китайские аналоги.

РАБОТА РЯДОМ С ДОМОМ: НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ДЛЯ БИЗНЕСА

В современном мире граница между работой и личной жизнью становится все более размытой. По данным консалтинговой фирмы *Global Workplace Analytics*, 67% сотрудников отмечают повышение своей продуктивности при частично удаленной работе. Однако у этой медали есть и обратная сторона: 77% работников жалуются на снижение эффективности из-за многочисленных отвлекающих факторов дома.

Для многих специалистов, особенно в творческих профессиях, офисная среда остается незаменимым источником вдохновения и профессионального роста. Важно отметить, что современные рабочие пространства создаются по принципиально новым стандартам: это уже не монотонные ряды столов, а универсальные зоны для различных задач — от сосредоточенной индивидуальной работы до коллективных обсуждений и полноценного отдыха. Исследования подтверждают, что продуманный дизайн, живые растения в интерьере и комфортные зоны для перерывов помогают раскрыть потенциал сотрудников и повышают эффективность работы на 15–20%.

Баланс между офисом и удаленкой: поиск золотой середины

Несмотря на преимущества удаленной работы, большинство руководителей относятся к ней с определенной долей осторожности. Их беспокоит необходимость контролировать рабочие процессы, поддерживать командный дух и развивать корпоративную культуру. При этом полный отказ от гибких форматов часто создает серьезные проблемы: снижается мотивация персонала, растет число увольнений, возникают сложности с привлечением талантливых специалистов.

В этой ситуации оптимальным решением становится организация рабочих мест недалеко от домов сотрудников. Такой подход сохраняет все преимущества офисного формата, но устраняет его главный недостаток — длительные ежедневные поездки на работу и обратно.

Концепция «15-минутного города», уже успешно реализованная в Париже, Барселоне, Мельбурне и других крупных мегаполисах, становится все более популярной и в России. Суть этой градостроительной идеи заключается в создании районов, где все необходимое — жилье, рабочие места, магазины, развлекательные и социальные объекты — находится в пределах короткой прогулки или поездки. Согласно данным Института городского планирования, такая модель позволяет экономить до 68% времени на дорогу, что для среднестатистического сотрудника составляет около 340 часов в год.

Дефицит качественных офисных площадей

На московском рынке коммерческой недвижимости наблюдается существенный дефицит качественных офисных площадей. Аналитические данные *NF Group* свидетельствуют, что доля свободных помещений составляет всего 6,3% от общего объема — показатель, близкий к рекордно низкому уровню 2007 года. В сегменте класса А ситуация наиболее напряженная: доля свободных площадей сократилась до 8,3%, что на 4,1% ниже, чем в начале года. По оценкам заместителя коммерческого директора ГК «А101» Оксаны Моисеевой, подобная ситуация сохранится как минимум в ближайшие три года.

Экология и комфорт: новые приоритеты офисных пространств

Важнейшим преимуществом новых бизнес-центров становится их расположение в экологически благоприятных районах. Современные офисные комплексы представляют



собой эстетически привлекательные здания европейского уровня, окруженные зелеными зонами и природными водоемами. Панорамные окна и открытые террасы создают для сотрудников ощущение гармонии с окружающей средой. Исследования HeadHunter показывают, что в таких условиях уровень стресса снижается примерно на 25%, а удовлетворенность работой значительно возрастает.

Учитывая экономическую целесообразность и удобство для персонала, московские компании все чаще выбирают офисные пространства в Новой Москве. Показательным примером может служить бизнес-квартал «Прокшино» — современный многофункциональный комплекс с потенциалом размещения более 16 тысяч сотрудников. Структура этого объекта оптимально сбалансирована между офисными помещениями класса А и развитой коммерческой инфраструктурой.

Первая очередь проекта была полностью реализована еще в 2023 году, что свидетельствует о высоком спросе на подобные решения. Практика показывает, что для сотрудников компаний-резидентов ежедневная экономия времени значительна благодаря удобному расположению на ветке метро, новым дорогам и отсутствию пробок. Компании-арендаторы отмечают повышение лояльности персонала и существенное снижение затрат на аренду — почти вдвое по сравнению с центральными районами города. Дополнительным преимуществом для работодателей становится расширение базы потенциальных специалистов за счет локального рынка труда.

Перспективы развития деловой недвижимости

Пространства для бизнеса и развития корпоративной культуры актуальны для компаний любого масштаба. Одной из ключевых тенденций в сфере офисной недвижимости становится создание гибких, многофункциональных пространств, которые можно оперативно адаптировать под различные задачи бизнеса. Как отмечает Оксана Моисеева, такие решения позволяют существенно оптимизировать расходы, не жертвуя при этом комфортом и эффективностью рабочих процессов.

ГК «А101», как крупная градостроительная компания с большим земельным банком



и масштабными проектами, активно разрабатывает комплексные программы поддержки бизнеса: гибкие условия аренды, корпоративные программы продажи квартир для сотрудников резидентов бизнес-центров, современные цифровые сервисы для арендаторов. Бизнес, выбирая бизнес-квартал «Прокшино», может найти в лице ГК «А101» надежного партнера для развития и решения глобальных задач. Эта стратегия способствует развитию предпринимательства в новых районах, формируя полноценные деловые экосистемы за пределами исторического центра города.

В ближайшей перспективе децентрализация офисных пространств станет основным вектором развития деловой инфраструктуры крупных городов. Все больше компаний рассматривают возможность открытия дополнительных офисов в удобных локациях, чтобы вернуть к себе сотрудников и существенно повысить их комфорт. Этот подход органично сочетает эффективность традиционных офисных форматов с комфортом и практичностью современных решений, отвечая потребностям как работодателей, так и профессионалов нового поколения. ■

На фото рендеры бизнес-квартала «Прокшино»



Материал предоставлен ГК «А101» и опубликован на правах рекламы

ИЗ СТЕКЛЯННЫХ ВЫСОТ НА ЗЕЛЕННЫЕ ПРОСТОРЫ



**Эксперт: Дина Красавина,
административный отдел
«Группы Оргсинтез»**

Почти три года назад «Группа Оргсинтез» переехала из «Москва-Сити» в Сколково. Это была не просто смена местоположения, для нашей компании переезд стал настоящим поиском баланса между комфортом, бюджетом и корпоративной культурой. Теперь, спустя время, можно подвести итоги и поделиться тем, что мы приобрели, а что потеряли на этом пути.

Когда я начала работать в компании, ее офисы находились в одной из башен делового центра. Мы арендовали помещения на трех разных этажах. Завораживающие виды на город, разнообразные кафе и магазины, метро в шаговой доступности — казалось, это идеальное место. Однако в 2022 году руководство приняло решение переехать в Сколково.

Организация переезда

Первым делом мы нашли компанию, которая должна была помочь нам с переездом и провести подготовительную работу. Из четырех предложенных вариантов мы выбрали ту фирму, с которой ранее уже сотрудничали. Она также оказалась единственной, которая не потребовала стопроцентную предоплату.

К нам заранее доставили упаковочный материал, стикеры, скотч, тележки и прочее. Сотрудникам была направлена инструкция о том, как упаковать и подписать свои личные вещи и рабочий инвентарь. Мы сделали маркировку столов,

тумбочек, настольных ламп и удлинителей, что значительно упростило разгрузку и подключение рабочих мест. Обратите внимание: транспортировка и подъем растений высотой более полутора метров, а также крупных сейфов оплачиваются по отдельному тарифу.

Работы по переезду проводились в выходные дни. Заранее были поданы заявки на въезд/выезд транспорта и проход сотрудников компании-перевозчика.

Первые дни в новом офисе

Мы понимали, что коллегам потребуется время для адаптации на новом месте. Поэтому заблаговременно разослали схемы проезда, рассказали, где можно поесть, и доброжелательно реагировали на все жалобы и недовольства.

Большая кухня вместо маленькой

Ранее мы перекусывали на бегу в ресторанах «Москва-Сити» или на маленькой кухне офиса. Сейчас у нас большая кухня, где сотрудники могут собираться на обед, делиться домашними пирогами или корейской морковкой ☺. Это место стало «сердцем» нашего офиса: здесь рождаются идеи и укрепляются связи.

Природа вместо бетона

Рядом со зданием, где сейчас располагается наш офис, находятся усадьба конца XIX века и примыкающий к ней парк. Летом, по уже сложившейся традиции, мы устраиваем корпоративный обед у озера, а зимой любимся заснеженными деревьями. Прогулки в обеденный перерыв заряжают энергией лучше любого кофе. Кстати, кофе можно взять с собой ☺.

Гибридный график работы

Ранее все работали строго в офисе и приходили каждый день. Мы думали, что переезд в новое пространство с большим open space позволит нам работать дружным коллективом. Однако не все специалисты, в которых компания была заинтересована, оказались готовы ежедневно приезжать в офис, несмотря на наличие парковочных мест и корпоративного транспорта, который ходит утром и вечером с 10-минутным интервалом.

В итоге у нас по согласованию с руководством появился гибридный график работы. Теперь сотрудники могут выбирать: приезжать в офис или работать удаленно. В нашу команду стали приходить новые специалисты, работающие изначально удаленно. Таким образом, местоположение офиса повлияло и на развитие компании. Ведь, как мы знаем, любой бизнес — это живой организм, который со временем меняется.

Все для развития команды

Переехав за МКАД, компания стала больше задумываться о своей привлекательности на рынке труда. Сегодня хорошей зарплатой и корпоративного транспорта недостаточно для того, чтобы заинтересовать сотрудников.

Чтобы нивелировать неудобства, связанные с удаленностью офиса от Москвы, было принято решение предоставлять сотрудникам, прошедшим испытательный срок, добровольную медицинскую страховку. Ранее такого в компании не было; существовала лишь возможность компенсации медицинских услуг на определенную сумму. Мы также доплачиваем больничный до зарплаты по представлению непосредственного руководителя. Развиваем обучение работников, не ограничиваясь онлайн-форматом, предлагаем различные курсы — не только в Москве, но и за ее пределами.

Индивидуальный подход к потребностям сотрудников стал нашей особенностью. Мы проводим поздравительные кампании по случаю дней рождения, предоставляем возможность выбора удобного времени начала и окончания рабочего дня. В теплое время года сотрудники могут играть в волейбол, существуют и другие спортивные активности на площадках рядом. Всех спортсменов обеспечиваем специальной формой.

Мы регулярно организуем корпоративные мероприятия, направленные не только на развлечение, но и на сплочение коллектива. Важно, что наш генеральный директор искренне заинтересован в этом.

Что не так или к чему стремиться

Логистика и пробки

Локация в «Москва-Сити» позволяла за обеденный перерыв быстро оформлять личные документы или решать другие вопросы в МФЦ или банках. В новом офисе, чтобы, например, снять деньги, теперь приходится планировать отдельный визит в здание «Технопарка».

В округе не так много кафе, нет магазинов и других объектов сферы обслуживания, к которым мы привыкли. Если раньше было достаточно спуститься после работы в метро, чтобы спокойно успеть на спектакль в 19:00, то теперь приходится отпрашиваться у руководства.

Когда мы находились в «Москва-Сити», арендовали склад на Магистральной улице, где хранили новогодние елки, маркетинговые материалы и другие вещи. После переезда стало неудобно туда ездить, поэтому начали утилизировать ненужное и перестали накапливать запасы. Это, скорее, плюс, чем минус. Мы стали более активно работать с архивом и тщательнее отслеживать сроки хранения документов. Все, что не требуется по правилам, уничтожается.

Инфраструктура класса В

Первоначально управляющая компания работала немного лениво, пока мы не нашли прямой контакт с ее генеральным директором и главным инженером. С тех пор все вопросы решаются достаточно быстро.

Еще одной проблемой является грузовой лифт в нашем здании. Не все арендаторы имеют к нему доступ, поэтому за доставку мебели или тяжелой техники нам практически всегда приходится доплачивать.

Ностальгия по центру

Первые полгода коллеги часто вспоминали: «Как же было здорово в башне!» Однако позже признали, что и здесь есть свои плюсы: наличие зеленой зоны, тишина и чище воздух.

Советы тем, кто планирует переезд

Продумайте «якоря» для команды. Корпоративный транспорт, ДМС, общие активности — без этого мотивация рухнет.

Ищите плюсы в минусах. Важно уметь находить положительные стороны в кажущихся неудобствах.

Оглядываясь назад

Переезд за МКАД стал для нашей компании настоящей перезагрузкой. Мы научились ценить не статусную локацию, а комфорт сотрудников. Да, иногда я тоже скучаю по суете «Москва-Сити», но когда вижу, как коллеги смеются на кухне или мы вместе играем в волейбол, понимаю, что если бы не этот переезд, я бы не узнала своих коллег с другой стороны: их мечты, таланты и желания. ■

НОВЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ

В компании ISS («Интеллектуальные системы безопасности») работают более 300 человек. До недавнего времени она размещалась в отдельно стоящем здании в Мневниках. Это было удобное место, которое обеспечивало ряд преимуществ: в особняке находилась только наша компания, мы знали друг друга в лицо, могли пообщаться в любой момент, кроме того, до метро было всего пять минут пешком, а рядом со зданием могли припарковаться все сотрудники, мест было достаточно.

Однако несмотря на перечисленные преимущества, это размещение имело свои недостатки. Основное — отсутствие участия арендодателя в вопросах эксплуатации здания. Например, в офисе система охлаждения работала плохо, что создавало невыносимые условия летом. Кроме того, уборка снега с крыши, чистка территории, вывоз мусора — все это лежало на плечах нашей компании. В таких условиях мы просидели два с половиной года. Но главной причиной поиска нового офиса все же стал активный рост компании.

Первым делом мы арендовали офис в Очаково и перевезли туда сотрудников, которые работают со специальным оборудованием. Затем там же разместили разработчиков, а в ноябре 2024 года перевезли в Сколково оставшуюся команду.

Решение о выборе офиса в Сколково было обосновано тем, что это место является одним из крупнейших IT-кластеров России, и это позволило нашей компании интегрироваться в инновационную экосистему. Также среди критериев выбора нового офиса были более низкая, по сравнению с московскими офисами класса А, стоимость аренды, желание избежать работы в «муравейнике» и небольшое расстояние до второго московского офиса.

Офисная культура и адаптация

Переезд в Сколково открыл перед ISS новые возможности для работы, но также стал источником некоторого стресса для сотрудников, которые в полном составе должны были каждый день приезжать в этот офис. Кроме того, они настороженно отнеслись к замене кабинетной системы на open space. Но основная проблема все же заключалась в ухудшении транспортной доступности — для некоторых коллег дорога до новой локации, несмотря на наличие МЦД в шаговой доступности,



Эксперт: Елена Глухарева,
административный менеджер, ISS

увеличилась на 40 минут или даже на час. Мы старались заинтересовать коллег новым офисом и всячески подчеркивали его достоинства: более современное здание, на первом этаже все необходимые удобства — от аптеки до фитнес-зала, наличие полноценной столовой и кафе.

Взаимодействие между офисами

Работа компании ISS в двух офисах потребовала налаживания эффективного взаимодействия между командами. Чтобы его обеспечить, мы на ежедневной основе организовали отправку документов корпоративным автомобилем. Сотрудники, которым нужно срочно попасть в другой офис, также могут воспользоваться корпоративными машинами. Всего у нас десять автомобилей. Все они припаркованы в Очаково, так как в Сколково трудности с парковкой.

Конечно, в Сколково есть парковки, но количество мест на подземной парковке бизнес-центра ограничено для арендаторов, а для физических лиц эта опция вообще недоступна. Существует бесплатная парковка вокруг офиса, однако она практически всегда переполнена.

Корпоративные мероприятия

С переездом в новый офис компания стала делать больший акцент на командообразование и создание корпоративной культуры. Мы

проводим спортивные мероприятия. Сначала это были только тренировки по пляжному волейболу, затем добавились йога и танцевальные мастер-классы. Этим летом планируем организовать футбольный чемпионат между офисами.

С недавних пор мы занялись волонтерской деятельностью, которая стала еще одним способом вовлечения сотрудников в совместные инициативы.

Также мы собираемся вводить новую для себя практику — кросс-функциональные мини-корпоративы между отделами, которые больше всего взаимодействуют друг с другом.

Экономия и оптимизация

Несмотря на сложности с доступностью нового офиса, наша управляющая компания с облегчением вздохнула, ведь теперь можно не беспокоиться о таких вопросах, как уборка фасадов и территории, мойка окон и обслуживание вентиляции в помещении.

Что касается затрат на аренду и содержание офисов, то они оказались сопоставимы с прежними затратами на особняк. Несмотря на привлекательную арендную плату за новое помещение,

создание комфортных условий для сотрудников требует инвестиций.

Наряду с позитивными инициативами стоит отметить, что некоторые процессы все же стали для нас дороже. Например, возросла стоимость услуг клининга. Плюс мы долго искали подрядчика, который согласился бы работать на этой территории. Также увеличилась стоимость доставки, транспортировки.

Тем не менее даже с учетом возросших цен на клининг, доставку и другие услуги, по сравнению с другими бизнес-центрами класса А в Москве, условия в Сколково более выгодны для компании.

Мы продолжаем анализировать расходы и искать возможности для сокращения затрат, чтобы у нас оставались средства на более значимые проекты, такие как развитие корпоративной культуры и участие в социальных инициативах. Переход в новый офис — это не только физическое перемещение, но и шаг к более активному и социально ответственному стилю работы нашей компании.

В конечном итоге, несмотря на первоначальные волнения и сложности, переезд в Сколково стал важным шагом для ISS. Открытое пространство, новые возможности для взаимодействия и улучшенная инфраструктура позволили не только сохранить

ADMDIR — профессиональная экстренная помощь в Telegram

Приглашаем в группу профессиональной экстренной помощи ADMDIR в Telegram. Цель группы — возможность максимально быстрого получения профессиональных советов от коллег, оперативный обмен важной информацией. Группа ADMDIR создана исключительно для административно-хозяйственных менеджеров.

Заявки присылайте по адресу info@admdir.ru в произвольной форме с указанием фамилии, имени, названия компании, должности и телефона.



СЕРЬЕЗНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Смена офиса и переезд в другую локацию — это серьезные изменения для компании по нескольким причинам.

Во-первых, всегда есть категория сотрудников, которая привязана именно к месту работы, и изменение логистики влияет на их выбор: уйти или остаться.

Во-вторых, это всегда существенные затраты, связанные с ремонтом, переездом и налаживанием всей необходимой для работы инфраструктуры, особенно такой чувствительной, как ИТ.

В-третьих, даже после успешного переезда требуется время для последующей адаптации всех процессов, поскольку привязка компании к новому месту часто определяет выбор поставщиков услуг, что, в свою очередь, влияет на эффективность работы административного отдела.

В ноябре 2024 года наша организация не просто сменила офис, а переехала с Олимпийского проспекта за МКАД. Переезд поставил точку в трансформации организации и стал логическим завершением изменений, которые начались с 2022 года.

После того как компания откололась от международной корпорации и изменила имя, возникла необходимость в смене визуального облика офиса, его брендинговании. Офис на Олимпийском проспекте был построен под прежнюю компанию: в нем явно читались ее стандарты и подход. Требовались перемены.



Эксперт: Людмила Широкова,
административный директор

Помимо потребности оформления офиса по-новому была еще одна веская причина переезда — гибридный формат работы для преобладающего большинства сотрудников. Компания уже не нуждалась в таком большом офисе и была готова сократить площадь минимум на четверть.

К вопросу переезда руководство подошло очень внимательно. Была сформирована рабочая группа с привлечением известного игрока на рынке консалтинга офисной недвижимости, которая за полтора года до окончания срока аренды занялась изучением всех возможных вариантов. Мы посетили 15 офисов разной степени готовности и отделки: одни были с приличным ремонтом, другие — в бетоне.

Изначально мы не хотели переезжать за пределы ТТК, полагая, что такое месторасположение компании даст нам определенные выгоды и сохранит привлекательность как для сотрудников, так и для клиентов.

Однако, к сожалению, чистая арифметика показала, что смена текущего офиса на другой в подобной локации не только не даст нам экономии, а, наоборот, повлечет за собой дополнительные затраты в виде ремонта и переезда.

Любопытства ради мы поехали в БЦ Comcity рядом с метро «Румянцево», чтобы сопоставить уровень бизнес-центров и стоимость аренды внутри ТТК и за МКАД. В результате Comcity стал абсолютным победителем среди всех бизнес-центров, которые мы посмотрели. Решение переехать туда было принято быстро и без колебаний.

В итоге компания сократила площадь на четверть, сохранив при этом всю необходимую инфраструктуру. Благодаря совместной работе с архитектором нам удалось использовать каждый метр нового офиса, и сейчас здесь нет пустого или бесполезного пространства. Оно используется максимально эффективно благодаря мобильному приложению, в котором сотрудники бронируют для себя переговорную комнату, рабочее или парковочное место. Удаленность офиса компенсируется возможностью его посещения в определенные дни по графику, согласованному с руководителем.

В результате компания не просто переехала в новый офис, но и завершила свою трансформацию. А ее миссия и ценности полностью нашли отражение в дизайне и оформлении новых помещений. ■

НОВАТЭК КУПИТ ОФИС В ПЕРЕДЕЛКИНО

НОВАТЭК рассматривает возможность приобретения около 12 тыс. кв. м в бизнес-парке «Абсолют Переделкино». Эксперты оценивают стоимость объекта в 2,4–3,4 млрд рублей.

Крупнейший независимый производитель газа договаривается с ГК «Абсолют» Александра Светакова о приобретении офисного корпуса в бизнес-парке «Абсолют Переделкино», недалеко от аэропорта Внуково. Как пишет «Коммерсантъ», застройщик снял с продажи один из четырех офисных корпусов, находящихся в парке.



Эксперты оценивают стоимость квадратного метра здесь в сумму от 200 тыс. рублей, что соответствует цене предложений по жилью в строящемся комплексе. Подыскать большой объем площадей для аренды непросто, поэтому крупные компании все чаще делают выбор в пользу покупки офиса.

«АЛЬФАСТРАХОВАНИЕ» ПОЛУЧИЛА ЗОЛОТОЙ «КЛЕВЕР»

Новый офис штаб-квартиры «АльфаСтрахование», расположенный в «Парке Легенд» в Москве, прошел сертификацию по национальной системе оценки и сертификации недвижимости и получил золотой сертификат «Клевер». Методология оценки объектов недвижимости учитывает экологичность и энергоэффективность зданий, транспортную доступность, качество внутреннего пространства, благоустройство территории и другие аспекты.

Основной идеей архитектурной концепции стала синергия рабочего пространства и природного парка. В интерьере офиса использована природная цветовая гамма, вдохновленная близлежащим парком «Тюфелева роща».

Офис спроектирован по принципам, которые ставят во главу угла удобство и комфорт сотрудников. А дружелюбное и гостеприимное пространство сочетается с цифровыми технологиями, чтобы сделать работу проще и безопаснее. В помещениях учтены и соблюдены экостандарты освещенности, температуры и шумоизоляции, а также расположения мест для приема пищи.



НАЙДИ ЛИСУ В GOOGLE

Новая 11-этажная штаб-квартира Google в Лондоне стоимостью 1 млрд фунтов стерлингов, где в конечном итоге разместятся до 7000 сотрудников, подверглось влиянию дикой природы. Группа лис начала использовать его как свою игровую площадку. Особое внимание животных

привлек современный сад King's Cross на крыше «ландшафтного комплекса», расположенного в здании.

Источники, знакомые с проектом, отметили, что лисы создавали проблемы на протяжении последних трех лет строительства (план нового офиса был впервые представлен в 2013 году, а строительство началось пять лет спустя). Животные начали рыть ямы в садах, также были замечены лисьи экскременты на территории современного офисного здания.

Великолепный 300-метровый сад на крыше расположен по всей длине здания и охватывает с седьмого по одиннадцатый этаж. Сад был спроектирован для привлечения птиц, летучих мышей, бабочек и пчел, а также для комфортного отдыха собак сотрудников. Там высажено 250 деревьев и размещено 40 тыс. тонн почвы.

ЛОГИСТИКА, ПРОИЗВОДСТВО И IT: КТО ВЫБИРАЕТ ОФИСЫ В ПОДМОСКОВЬЕ?

Рынок коммерческой недвижимости за пределами МКАД активно развивается, привлекая внимание все большего числа компаний. Бизнес-центры Подмосковья становятся популярными благодаря выгодному сочетанию цены, качества и инфраструктурных возможностей. О том, кто именно выбирает офисы в этой локации, рассказал коммерческий директор бизнес-центра Rublevo Business Park Никита Константинов.



Никита Константинов,
коммерческий директор бизнес-центра
Rublevo Business Park

Компании из сферы логистики и производства

Подмосковье традиционно привлекает компании из логистического и производственного секторов. Близость к крупным транспортным магистралям и доступ к большим складским площадям делают эту зону привлекательной для бизнеса, связанного с поставками и дистрибуцией. Многие предприятия выбирают бизнес-центры, которые предлагают гибридные форматы офисов и складских помещений, что позволяет объединить административные и операционные процессы в одном месте. Но есть и те, кто предпочитает компактное размещение. Например, в проекте Rublevo Business Park производственные компании чаще всего предпочитают небольшие офисы в мелкую нарезку, где они могут разместить клиентский сервис и административный персонал, сохраняя при этом минимальные затраты на аренду. Такой подход позволяет эффективно организовать рабочие процессы, оставаясь в непосредственной близости к ключевым транспортным узлам и инфраструктуре.

IT-компании и стартапы

Сфера IT продолжает стремительно развиваться, и многие молодые компании рассматривают Подмосковье как перспективное место для своих офисов. Главные причины — доступная стоимость аренды и возможность организовать комфортное пространство для команды. Кроме того, удаленность от центра Москвы не является критическим фактором для IT-сектора, поскольку большинство процессов в этих компаниях происходит онлайн. Но важно отметить, что таким компаниям важно техническое оснащение бизнес-центра, а именно высокоскоростной интернет, бесперебойное электроснабжение, современные системы климат-контроля и надежная IT-инфраструктура. Поэтому такие компании предпочитают современные бизнес-центры класса А. Выбирая площадь офиса, они отдают предпочтение просторным форматам со свободной планировкой.

Предприятия среднего бизнеса

Средний бизнес — один из главных клиентов бизнес-центров в Подмосковье. Это компании из самых разных сфер: торговли, консалтинга, маркетинга, производства. Для них важно найти баланс между стоимостью аренды и качеством офиса. В большинстве случаев бизнес-центры за МКАД предлагают более выгодные условия, включая парковку, развитую инфраструктуру и современные инженерные системы.

Филиалы крупных корпораций

Крупные компании все чаще выносят часть своих подразделений за пределы МКАД. Это может быть связано с необходимостью оптимизировать затраты или разместить отдельные команды вблизи стратегически важных объектов, таких как склады, производственные площадки или транспортные узлы.

Медицинские и образовательные учреждения

Интерес к Подмосковию также проявляют компании из сферы медицины и образования. Частные клиники, учебные центры и тренинговые организации видят в пригородной зоне возможность предложить свои услуги широкому кругу клиентов, избегая высокой конкуренции и затрат в центре столицы.

Преимущества бизнес-центров за пределами МКАД

Компании выбирают офисы в Подмосковию по ряду причин:

1. Стоимость аренды. Офисы за МКАД обходятся значительно дешевле, чем аналогичные варианты в центре Москвы. А за счет развития транспортной инфраструктуры резиденты не будут тратить много времени на дорогу.

2. Развитая инфраструктура. Современные бизнес-центры предлагают все необходимое: от качественного интернета до парковок с зарядными станциями для электрокаров.

3. Удобное расположение. Многие объекты находятся рядом с крупными магистралями и транспортными развязками, что упрощает логистику.

4. Комфорт для сотрудников. Близость к природе, отсутствие проблем с парковкой и меньшая загруженность делают Подмосковию более привлекательным для работы.

Новый стандарт для бизнеса

Аудитория бизнес-центров за пределами МКАД разнообразна и продолжает расширяться. На это влияет и инвестиционная привлекательность таких проектов. Владение такой недвижимостью позволяет не только оптимизировать расходы на размещение бизнеса, но и получать дополнительную прибыль через увеличение рыночной стоимости активов. Цены как на продажу, так и на аренду офисных площадей демонстрируют положительную динамику, что делает такие вложения привлекательным способом преумножения капитала.

Поэтому с каждым годом все больше компаний из разных отраслей открывают для себя преимущества работы в Подмосковию. Это тренд, который в ближайшем будущем будет только усиливаться, учитывая растущую урбанизацию и перегруженность центральных районов столицы. Бизнес-центры за МКАД становятся новым стандартом для тех, кто ищет баланс между комфортом, стоимостью и эффективностью. ■

В большинстве случаев БЦ за МКАД предлагают более выгодные условия



ВЛИЯНИЕ ЦВЕТОВЫХ РЕШЕНИЙ НА ПРОДУКТИВНОСТЬ

Поставьте мини-эксперимент — засекуте 15 секунд, глубоко вдохните и задайте себе вопрос: какого цвета ваше сегодняшнее настроение? Скорее всего, ответ пришел мгновенно. Удивительно, как легко наша психика анализирует внутреннее состояние и переводит его на язык цвета. Причем это универсальный механизм — практически в каждом языке мира есть идиомы, в которых настроение описывается через цвет, например: «I'm feeling blue», «зеленеть от злости».



Автор: Екатерина Фадеева,
дизайнер интерьера, архитектор, основатель
архитектурной студии Design Strategy,
преподаватель БВШД

Цвет — это не просто эстетика. Это язык. Он говорит с нашей нервной системой, даже когда мы этого не замечаем. Цвет — это не про украшение, а про глубокую связь с нашим восприятием и состоянием. Именно поэтому цветовые решения в пространстве имеют такое значение.

Проведем еще один эксперимент. Посмотрите на две картинки одного и того же города (картинки №1 и №2), с одинаковой формой и деталями, но разным цветом. В каком из этих городов вы бы хотели побывать? Скорее всего, ответ очевиден.

Это наглядно показывает: даже если форма, структура и планировка остаются неизменными, восприятие пространства кардинально меняется под воздействием цвета. Цвет влияет на наше ощущение безопасности, способность к концентрации, уровень эмоционального возбуждения, тревогу.

Почему цвет так сильно воздействует на человека?

С научной точки зрения, цвет — это длина волны электромагнитного излучения, которую мозг интерпретирует как определенный оттенок. Мы видим диапазон примерно от 380 до 750 нанометров. И каждый из этих цветов вызывает определенную реакцию в организме: физиологическую, психоэмоциональную и даже поведенческую.

Это объясняется как с точки зрения нейрофизиологии, так и с точки зрения эволюции. Цвета несли важную информацию для выживания: красный — опасность, зеленый — безопасность, синий — вода и тень. Эти древние паттерны





Гармония — это равновесие между контрастом, насыщенностью и температурой цвета

восприятия до сих пор живут в нас и влияют на самочувствие, настроение и поведение.

Многочисленные исследования подтверждают:

- Цвет влияет на уровень стресса, концентрацию, креативность.
- Разные цвета активируют разные зоны мозга.
- Насыщенность и освещенность цвета могут усиливать или снижать его воздействие.

Пространство и стресс

Чтобы понять важность правильных цветовых сочетаний в пространстве, стоит обратиться к сегодняшней реальности. В современном мире уровень тревожности и выгорания растет. По оценке Gallup, ежегодно из-за стресса мировая экономика теряет более восьми триллионов долларов, а в России каждый десятый человек диагностирован с депрессией.

Что может сделать пространство? Как минимум — не усиливать стресс, а как максимум — помогать его преодолевать. Цвет — один из ключевых инструментов, с помощью которого мы можем этого добиться. Он способен регулировать состояние, помогать восстановлению, быть поддерживающим фоном для активности или отдыха.

Цвет — это первая вещь, которую мозг интерпретирует в пространстве. До того, как вы

осознаете объем, материал или мебель, ваш мозг уже отреагировал на цветовую гамму.

Обратимся к нескольким интересным исследованиям, чтобы понять, как именно цвет влияет на человека.

1. Цвет как инструмент влияния на эмоции и поведение. Цвет — это не просто восприятие. Это вибрация, на которую откликается все наше тело.

Основные утверждения исследования «Analysis of the Effect of Different Types of Colors on Human Behavior and Emotion by Jueying Lyu»:

Цвет влияет на поведение, эмоции и здоровье через длину волны и вибрации.

Эмоции можно рассматривать как энергетические потоки — они «текут» и могут быть выражены через цвет.

Определенные цвета (синий, красный, зеленый, желтый) вызывают предсказуемые физиологические и эмоциональные реакции.

Цвет может использоваться в терапии как поддержка в лечении психических расстройств, особенно у подростков. Он помогает выразить эмоции, снижает тревожность и способствует гармонизации состояния. Однако из-за индивидуальных различий в восприятии нельзя считать цвет единственным или универсальным методом лечения.

Реакция на цвет индивидуальна: она зависит от личного опыта, культуры, окружения.

Цвет — это не просто элемент дизайна, а мощный инструмент, влияющий на эмоциональное состояние и поведение человека. Цвет влияет на человека посредством длины волны и вибраций, которые воздействуют на мозг и вызывают определенные реакции.

2. Цвет и свет как инструменты психоэмоционального воздействия в интерьере. Опрос участников подтвердил связь между интерьером и эмоциональным состоянием.

Основные утверждения исследований «The Psychological Impact of Color and Light in Interior Design on Teenagers», «The Influence of Interior Element Color on The Activities of Classroom Users in Sps Mutiara Bunda», «Impact of Color on Human Behavior»:

Цвет и свет напрямую влияют на настроение, поведение и психическое состояние. Грамотная работа с этими элементами помогает создать среду, способствующую расслаблению, концентрации или активности.

Теплые цвета (желтый, оранжевый, красный) активизируют и вызывают ощущение уюта, но при избытке могут вызывать тревожность.

Холодные цвета (синий, зеленый) способствуют спокойствию и концентрации, часто применяются в спальнях и рабочих зонах.

Освещение усиливает или нейтрализует воздействие цвета. Мягкий рассеянный свет создает чувство защищенности, жесткий — может вызывать напряжение. Естественный свет усиливает положительное восприятие пространства.

Используйте естественное освещение, когда это возможно.

Избегайте чрезмерной контрастности и перенасыщенности в пространствах, где человек проводит много времени (open space, кабинеты и командные комнаты).

Применяйте дозированное цветовое зонирование для акцентирования функций помещений.

Подбирайте цвета и освещение под назначение проектируемого пространства, а не только по эстетике. Помните, что разные функциональные задачи (творческие и аналитические, например)

Цветовое зонирование с акцентом на функционал помещения



могут требовать различных цветовых и световых условий.

3. Цветовое разнообразие — это не просто эстетика, а мощный инструмент воздействия на психику, восприятие и благополучие человека. Исследования показывают, что разнообразные цветовые среды:

Стимулируют эмоции и внимание. Разные цвета активируют разные зоны мозга. Цветовое разнообразие помогает удерживать внимание, снижает монотонность, улучшает запоминаемость и настроение.

Повышают психологическое благополучие. Однообразные интерьеры могут вызывать ощущение скуки, «плоскости» восприятия и эмоциональной вялости. Разноцветные и сбалансированные палитры, напротив, повышают уровень дофамина, снижают стресс и тревожность — особенно в городских и офисных условиях, где не хватает природных стимулов.

Улучшают адаптацию и восприятие пространства. Разные зоны, выделенные цветом, помогают легче ориентироваться в пространстве, а также формируют ощущение разнообразия и свободы выбора. Цвет становится навигацией, эмоциональной меткой и частью сценариев поведения.

Поддерживают креативность и вовлеченность. В учебных и рабочих пространствах, где используется палитра из разных цветов и оттенков, повышаются вовлеченность, мотивация, а также уровень креативности и инициативности (подтверждено исследованием в SPS Mutiara Bunda, 2023).

Обогащают сенсорный опыт. Как и звуки, запахи или текстуры, цвет — часть мультисенсорного восприятия среды. Богатая, но сбалансированная палитра усиливает эмоциональный отклик и помогает формировать связи с пространством — особенно важно в образовательных, лечебных и общественных интерьерах.

Таким образом, цвет — это не только эстетическая категория, но и психофизиологический инструмент. Именно поэтому важно не просто «красиво покрасить стены», а создать полноценную, сбалансированную палитру, учитывающую задачи и сценарии пространства.

4. Цветовая гармония и природная палитра. Чтобы пространство действительно поддерживало человека, в нем должна быть цветовая гармония. Йоханнес Иттен, швейцарский художник,

ЦВЕТ — ЭТО НЕ ПРОСТО ЭЛЕМЕНТ ДИЗАЙНА, А МОЩНЫЙ ИНСТРУМЕНТ, ВЛИЯЮЩИЙ НА ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ И ПОВЕДЕНИЕ ЧЕЛОВЕКА

крупнейший исследователь цвета в искусстве говорил: «Глаз стремится к цвету, которого ему не хватает, — ради баланса».

Гармония — это не набор модных оттенков, а равновесие между контрастом, насыщенностью и температурой цвета. Это то, что дает ощущение комфорта, расслабления и устойчивости.

Поделюсь с вами лайфхаком: если вы гадаете, удачную ли палитру выбрали — представьте, могли бы вы выжить в природной среде с такими цветами? Если да — палитра удачна. Если нет — стоит пересмотреть.

Важно помнить: нет плохих или хороших цветов. Все цвета важны. Но, как с витаминами, важно знать — в каком количестве, где и зачем их использовать. Именно это делает работу с цветом искусством и наукой одновременно.

Цвет и бренд

Мы уже убедились, что цвет воздействует на человека комплексно. Но есть еще один аспект, о котором важно помнить — связь цвета с идентичностью бренда. В офисе мы можем регулировать температуру, свет, шум. Но цвет — это климат для психики. Он может либо поддерживать нас, либо выматывать.

Важно помнить: восприятие цвета на 2D-носителях разительно отличается от восприятия цвета в пространстве. Так же как и задача цвета в 2D и в пространстве различна. Основная задача цвета при разработке 2D-материалов (логотип, брендбук, мерч) — привлечь внимание, продать товар, сделать бренд запоминающимся. В пространстве же мы создаем среду и атмосферу.

Если мы обратим внимание на основные цвета, которые используются чаще всего в логотипах, то это яркие оттенки синего, красного или контраст черно-белого. Выбор этих цветов для брендинга понятен — они привлекают внимание и помогают товару выделиться на полке.

Однако когда мы выбираем цвета для создания собственного пространства, например, проектируя дом, в котором мы хотим, чтобы нам было



Разные зоны, выделенные цветом, формируют ощущение свободы выбора

комфортно, наши предпочтения меняются. Здесь мы стремимся к более **нейтральным или природным оттенкам**, которые создают ощущение уюта и комфорта.

В этих пространствах, в которых мы проводим много времени, важно, чтобы цвета не утомляли, а создавали атмосферу. Цвет должен служить фоном для жизнедеятельности, не отвлекать и не перегружать.

Задумайтесь, почему в офисах мы так часто сталкиваемся с запросами, когда говорят: «Наш логотип вот такого-то цвета, давайте и интерьер будет такого же!» И затем удивляются, что не получается создать благоприятную среду для продуктивной работы. Помните, что цвет в бренде и цвет в офисе не всегда совпадают по своей роли.

Сейчас **благополучие человека в пространстве** становится не просто модным трендом, а **ключом к его продуктивности, лояльности и вовлеченности**. И мы больше не можем позволить себе создавать интерьеры, в которых «логотип размазан по пространству». Ведь бренд — это не только цвета вашего логотипа, это атмосфера, настроение, ценности, которые есть в компании. Если грамотно подходить к проектированию,

именно это необходимо воссоздавать в пространстве, а не просто перекрашивать все стены под брендбук.

К сожалению, часто компании, решая задачи по оформлению офисов, исходят из визуальных ассоциаций с логотипом, забывая о том, что пространство — это не просто картинка, а живая среда, в которой сотрудникам нужно работать, общаться и отдыхать. Поэтому важно понимать, что цвет в интерьере должен работать не только на узнаваемость бренда, но и на создание здоровой атмосферы для всех, кто в этом пространстве проводит время.

Цвет — это климат для психики. Он формирует настроение сотрудников, уровень энергии, готовность к сотрудничеству, мотивацию и продуктивность. Если вы создаете или обновляете офис, подумайте не только о квадратных метрах и функционале. Задайте себе вопрос: какой эмоциональный отклик вызывает это пространство, помогает ли оно сотрудникам чувствовать себя лучше? Потому что счастливый человек — это не просто довольный сотрудник, а тот, кто приносит больше ценности бизнесу. ■

Фото предоставлены автором материала

ОСТРОВ ТИШИНЫ В ШУМНОМ МИРЕ

Как один мебельный модуль может изменить культуру офиса, повысить эффективность и создать новое качество рабочей среды

Мы живем в эпоху перегрузки: шумной, быстрой, напряженной. Заметили, как часто вы ловите себя на мысли: «Где бы спрятаться хотя бы на 15 минут?» Офисные пространства стали похожи на вокзалы: шум, звонки, переговоры, постоянное движение. Люди перегорают не только от объема задач, но от невозможности сфокусироваться, уединиться, выдохнуть.

Именно поэтому во всем мире растет спрос на тихие зоны внутри рабочих пространств. Не open space, не переговорные на всех, а индивидуальные капсулы уединения — персональные островки тишины. Пространства, в которых можно быть наедине с задачей, с клиентом, с мыслью.

Именно такую точку опоры сегодня предлагает компания LWOP.

LWOP — российская производственная компания, работающая на стыке дизайна, архитектуры и технологий. Компания создает интерьерные

решения для бизнеса с 2010 года: от концепции до реализации. Ее проекты есть в Москве, Санкт-Петербурге, Тюмени, Екатеринбурге, на Кипре, в Казахстане и Италии. Мы — про эстетичный функционал: чтобы было красиво, удобно, современно и долговечно.

Флагманская линейка LWOP представляет переговорные и рабочие кабины LWOP SKY — акустические модули, которые можно установить в любом помещении или на улице. Это автономные рабочие пространства, которые решают сразу несколько ключевых задач бизнеса: повышают продуктивность, снижают шум, улучшают клиентский сервис, делают офис современной, гибкой экосистемой.

Зачем нужна акустическая кабина?

Офис меняется. Если раньше сотрудник просто «сидел на месте», то сегодня он в движении:



LWOP ONE SKY

Zoom-встречи, переговоры, HR-интервью, деликатные разговоры с клиентами. Все это требует отдельного пространства. Без фонового гула, взглядов коллег, отвлекающих факторов.

Кабина LWOP SKY — это как своя переговорка внутри open space. Но при этом: занимает минимум места, не требует ремонта, подключается в розетку и готова к работе за один день.

Сотрудник может зайти, закрыть за собой дверь, и через две секунды он уже в другом пространстве. Тихом, сфокусированном, подстроенном под него.

Места и мероприятия, когда кабина особенно нужна:

- Банковские и страховые отделения, чтобы клиент чувствовал приватность и доверие;
- Открытые офисы и коворкинги, чтобы сотрудники могли сосредоточиться;
- Медицинские и образовательные учреждения — для персональных консультаций;
- Выставки, рор-уп форматы, мероприятия; мобильные офисы, которые можно перевезти;
- HR-интервью, IT-команды, проектные обсуждения — все, что требует концентрации и тишины.

ВО ВСЕМ МИРЕ РАСТЕТ СПРОС НА ТИХИЕ ЗОНЫ ВНУТРИ РАБОЧИХ ПРОСТРАНСТВ

Что внутри и почему это важно

Каждая кабина LWOP SKY продумана до миллиметра, и всем известно, что продуктивность — в деталях:

- Звукоизоляция — многослойные панели, снижение шума до $-29,5$ дБ;
- Вентиляция — воздух обновляется каждые 16 секунд;
- Освещение — мягкий диммируемый свет, без мерцания;
- Розетки + USB + Type-C + беспроводная зарядка;
- Мебель — эргономика, HPL-плита, барные стулья или диваны;
- Умный модуль управления — свет, вентиляция, яркость;
- Прочность — алюминиевая авиационная рама и закаленное стекло;
- Мобильность — колеса, можно перемещать;
- Подключение — обычная розетка 220 В.

LWOP SIX SKY





Размеры — под любые задачи

LWOP ONE SKY — одноместная кабина для звонков и фокус-работы;

ONE WORK SKY — больше пространства, полноценный стол;

LWOP DOUBLE SKY — идеальна для 1-на-1 переговоров;

LWOP FOUR и SIX SKY — для мини-встреч, стратегических сессий, мозговых штурмов.

Можно выбрать стандартную модель либо заказать по индивидуальному проекту — в корпоративных цветах, с кастомным наполнением и отделкой.

В наличии и на заказ

LWOP понимает, что «ждать два месяца» — это не про сегодняшний рынок. Поэтому часть моделей всегда в наличии на складе. Это дает компании возможность быстро реагировать на внутренние потребности и расти вместе с командой.

Кабины можно изготовить под заказ. Срок — от 45 рабочих дней.

Кейсы: что говорит рынок

1. Технологическая компания, Москва

После установки четырех кабин в open space сотрудники стали тратить на 23% меньше времени

КЛИЕНТЫ СТАЛИ АКТИВНЕЕ ОБРАЩАТЬСЯ ЗА КОНСУЛЬТАЦИЕЙ — АТМОСФЕРА ПРИВАТНОСТИ УВЕЛИЧИЛА ЛОЯЛЬНОСТЬ

КАБИНА LWOP SKY — ЭТО КАК СВОЯ ПЕРЕГОВОРКА ВНУТРИ OPEN SPACE

на «поиски свободной переговорки» и чаще проводить онлайн-встречи внутри офиса, не выходя в коридоры.

2. Частный банк, Казань

Кабина установлена в холле. Клиенты стали активнее обращаться за консультацией — атмосфера приватности увеличила лояльность. Сами сотрудники используют ее для настройки перед важными встречами.

3. Девелоперская компания, Екатеринбург

Установили кабину в шоуруме, где проходят встречи с клиентами. Теперь каждая сделка — в комфортной обстановке, без шума стройки и посторонних.

Новая культура тишины

Мы привыкли, что офис — это шумно. Но представьте себе культуру, в которой у каждого есть пространство для работы в тишине. Где важные разговоры происходят в уважительном контексте. Где тишина — не роскошь, а часть рабочего процесса.

LWOP SKY — это не просто кабина. Это символ заботы о человеке. И чем больше компаний это понимают, тем быстрее меняется сам подход к организации труда. LWOP SKY — там, где начинается фокус, продуктивность и доверие. ■

Фото предоставлены [компанией LWOP](#)



ОФИС — ЭТО ИНТЕРФЕЙС, А НЕ ПРОСТО МЕСТО

Почему цифровизация офиса — это не просто модный тренд, а объективная необходимость для современного бизнеса, который стремится оставаться конкурентоспособным, эффективно использовать ресурсы, быстро реагировать на изменения рынка и создавать комфортную, продуктивную среду для сотрудников.



Автор: Артем Васенин,
директор по продукту, Indaspace

Офис как цифровой опыт

Офис — больше не просто физическое пространство. Он становится цифровым интерфейсом, через который сотрудник взаимодействует с компанией. В этом интерфейсе происходят десятки микровзаимодействий: от бронирования места и навигации по офису до заказа оборудования и подачи заявки на устранение неисправности. Чем менее прозрачен и неудобен этот путь — тем выше фрустрация, а вместе с ней и текучесть кадров.

Сегодня офис конкурирует не с удаленкой. Он конкурирует с удобством, к которому сотрудников приучили лучшие цифровые сервисы: банки, маркетплейсы, медиаплатформы. У сотрудника есть ожидания: понятно, быстро, без трения. И если в первый день он не может найти свое место, не понимает, где взять справку или кому сообщить о поломке, он проецирует этот опыт на всю компанию. Так формируется образ работодателя.

Разнообразие сценариев требует системности и гибкости

После пандемии стало очевидно: универсального пользователя офиса больше не существует. Есть минимум три устойчивых сценария — постоянные

сотрудники, гибридные и редкие гости. У каждого из них — свой ритм, свои потребности, свой маршрут. И чем больше организация, тем сложнее управлять этим разнообразием вручную. Это требует системного подхода.

Типичная ситуация: сотрудник выходит в офис впервые за неделю. Его посадили на новое место, которое не отображается в схеме. Чтобы получить справку, ему нужно найти HR, чьего имени он не знает. Чтобы пригласить гостя, он идет к офис-менеджеру. Поиск переговорки превращается в хождение по этажу в поисках свободной. Этот раздробленный путь — результат отсутствия цифрового слоя.

Когда мы говорим о цифровом офисе, мы не имеем в виду просто цифровые инструменты. Мы говорим о сценариях, которые работают сами. Не о системе, которую нужно изучать, а о среде, которая сама подсказывает и ведет.

Автоматизация снижает трение и дает контроль

Например, сотрудник открывает приложение Indaspace, система уже знает его режим — гибридный, на три дня в неделю. Ему предлагается подходящее место рядом с командой, автоматически

Цифровая модель офисного пространства



ставится отметка в календаре, показано, кто из коллег сегодня тоже в офисе. Если нужно — можно заказать оборудование или подать заявку в один клик. Все это до того, как он зашел в здание.

Но цифровизация — это не только про удобство сотрудника. Это про экономику офиса. Планирование мест, контроль доступности ресурсов, автоматизация размещения, переезды отделов, управление арендой, учет оборудования и работы подрядчиков — все это можно (и нужно) автоматизировать. Это снижает ручной труд, повышает управляемость и дает АХО возможность концентрироваться на развитии, а не на тушении пожаров.

Один из показательных кейсов — цифровая трансформация офисов в крупной федеральной ретейл-сети. Решение было внедрено более чем на 1000 сотрудников. Мы реализовали централизованное бронирование рабочих мест и переговорных, интеграцию с внутренними ИТ-системами (HR, доступы, телефония), автоматизацию заявок и оцифровку офисной карты. Пространство стало не только визуализированным, но и интерактивным: все объекты — от принтеров и локе-ров до переговорных — отображаются на карте, с ними можно взаимодействовать прямо в приложении. Сотрудники быстро находят нужные ресурсы и подают заявки в один клик, а АХО получает актуальную схему офиса, аналитику по загрузженности и единый инструмент управления. В итоге — офис перестал быть разрозненной

офлайновой средой, он стал частью единого цифрового ландшафта компании.

Про будущее рабочих пространств

Идеальный офис — это не пространство, где все красиво. Это пространство, где все работает. Сценарии не ломаются. Вопросы не подвисают. Информация доступна. Не потому, что так написано в инструкции, а потому, что все происходит интуитивно. Как в хорошем продукте.

Технологии уже сейчас позволяют офису подстраиваться под сотрудников автоматически. Подсказывать, где лучше сесть, зная привычки команды. Предлагать подходящую переговорную, сверяясь с календарем. Автоматически запускать встречу в нужной комнате, не заставляя искать ссылку. Направлять, куда сообщить о поломке, и устранять ее еще до того, как сотрудник успеет расстроиться.

В ближайшем будущем бизнес будет оценивать офисы по другим метрикам: не по квадратным метрам, а по качеству сценариев. Не по количеству людей, а по тому, как им было. Не по заполняемости, а по тому, сколько действий сотрудник совершил «без шума».

Indaspace уже работает в этом направлении. Но мы уверены — это только начало. Настоящий цифровой офис не просто упрощает процессы. Он устраняет лишние решения, подсказывает путь, снижает тревожность и незаметно делает работу удобнее. Именно за этим опытом люди и возвращаются в офис. ■

Материал размещен на правах рекламы

Идеальный офис — это пространство, где все работает



ЗЕЛЕННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ АРЕНДАТОРОВ: ФОРМИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВЫХ ПРОСТРАНСТВ

Сегодня все больше компаний обращаются к вопросам устойчивого развития не просто из-за следования модным тенденциям, а в ответ на растущий и вполне обоснованный запрос со стороны заинтересованных сторон — сотрудников, инвесторов, клиентов и общества в целом.



Автор: Анастасия Архипова,
директор по маркетингу и коммуникациям
O1 Properties, президент Ассоциации
участников рынка коммерческой
недвижимости (АРКН)

Устойчивое развитие в недвижимости: от тренда к системному подходу

ESG-повестка перестает быть факультативным элементом — она становится ключевым компонентом корпоративных стратегий, влияющих на принятие управленческих решений и развитие бизнеса. В этом контексте офис компании играет не последнюю роль — он становится полноценным инструментом реализации устойчивых практик и ценностей.

Перед бизнесом и обществом в целом стоят глобальные вызовы: нарастающие климатические риски, истощение природных ресурсов, усиление экологического регулирования и стремительное изменение ожиданий со стороны пользователей. Все это приводит к переосмыслению принципов проектирования, эксплуатации и управления объектами коммерческой недвижимости — пространствами, в которых ежедневно работают тысячи людей.

По оценке Международного энергетического агентства (IEA), здания потребляют около 30% всей мировой энергии и формируют более 25% глобальных выбросов парниковых газов. Таким образом, даже точечные и, на первый взгляд, незначительные улучшения в управлении недвижимостью могут оказывать масштабное положительное влияние на экологическую ситуацию и устойчивость городов в целом.

Чего сегодня арендаторы ожидают от офисов?

В последнее время арендаторы формируют запрос на нечто большее, чем просто квадратные метры и рабочие места. Пространство должно помогать укреплять HR-бренд, соответствовать экологическим требованиям, а также быть безопасным и комфортным для сотрудников.

Согласно исследованию Deloitte (2023):

- 70% сотрудников предпочли бы работать в компании, реализующей активную экологическую и социальную политику;
- 76% респондентов в возрасте 20–25 лет заявили, что влияние потенциального работодателя на климат — это важный фактор, а 22% назвали его своим главным приоритетом;
- 20% заявили, что ожидают от работодателя проведения тренингов по устойчивому развитию и «озеленения» офисов.

Похожую картину демонстрирует и недавнее исследование, проведенное **O1 Properties совместно с компанией «Технологии Доверия»**. Оно показало:

- 54% сотрудников и 52% работодателей считают наличие отдельного сбора отходов в офисе важным элементом комфортной среды;
- 49% сотрудников и 51% работодателей хотели бы реализовывать в своих офисах сбор батареек и использовать многоразовую посуду.

Эти цифры подтверждают: экологические инициативы в офисах больше не воспринимаются

как дополнительная «опция». Это часть базового ожидания — и со стороны компаний, и со стороны людей, работающих в этих пространствах ежедневно.

Что включает в себя устойчивое офисное здание?

Устойчивое здание — это не только отдельный сбор отходов, это прежде всего комплексная система, включающая:

- Энергоэффективные инженерные решения, сокращающие потребление ресурсов;
- Использование материалов с низким уровнем вредных выбросов;
- Максимальное использование дневного света, регулируемое освещение, системы фильтрации воздуха;
- Зоны для отдыха и неформального общения;
- Поддержку ментального и физического благополучия пользователей;
- Инфраструктуру для велосипедистов и владельцев электромобилей;
- Гибкие форматы пространства, адаптируемые под потребности арендаторов;

ПРОСТРАНСТВО ДОЛЖНО ПОМОГАТЬ УКРЕПЛЯТЬ HR-БРЕНД, СООТВЕТСТВОВАТЬ ЭКОЛОГИЧЕСКИМ ТРЕБОВАНИЯМ, А ТАКЖЕ БЫТЬ БЕЗОПАСНЫМ И КОМФОРТНЫМ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ

- Управление данными о потреблении ресурсов и воздействии на окружающую среду.

В Москве рынок устойчивой недвижимости развивается поступательно. Уже более 50 бизнес-центров сертифицированы по национальной системе «Клевер», учитывающей специфику климата, типологии зданий и нормативную базу.

Национальный центр ГЧП в 2025 году представил обновленную методику оценки коммерческой недвижимости по системе «Клевер», в которую включены не только экологические, но и социальные и управленческие показатели. Это важный

В донорских акциях O1 Properties приняли участие более 500 человек





Раздельный сбор мусора для арендаторов БЦ O1 Properties

шаг в сторону формирования единого подхода к устойчивости, применимого и на этапе проектирования, и в рамках эксплуатации.

В процессе формирования устойчивой среды особое значение приобретают сотрудничество и консолидация усилий рынка — девелоперов, собственников, арендаторов, органов власти, профессиональных сообществ. Именно в этом контексте в 2023 году была создана Ассоциация участников рынка коммерческой недвижимости (АРКН), объединившая уже 19 ключевых игроков. Ассоциация стала платформой для профессионального диалога, обмена опытом и совместной выработки единых стандартов устойчивого развития.

Как собственник бизнес-центра может быть устойчивым?

Одним из примеров того, как устойчивые принципы могут быть внедрены в практику, служат бизнес-центры O1 Properties. Уже более семи лет компания последовательно реализует стратегию устойчивого развития, принятую в 2018 году. Этот курс постепенно трансформировался, проходя путь адаптации к новым вызовам, запросам арендаторов и требованиям к корпоративной ответственности.

Во всех бизнес-центрах внедрены автоматизированные системы **мониторинга и управления ресурсами**, которые позволяют **сокращать потребление и повышать эффективность**.

Результаты политики по сравнению с допандемийным периодом:

- снижение потребления электроэнергии на 20%;
- сокращение потребления воды на 18%;
- рост доли отходов, направляемых на переработку, на 50%.

За счет этих мер только за три года компания и ее арендаторы сэкономят более 335 млн рублей. И что важно, это не только экономический, но и экологический эффект: снижение вредных выбросов, уменьшение нагрузки на городские службы, формирование новой культуры потребления у пользователей офисов.

Зарядка электромобилей — часть комплексной системы устойчивого здания



В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОЙ СРЕДЫ ОСОБОЕ ЗНАЧЕНИЕ ПРИОБРЕТАЮТ СОТРУДНИЧЕСТВО И КОНСОЛИДАЦИЯ УСИЛИЙ РЫНКА

Следующим важным направлением стала работа по подтверждению качества реализуемых практик через международные и национальные стандарты. Десять объектов портфеля компании прошли сертификацию по стандарту **BREEAM**, а также значительная часть объектов — по российской системе «Клевер», в разработке которой компания принимала активное участие.

С 2019 года O1 Properties входит в Глобальный договор ООН, а с 2020-го является официальным партнером офиса Национальной сети ГД ООН в России.

С 2018 года компания единственная в отрасли коммерческой недвижимости на регулярной основе публикует ESG-отчет, демонстрируя тем самым открытость, прозрачность и системность в реализации своих обязательств.

В 2023 году компания получила сертификат ГОСТ Р ИСО 14001, подтверждающий соответствие системы экологического менеджмента международным требованиям. Получению сертификата предшествовала большая методическая работа: были разработаны внутренние документы, регламентирующие бизнес-процессы, связанные с охраной окружающей среды, безопасностью эксплуатации и управлением экологическими рисками.

Для того чтобы устойчивость не ограничивалась рамками управленческих решений, в 2021 году была запущена платформа **Green One Club**. Это неформальное сообщество арендаторов, сотрудников и экспертов, где в фокусе — экологическая повестка, обмен знаниями и внедрение конкретных практик. В рамках клуба мы регулярно проводим:

- встречи с экспертами по ESG;
- лекции по «зеленым» практикам в офисе;
- совместные акции, включая сбор одежды, техники, батареек.

Все это дополняется системной инфраструктурой: во всех объектах компании организован раздельный сбор бумаги, пластика и стекла, в офисах управляющих компаний — сбор батареек и других

опасных отходов. Работают фандоматы «Второе дыхание», куда только за 2024 год было передано более 6,5 тонны одежды. Проводятся ежегодные кампании по утилизации техники — в рамках акции «Электроосень» собрано свыше 13 тонн электрооборудования за последний год.

Устойчивость невозможна без социальной составляющей. Совместно с НМИЦ ССХ имени А. Н. Бакулева мы регулярно проводим **донорские акции**: с 2024 года в них приняли участие более 500 человек, благодаря которым помощь получили свыше 1500 пациентов. Эти инициативы не только спасают жизни, но и объединяют арендаторов, создавая ощущение сообщества и общей ответственности.

Все вышеперечисленное неразрывно связано с внутренней нормативной базой. Инициативы O1 Properties закреплены документально: в Политике по устойчивому развитию, Политике по правам человека, Кодексе этики. Мы считаем важным не только реализовывать ESG-практики, но и институционализировать их как часть ДНК компании.

Настоящая ценность устойчивого офиса — в его способности вовлекать, объединять и вдохновлять. Когда забота об окружающей среде, сообществе и рациональном потреблении становится частью повседневной жизни, формируется сильная экосистема, в которой каждая сторона — собственник, арендатор, сотрудник — чувствует свою значимость и вклад.

Для рынка офисной недвижимости это больше, чем тренд. Это новая норма, которая диктуется временем. И те, кто уже сегодня инвестирует в ESG-подходы, закладывают прочный фундамент для устойчивого будущего — в лояльности клиентов, в восприятии бренда и в готовности отвечать на вызовы. ■

Фото предоставлены O1 Properties

Устойчивость должна быть системной



GO GREEN ВМЕСТЕ С «ЯНДЕКСОМ»

«Яндекс» — одна из крупнейших компаний на рынке, с большим офлайн-сегментом, включая фудтех и электронную коммерцию. Поэтому для нас особенно важно оставаться примером ответственного и устойчивого ведения бизнеса. Мы сами ставим перед собой высокие стандарты и стремимся к постоянному развитию. Экологичность — одно из ключевых направлений, над которым компания активно работает в последнее время. И мы понимаем, что это долгосрочная игра, требующая системного подхода и постоянных усилий.



Автор: Евгения Ачкасова,
менеджер экологических проектов в офисах
«Яндекса», управление недвижимости
и эксплуатации

Почему «Яндекс» реализует экопроекты

Экологичность важна нашим пользователям. Это подтверждают различные опросы, которые «Яндекс» периодически проводит. От нас ожидают, что мы, например, будем экологичнее упаковывать заказы — и в этом направлении мы уже многому научились. «Яндекс» помогает пользователям заводить экопривычки с помощью своих технологий. Например, с их помощью можно вернуть пакет курьеру, отказаться от пластиковых приборов в «Еде» или найти ближайший пункт раздельного сбора на «Яндекс Картах». Экология может быть простой и удобной. Но как создать более экологичный продукт, если у многих пока отсутствует понимание, что такое экологичность? Нужно просвещать сотрудников и объяснять им на простых примерах, что это значит.

В наших офисах сейчас работают около 30 тысяч человек. Конечно, не все из них задумываются

об экологии, раздельном сборе отходов и других аспектах, но согласно нашему внутреннему опросу, около 30% сотрудников интересуются этой темой. Одна из наших задач — сделать так, чтобы сотрудникам было комфортно, ведь офис «Яндекса» — это комфорт для всех.

Кроме того, экология — это еще и управление GR-рисками. Законодательство меняется, вводятся новые требования. Отлаженные экологические процессы помогают снижать риски нарушений.

О том, что экологичного делает «Яндекс», можно прочитать в [нашем свежем отчете за 2024 год](#).

Наш дом

Наши офисы отражают корпоративную культуру компании — ее неформальность и открытость. Зайдите в любой из них, и вы сразу это почувствуете. Мы заботимся о том, чтобы всем было комфортно. Сейчас у нас 19 офисов в России и четыре крупных офиса за рубежом — в каждом из них одинаково уютно и удобно. В компании существуют собственные стандарты, благодаря которым сотрудник не испытывает дискомфорта, находясь не в своем «родном» офисе. Навигация и оформление понятны и единообразны, но при этом учтены региональные особенности.

«Яндекс» — это комфорт для всех



В наших офисах предусмотрено множество различных зон: кофе-пойнты, пространства для командной работы, приватные зоны, массажные кресла, капсулы для релаксации, небольшой кинотеатр, а также террасы и крыши, где сотрудники проводят много времени в летний период.

Кажется, у нас есть все или почти все. При этом мы заботимся не только о комфорте, но и о здоровье сотрудников, и в этом нам очень помогает экологический подход. Например, мы тщательно контролируем, какую бытовую химию используют в офисе — вся она имеет экосертификаты и безопасна для здоровья и окружающей среды. Кроме того, мы заменили аэрозольные освежители воздуха на водные, что значительно снижает выбросы вредных веществ и улучшает качество воздуха в офисных пространствах.

Спорт и еда

В наших офисах есть велопарковки и душевые, которыми любой сотрудник может свободно воспользоваться. Кроме того, у нас оборудован спортзал и работает корпоративный тренер, который помогает нам поддерживать физическую форму и мотивирует на занятия спортом.

Мы также активно внедряем принципы здорового питания в офисной среде и сотрудничаем с нутрициологом для этого. Например, у нас появились снеки без сахара и хлебцы без глютена. Свежие овощи, сезонные фрукты и орехи всегда доступны в кофе-пойнтах. Мы внимательно прислушиваемся к пожеланиям сотрудников и регулярно обновляем ассортимент, чтобы каждый мог найти что-то по своему вкусу и поддерживать здоровый образ жизни.

Экологичный офис

Многим кажется, что экологичный офис — это только отдельный сбор отходов, но на самом деле все гораздо шире. Экологичный офис — это еще и энергоэффективность. Например, в наших офисах:

- установлены датчики движения на парковках, благодаря которым свет автоматически выключается в тех зонах, где он не нужен;

- в некоторых офисах мы полностью заменили люминесцентные лампы на светодиодные, что не только экономит ресурсы, но и позволяет избежать образования потенциально опасных отходов;

- большинство рабочих мест расположены у окон, чтобы максимально использовать



Экопункт с искусственным интеллектом

естественное освещение, а у сотрудников есть возможность включать настольные лампы по необходимости.

Такие решения помогают нам снижать энергопотребление и минимизировать негативное воздействие на окружающую среду, создавая при этом комфортные условия для работы.

Отходы. Сокращение

Самый большой трек экологизации в офисах — это отходы. И здесь мы, конечно, следуем иерархии обращения с ними, где самое главное — сократить их образование. Для этого у нас есть несколько эффективных способов:

- мы отказались от бумажных стаканов в кофе-пойнтах и вместо них закупили стильные кружки, которые приятно держать в руках и использовать многократно;

- заменили картриджные гели для душа и жидкости для протирки сидений унитазов на наливные, что позволило избавиться от перерабатываемой упаковки;

- внедрили систему оборотной тары для поставок в офисы, значительно сокращая использование одноразовой упаковки.

Эти меры помогают нам не только уменьшить количество отходов, но и формируют культуру ответственного потребления среди сотрудников, способствуя более устойчивому образу жизни внутри компании.

Оборотная тара

Складные ящики, которые можно использовать множество раз. Мы переняли эту идею с оборотной тарой у нашей «Лавки». У нас тоже очень большое количество доставок. Поставщик согласился пойти с нами на такой эксперимент. Итог: всем удобно, и мы за год избежали образования 2,3 т картона, а значит, сэкономили ресурс.

Повторное использование

Следующей ступенью в пирамиде обращения с отходами стоит повторное использование. Безусловно, проще всего дело обстоит с ценными вещами: например, сотрудники имеют возможность приобрести у компании свой старый ноутбук по приятной цене.

У нас также проводятся СВОПы — вечеринки по обмену вещами: иногда это организованные «Яндексом» мероприятия, а периодически сотрудники сами их организуют. Если есть необходимость освободить шкаф от старых вещей и помочь нуждающимся, в офисе можно найти ящики для сбора одежды от различных фондов, а если хочется вещи продать, есть внутренние чаты именно для этого.

В офисах расположены полки для буккросинга, где есть возможность оставить уже прочитанные книги и взять что-то новое для себя.

Отходы. Переработка

Раздельный сбор — самый крупномасштабный трек про отходы. Мы выстроили классную систему в офисах Москвы. Для этого выделили несколько мест образования отходов:

- Принт-зоны — там собираем бумагу;
- Переговорные — здесь собираем пластиковые бутылки и крышечки. Кстати, эскизы, по которым изготавливали крышки для урн — собственноручно нами нарисованы. В крышку от урны мы можем отдельно собирать крышечки от бутылок;
- Кофе-пойнты. В этом месте стоят специального вида урны — дуальные. Чтоб выбросить что-то на переработку, нужно поднять крышку и обратить внимание на то, что написано на ней. Дизайн-макет урны с надписями, также разрабатывается под каждый офис, в зависимости от перечня отходов, которые мы сдаем в нем.

В одном из офисов у нас установлен пресс — это здорово сокращает место для хранения отходов, подготовленных для переработки.

Отходы в доходы

За прошлый год мы передали 323 тонны отходов на переработку. За собранный картон и пластик получили средства, которые направили в «Помощь рядом» — наш социальный проект, поддерживающий некоммерческие организации и благотворительные фонды. Благодаря этому ресурсы, которые могли бы стать мусором, превратились в реальную помощь тем, кто в ней нуждается.

Кстати, поддержать проект «Помощь рядом» может каждый. Для этого достаточно подключить функцию округления в любом из сервисов «Яндекса» — например, в «Яндекс Go», «Еде», «Лавке», «Маркете» или «Деливери». Разница между стоимостью заказа и округленной суммой автоматически перечисляется на поддержку благотворительных фондов и закупку необходимых товаров для их подопечных. Подробнее о проекте — [на сайте](#).

Отходы — расходы

Есть виды отходов, за утилизацию которых мы платим. Например, мы организовали сбор пищевых отходов — в основном это кофейный жмых, а также остатки овощей и фруктов. В каждом кофе-пойнте установлены специальные контейнеры для их сбора. Несколько раз в неделю подрядчик забирает эти отходы и отправляет их на компостирование. Пищевые отходы на полигонах — серьезная экологическая проблема, поэтому мы стараемся минимизировать свой вклад в нее, внедряя такие решения.

Кроме того, в наших офисах можно сдать батарейки и электронные сигареты — это опасные отходы, которым на полигонах точно не место. Мы передаем их специализированной компании, которая обеспечивает безопасную и правильную утилизацию.

Экопросвещение

Экологичный офис невозможно представить без экопросвещения. Ведь все, о чем говорилось выше, не будет работать без вовлеченности сотрудников. Можно поставить тысячу урн для раздельного сбора, но без просвещения экологизация не принесет результата. Поэтому экопросвещение — полноценная и неотъемлемая часть нашей работы.

Мы не заставляем сотрудников сортировать

отходы или следовать строгим правилам, мы показываем, что быть экологичным можно без особых усилий. Например, раз в полгода мы приглашаем всех «расхламляться» дома и приносить в офисы ненужную электронику, которую затем передаем на переработку проверенному партнеру.

Каждый год мы выезжаем в лес сажать деревья. Компания не заявляет, что таким образом компенсирует углеродный след, а показывает, что так можно отлично провести время на природе и при этом принести реальную пользу.

Мы устраиваем экоквеленджи и экорейвы, постоянно экспериментируем с форматами и стилями, чтобы доказать: экомероприятия — это не скучно! Если приглашаем лекторов, то это, как правило, ученые или практикующие экологи, которые делятся актуальными знаниями и практическими советами.

Кроме того, мы объединяем людей по интересам. Наше внутреннее сообщество Go Green насчитывает почти 2,3 тысячи человек, объединенных общей заботой об окружающей среде. Кто-то занимается посадкой деревьев, кто-то отказался от мяса, кто-то регулярно проводит субботники, а кто-то просто сдает батарейки в правильные места. Но всех нас объединяет неравнодушие к тому, что происходит вокруг.

Умный экопункт

Мы постоянно пробуем что-то новое: так, в одном из наших офисов в бизнес-центре «Аврора» установлен умный экопункт, который с помощью нейросети определяет, какие именно отходы в него положили. Принимаются только ПЭТ-бутылки, бумага, картон и алюминиевые банки. Если пользователь пытается положить что-то неподходящее, аппарат сразу же сообщит об этом и объяснит, почему этот предмет не подходит для переработки.

Поскольку экопункт расположен во дворе офиса, к нему имеют доступ не только наши сотрудники, но и все желающие, что позволяет расширить влияние инициативы на окружающее сообщество.

Подводя итог, хочу подчеркнуть, что в нашей компании не применяются принудительные методы. Мы предлагаем сотрудникам экологичные альтернативы и показываем, как их выбор может повлиять на окружающую среду и качество жизни. При этом «Яндекс» обязательно поощряет тех, кто делает осознанный и ответственный выбор, создавая атмосферу поддержки и мотивации внутри коллектива. ■

Фото предоставлены компанией «Яндекс»



СВОП-вечеринка в офисе «Яндекса»

T2: ЭКОЛОГИЧНОСТЬ В КАЖДОМ РАБОЧЕМ ДНЕ

Современный офис — это сложный организм, жизнедеятельность которого оказывает значительное влияние на окружающую среду. От потребления энергии и ресурсов до образования отходов — каждое действие оставляет свой экологический след. Осознание этой взаимосвязи подталкивает компании к поиску и внедрению экологически чистых методов и практик, направленных на снижение негативно-го воздействия офисной деятельности.



Автор: Любовь Владимирова,
менеджер проектов по КСО, T2

Экологичность офисов компании T2 (ООО «T2 Мобайл» — оператор мобильной связи. Компания оказывает услуги в 70 регионах страны и насчитывает 10 тысяч профессионалов в своей команде) охватывает широкий спектр аспектов, начиная от использования «зеленых» материалов и заканчивая просветительской деятельностью, направленной на формирование здорового отношения к экотематике. Создание экологичного и гуманного рабочего пространства перестало быть просто трендом — это стало необходимым условием для компаний, стремящихся к статусу уважаемых организаций.

В компании T2 двигателем и идейным вдохновителем создания здоровой рабочей среды стали сами сотрудники. Они предлагают решения и инициативы для изменения окружающего мира, одновременно меняясь сами.

Ресурсосбережение

Постепенно в компании внедряется разумное потребление ресурсов в области освещения, отопления и кондиционирования. Все лампы накаливания заменены на энергосберегающие,

а регулярное техническое обслуживание и оптимизация работы систем способствуют экономии энергии. В некоторых региональных представительствах установлены датчики движения для управления освещением. С 20:00 до 08:00 общее освещение офиса отключается (за исключением аварийных светильников), а при необходимости его можно включить вручную в отдельных зонах. В некоторых офисах действуют системы вентиляции, работающие по заданному расписанию, а в других внедрено погодное и суточное регулирование систем теплоснабжения и вентиляции.

Управление отходами

Правильное управление отходами — важный аспект экологической устойчивости офиса. Внедрение системы отдельного сбора отходов и их переработка позволяют сократить количество мусора, отправляемого на полигоны, и вернуть ценные материалы в производственный цикл.

Компания предлагает канцелярию, изготовленную из переработанных материалов и с соблюдением критериев безопасности, исключающих вредные для здоровья вещества. На кухнях всех офисов есть многоразовая посуда, но сотрудники всегда имеют право выбора и могут использовать одноразовую посуду. Стартовый пакет нового сотрудника выдается в многоразовой сумке, в которую входит термкружка, используемая вместо одноразовых стаканчиков для напитков.

К сожалению, в течение дня сотрудники покупают в кафе и берут с собой множество блюд в одноразовой упаковке. Наша задача — создать условия для простого разделения отходов и организовать дальнейшую утилизацию или переработку. Система сортировки мусора постоянно совершенствуется. Пример успешного внедрения — Кемеровский филиал, где она работает уже третий год. Мусор в точку сбора (пункт по приему мусора) вывозят сотрудники собственными силами. Сортируются пластик (1, 2, 4, 5, 6), стекло, металл, бумага и картон.

Неотъемлемой частью раздельного сбора и утилизации отходов является благотворительность: собранное в рамках акции «Вещеворот» уральский офис передает в социальные центры, а офис Воронежа собирает макулатуру для участия в экологическом социально-благотворительном проекте «Бумажный кораблик».

Зеленые пространства

Размещение растений в офисе улучшает качество воздуха, снижает уровень стресса и повышает концентрацию внимания. Выбор не требующих особого ухода растений (например, сансевиерия, замиокулькас), устойчивых к условиям офиса, упрощает уход за ними. Лидерами по количеству цветов на одного сотрудника являются офисы в Красноярске, Омске и Санкт-Петербурге, где на двух человек приходится одно растение. Красноярский филиал ежегодно выращивает рассаду петуний, чтобы украсить входную группу офиса в теплый период, каждый раз составляя новые композиции.

Здоровый образ жизни

Стимулирование использования велосипедов для поездок на работу, компенсация занятий фитнесом и предоставление здорового питания на кухнях способствуют улучшению здоровья и благосостояния сотрудников. Наличие душевых комнат позволяет коллегам заменить обеденный перерыв пробежкой и, освежившись, вернуться к рабочему месту.

Образование и вовлеченность

Организация совместных экологических акций, конкурсов и тренингов вовлекает сотрудников в процесс создания экологически устойчивого офиса и повышает их экологическую осведомленность. Важно просвещать работников относительно экологических практик, особенно в отношении энергосбережения, сортировки отходов и устойчивых привычек.

Проведение образовательных программ и тренингов по экологической тематике повышает осведомленность сотрудников и мотивирует их к участию в экологических инициативах. Для создания большего интереса к участию в активностях и изучению обучающего курса «5 шагов к зеленой планете» была разработана валюта — экорубль. На них в экомаркете можно приобретать товары, произведенные из «чистых» или переработанных материалов.

Сотрудникам представлен простой план по накоплению экорублей. За организацию экологически чистого рабочего места, участие в конкурсе детских рисунков, акциях по вещевороту, сбору макулатуры и крышек, а также экопомощь городу начисляется определенное количество экорублей.

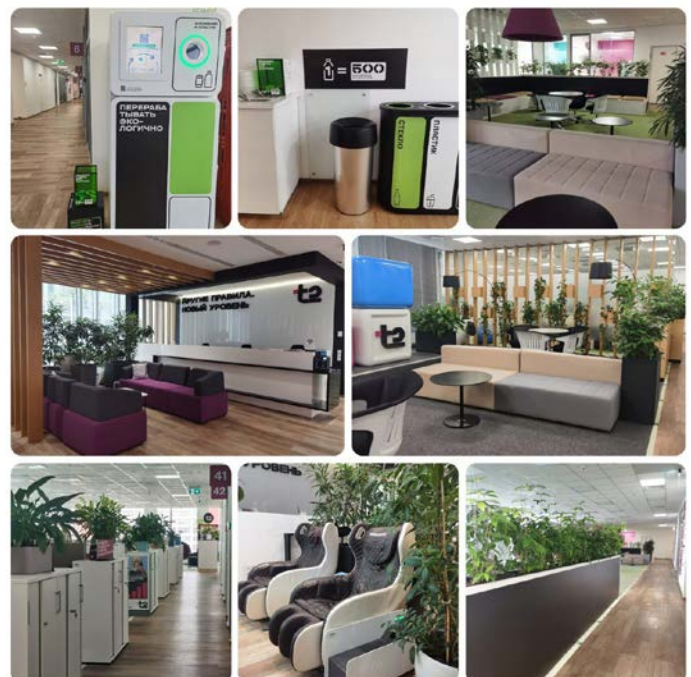
Новые проекты

В ноябре 2024 года был запущен масштабный проект под названием Greenbot — Telegram-бот, созданный специально для сотрудников Т2. Бот отвечает на основные экологические вопросы и помогает внедрять экокультуру в Т2.

В 2025 году стартовали первые записи подкаста «Зеленый час». Это новая платформа для диалога со всеми сотрудниками с «зеленой» ДНК. Первый выпуск был посвящен экологической катастрофе в Черном море и записан с одним из волонтеров — сотрудницей макрорегиона Волга.

Экологичность в офисе — это не просто модный тренд, а необходимость для обеспечения устойчивого развития и сохранения окружающей среды для будущих поколений. Внедрение экологически чистых материалов, энергосберегающих технологий и эффективного управления отходами, а также создание здоровой и устойчивой рабочей среды для сотрудников — это инвестиция в будущее, приносящая пользу не только планете, но и бизнесу. Компания, начав с малого, постепенно внедряет изменения и стремится к тому, чтобы ее офисы в ближайшем будущем становились более экологичными, здоровыми и продуктивными. ■

Фото предоставлены Т2



ЗДОРОВОЕ ОСВЕЩЕНИЕ В ОФИСЕ

Чтобы лучше понять, как свет влияет на человека и как избежать выгорания и болезней сотрудников, важно рассмотреть эволюцию человека и развитие освещения. Свет — один из ключевых факторов, оказавших значительное влияние на наше поведение, здоровье и социальные структуры.



Автор: Анастасия Бухарева,
член Международной академии общественных наук и секретарь рабочей группы «Здоровое зрение» при МТПП

Естественное освещение и эволюция человека

Свет играет важную роль в регуляции циркадных ритмов — биологических процессов, которые повторяются примерно каждые 24 часа. Эти ритмы влияют на сон, бодрствование, гормональный фон и обмен веществ. Наши предки, жившие в условиях естественного освещения, адаптировались к смене дня и ночи, что способствовало их выживанию и репродукции. В 2017 году Нобелевская премия была вручена ученым, которые четко определили циркадные ритмы человека.

Охота и собирательство были основными видами деятельности для выживания наших предков. Естественное освещение позволяло им охотиться и собирать пищу в дневное время, а ночь использовалась для отдыха и защиты от хищников. Это разделение времени на активные и пассивные периоды способствовало развитию социальных структур и взаимодействию в группах.

С появлением огня — первого искусственного освещения — примерно 1,5 миллиона лет назад наши предки получили возможность продлить

активное время суток. Это новшество не только обеспечивало тепло и защиту, но и позволяло готовить пищу, что значительно улучшало ее усвояемость и питательную ценность. Таким образом, огонь стал важным фактором в эволюции человека. Изменение пищевых привычек также открыло новые горизонты для активности и формировало новые виды деятельности.

С развитием искусственного освещения, такого как свечи и лампы, люди начали создавать более сложные социальные структуры. Ночные собрания, ритуалы и обучение стали возможными благодаря искусственному свету. Это способствовало развитию языка, искусства и науки, что, в свою очередь, оказало глубокое влияние на эволюцию человеческого разума.

Влияние электрического освещения на здоровье

С появлением электрического освещения наша зависимость от искусственного света значительно увеличилась. Однако это также привело к новым вызовам для здоровья человека. Избыточное использование яркого света, особенно в вечернее время, может нарушать циркадные ритмы и приводить к проблемам со сном, депрессии и другим заболеваниям.

Многочисленные исследования показывают, что неправильное освещение может негативно



сказаться на здоровье сотрудников. Рассмотрим несколько основных проблем, связанных с некачественным освещением:

Выгорание. Постоянное нахождение под ярким, неестественным светом может привести к эмоциональному выгоранию. Сотрудники начинают испытывать усталость, раздражительность и снижение мотивации.

Заболевания глаз. Яркий свет, особенно от экранов компьютеров, может вызывать синдром сухого глаза, головные боли и другие проблемы со зрением.

Нарушение сна. Неправильное освещение может нарушить циркадные ритмы, что приводит к проблемам со сном и, как следствие, снижению продуктивности.

Психические расстройства. Недостаток естественного света может способствовать развитию депрессии и тревожных расстройств.

Влияние света на здоровье человека — это сложная и многогранная тема. Эволюция и история использования света показывают, что правильное обращение с ним может значительно улучшить наше здоровье и качество жизни.

Технологии освещения: плюсы и минусы

Лампочки накаливания

Плюсы:

Теплый свет. Лампочки накаливания дают приятный, теплый свет, который создает уютную атмосферу. В их свете отсутствуют пики синего спектра, что способствует снижению проблем со здоровьем глаз и психоэмоциональному выгоранию.

Доступность. Они широко доступны на рынке и имеют низкую стоимость.

Простота использования. Лампочки легко устанавливаются и заменяются, что делает их удобными в использовании.

Минусы:

Энергоэффективность. Лампочки накаливания потребляют много энергии и имеют низкую эффективность (около 10% энергии преобразуется в свет).

Короткий срок службы. Средний срок службы составляет всего 1000 часов.

Нагрев. Эти лампы выделяют много тепла, что может быть небезопасно в некоторых условиях.

Флуоресцентные лампы

Плюсы:

Энергоэффективность. Флуоресцентные лампы потребляют на 75% меньше энергии по сравнению с лампочками накаливания.

Долговечность. Срок службы составляет около 10 тыс. часов.

Яркость. Они обеспечивают яркий и равномерный свет.

Минусы:

Содержат ртуть. Утилизация флуоресцентных ламп требует осторожности из-за наличия ртути.

Мерцание. Некоторые модели могут мерцать, вызывая дискомфорт и быструю утомляемость, а также головные боли.

Холодный свет. Цветовая температура может быть слишком холодной для создания уютной атмосферы.

Спектр. Имеет много провалов и не может обеспечить высокий индекс цветопередачи (CRI 70–80).

Светодиодные лампы (LED)

Плюсы:

Энергоэффективность. Светодиоды потребляют до 80% меньше энергии по сравнению с лампочками накаливания.

Долговечность. Срок службы может достигать 25–50 тыс. часов.

Разнообразие. LED-лампы доступны в различных цветах и формах, что позволяет легко адаптировать освещение под любые нужды.

Минусы:

Стоимость. Первоначальная стоимость светодиодов выше, чем у ламп накаливания и флуоресцентных ламп.

Качество света. Некоторые дешевые модели могут давать неестественный свет или быстро терять яркость.

Чувствительность к температуре. LED-лампы могут быть менее эффективными при высоких температурах и потенциально вредны для человека.

Не все LED-светильники одинаково полезны

С учетом высокого распространения светодиодных технологий важно знать, какой LED-свет действительно полезен, а какой может нанести ущерб. Плохое качество светодиодов иногда сравнивают с радиацией — мы ее не видим и не ощущаем, но она может быть вредна.

При выборе освещения стоит обращать внимание не только на внешний вид, но и на такие параметры, как:

- Мерцание. Может вызвать дискомфорт и ухудшение самочувствия.
- CRI (индекс цветопередачи). Высокие значения позволяют лучше различать цвета.
- R9. Один из аспектов CRI, который отвечает за восприятие красного цвета.
- Спектр освещения. Важен для здоровья глаз и общего самочувствия.
- UGR (индекс блеска). Определяет уровень дискомфорта от яркого света.

К сожалению, многие производители не указывают эти характеристики, и стандартов по безопасности для освещения пока нет. Ранее вопросами сертификации занимались биологические лаборатории при Роспотребнадзоре и гигиенисты, но с закрытием этих лабораторий обязательное измерение параметров освещения перестало быть актуальным.

Параметры качества света

Коэффициент мерцания (Flicker) — это показатель, который описывает, как быстро и сильно изменяется яркость света. Высокий коэффициент мерцания может вызывать дискомфорт, усталость глаз и даже головные боли. Для светодиодных ламп рекомендуется выбирать модели с коэффициентом мерцания ниже 10%. В настоящее время на рынке доступны светодиодные решения с коэффициентом мерцания всего 0,5%. Этот параметр также зависит от драйвера, который регулирует работу источника света. Если производитель предлагает действительно высококачественный продукт, то драйвер будет подобран технически подходящим к источнику света, что исключит мерцание и обеспечит заявленный срок службы 30 тыс. часов и более.

Индекс цветопередачи (Color Rendering Index, CRI) — это показатель, который характеризует, насколько точно источник света передает цвета объектов по сравнению с естественным освещением. Значение CRI варьируется от 0 до 100, где

100 соответствует идеальному воспроизведению цвета. Для жилых помещений рекомендуется выбирать светодиоды с CRI не ниже 95–98. На рынке существуют решения, которые называются полноспекторными или солцеподобными, и они обеспечивают отличную цветопередачу, что особенно важно для создания комфортной и естественной атмосферы.

Спектр света

Спектр света светодиодов может варьироваться в зависимости от их конструкции и используемых материалов. Полный спектр света, близкий к солнечному, способствует лучшему восприятию цветов и созданию более комфортной атмосферы. При выборе светодиодов стоит обращать внимание на их спектральный состав, особенно если они будут использоваться в помещениях, где человек проводит много времени.

Например, в агропромышленности выбор соответствующих параметров спектра света является критически важным при освещении теплиц. Если компания занимается выращиванием помидоров, ей нужен спектр света, биологически совместимый с этой культурой. Если же она выращивает салат, который требует других биологических процессов, — спектр для теплицы будет совершенно другим.

Так же и с человеком: все процессы в его организме связаны с солнечным спектром, его активностью и дневным циклом. Поэтому проверка спектра света на биобезопасность — это важный аспект, который нельзя игнорировать.

Цветовая температура и спектр R9

Не менее важным фактором, который выделяется в спектре света, является цветовая температура и спектр R9. В настоящее время понимание цветовой температуры ограничивается цифрами, такими как 4000 или 5000 Кельвин. Однако стоит помнить, что эти значения могут достигаться разными технологическими решениями, и многие из них могут содержать факторы, способствующие выгоранию люминофора.

Люминофор — это материал, который поглощает свет и затем излучает его в формате видимого света. В контексте светодиодов люминофоры используются для преобразования света, излучаемого полупроводниковыми элементами, в более широкий спектр видимого света. Это особенно важно для создания белого



Проверяйте зрение, используйте защитные очки

света, так как сами светодиоды излучают свет в узком диапазоне длин волн (например, синий или ультрафиолетовый).

Эти два диапазона длин волн могут быть вредны в избыточном количестве для наших глаз и циркадных ритмов. Поэтому низкокачественная LED-технология часто использует синий диод, покрытый желтым люминофором. Эта технология быстро деградирует: люминофор со временем выгорает. Приобретая светильник с такой технологией, который имеет цветовую температуру, к примеру, 4000 К, после полугода эксплуатации вы можете обнаружить, что он стал 4500 К, а через год — даже 5000–6500 К из-за выгорания желтого покрытия люминофора.

Понимание параметров качества света — это важно не только для выбора соответствующих осветительных приборов, но и для обеспечения здоровья и комфорта в вашем доме или офисе. Инвестируя в качественное освещение, вы не только улучшаете визуальные условия, но также поддерживаете свое здоровье и самочувствие на высоком уровне.

Деградация люминофора и ее последствия

Деградация люминофора может значительно сократить срок службы светодиодов, что приводит к необходимости их замены. Это не только экономический фактор, но и проблема, связанная с негативным влиянием синего спектра на здоровье человека.

На российском рынке 90% светодиодных ламп имеют спектр света, далекий от естественного. Слишком интенсивный синий свет (400–450 нм) и провалы в голубом (480 нм) и красном (R9) спектрах приводят к множеству

серьезных последствий для здоровья и самочувствия, таких как:

- Макулодистрофия и потеря зрения.
- Катаракта.
- Нарушение сна.
- Нарушение уровня сахара в крови и диабет.
- Постоянное напряжение глаз и общая усталость.
- Миопия и другие нарушения зрения.
- Неспособность сосредоточиться и низкая трудоспособность.
- Замедление заживления ран, порезов и пигментация кожи.

Влияние качественного света на здоровье

Использование высококачественного света, такого как светильники Osnovald, приносит множество преимуществ:

- Удаление эффекта «сухого глаза».
- Снижение напряжения глаз и общего утомления.
- Снижение риска миопии.
- Улучшение сна благодаря регуляции мелатонина.
- Повышение уровня энергии и трудоспособности.
- Улучшение фокусировки зрения.
- Снижение уровня сахара в крови и риск диабета.
- Ускорение заживления ран и клеточного метаболизма.

Значение спектра R9

Отдельно стоит рассмотреть спектр света R9. Значение R9 — это один из параметров индекса цветопередачи, который оценивает, как хорошо источник света передает красные оттенки. Значение R9 может варьироваться от 0 до 100. Высокие значения R9 (ближе к 100) указывают на хорошую передачу красных цветов, что имеет большое влияние на здоровье человека.

Красный свет и инфракрасное излучение (650–680 нм) стимулируют процессы в организме, такие как выработка коллагена и заживление ран. Это также способствует улучшению остроты зрения.

Отсутствие или низкий R9 в светодиодном источнике — это негативный фактор. Уточняйте данный параметр у производителей: он должен быть не менее 80, тогда как в светильниках Osnovald он составляет 95–98.

Уровень дискомфорта: коэффициент UGR

Еще одним важным параметром освещения, который часто игнорируется при выборе, является коэффициент UGR (Unified Glare Rating) — уровень дискомфорта, создаваемого источником света. Это единый индекс дискомфорта, измеряющий уровень ослепления. Чем ниже значение UGR, тем комфортнее будет освещение.

Для офисных и учебных помещений рекомендуется выбирать светильники с UGR ниже 19, чтобы минимизировать дискомфорт и повысить продуктивность.

Важно отметить, что источник света не должен иметь прямого попадания в глаза. Это так же критично, как смотреть на солнце на улице. При прямом ослеплении у человека включается защитный механизм — прищуривание или закрытие глаз. Если параметр UGR не учтен, глаза человека будут постоянно подвергаться негативному воздействию, что может привести к различным заболеваниям органов зрения, вплоть до отслоения сетчатки и потери зрения. Этот процесс занимает 10–20 лет, поэтому вред от такого освещения не всегда очевиден сразу.

Как выбрать здоровое освещение для офиса

В XX веке офисы стали местом, где сосредоточены не только физические ресурсы, но и интеллектуальный труд. А появление компьютеров и интернета, смартфонов радикально изменило способ работы. Мы стали более мобильными, можем работать и общаться из любой точки мира. Однако это также привело к увеличению времени, проводимого за экранами, что повлияло на наше поведение и привычки, на наше здоровье.

Искусственное освещение, имеющее прямое излучение, оказывает значительное влияние на зрение. Неправильное расположение экрана может привести к напряжению шейных и глазных мышц. Чтобы снизить риск возникновения усталости глаз, следуйте правилу 20–20–20: каждые 20 минут смотрите на объект, находящийся на расстоянии примерно 6 метров, в течение 20 секунд. Убедитесь, что экран находится на уровне глаз или немного ниже, чтобы минимизировать напряжение шеи и глаз.

Влияние смартфонов на зрение также значительное. Они излучают синий свет, который может вызывать усталость глаз и нарушать сон,

Общие рекомендации для защиты зрения
Делайте перерывы. Регулярно делайте перерывы в работе за компьютером и при использовании смартфонов, чтобы дать глазам отдохнуть.

Обеспечьте хорошее освещение.

Убедитесь, что у вас достаточно света в помещении, где вы работаете или читаете, чтобы избежать чрезмерного напряжения глаз.

Регулярные проверки зрения. Посещайте офтальмолога для регулярных проверок зрения, особенно если замечаете изменения.

Используйте защитные очки.

Приобретайте проверенные модели очков для защиты от излучения экранов — например, OSNOVAVISION.

особенно если устройство используется перед сном. Частое использование смартфонов на близком расстоянии может привести к ухудшению зрения и развитию миопии. Рекомендуется: ограничить время, проведенное за смартфоном, особенно перед сном, использовать режим «ночного света» или специальные приложения, которые уменьшают количество синего света, излучаемого экраном.

И конечно, чтобы избежать проблем со зрением и самочувствием, важно правильно подойти к выбору освещения для офиса:

1. Максимальное использование естественного света

Организируйте рабочие места так, чтобы сотрудники могли получать максимальное количество естественного света. Это не только улучшит настроение, но и повысит продуктивность. Размещайте столы и рабочие места рядом с окнами, делая акцент на открытых пространствах.

2. Восполнение недостатка света

Если естественного света недостаточно, рассмотрите установку систем, воспроизводящих солнечный свет. Они компенсируют его отсутствие и могут восполнить недостаток в течение дня. Примером такой системы является LEDWINDOW, которая доказала свою эффективность.

3. Качественные источники света

Выбирайте качественные источники света — используйте светодиоды (LED). Они обеспечивают равномерное освещение и минимизируют

мерцание, что поможет снизить нагрузку на глаза и улучшить общее самочувствие сотрудников.

4. Регулировка яркости и цветовой температуры

Установите системы, позволяющие регулировать яркость и цветовую температуру света в зависимости от времени суток и потребностей сотрудников. Теплый свет в утренние часы и более холодный в вечернее время могут помочь поддерживать естественные ритмы организма.

5. Разделение света

Разделяйте свет для ориентации в пространстве и рабочий свет. Свет для ориентации в пространстве — потолочный свет или освещение для зонирования — не должен быть слишком ярким, чтобы не вызывать раздражения. Избегайте проектов, где только потолочный свет обеспечивает нормы освещенности на рабочем месте, так как это может создать дискомфорт для сотрудников.

Организуйте рабочий свет и необходимую яркость с помощью настольного освещения или напольных офисных торшеров — например, OSNOVALED. Это позволит адаптировать освещение под индивидуальные потребности каждого сотрудника и повысить показатели энергосбережения.

6. Зоны отдыха

Создайте зоны отдыха с мягким освещением, где сотрудники могут отдохнуть и восстановить силы. Это поможет снизить уровень стресса и предотвратить выгорание.

7. Проверяйте параметры света

Не забывайте при выборе осветительных приборов проверять важные параметры света, такие как мы описали выше: CRI (индекс цветопередачи), UGR (коэффициент дискомфорта), R9 (качество передачи красных оттенков), Flicker (коэффициент пульсации). Запрашивайте лабораторные отчеты по спектру источника света для подтверждения этих характеристик.

Здоровое освещение в офисе — это не просто вопрос эстетики, но и важный аспект, влияющий на здоровье и продуктивность сотрудников. Вы можете внести значительный вклад в создание комфортной и безопасной рабочей среды, выбрав правильные источники света и организовав пространство с учетом потребностей вашей команды. Инвестирование в качественное освещение — это инвестиция в здоровье и благополучие ваших сотрудников, что в конечном итоге приведет к повышению эффективности работы всего коллектива. ■

Иллюстрации предоставлены автором материала

Недостаток естественного света восполняют системы, воспроизводящие солнечный свет



МОЖНО ЛИ НАЙТИ НА РЫНКЕ ПОСТАВЩИКА С ЛУЧШИМИ УСЛОВИЯМИ, ЧЕМ У «СВОИХ»?

В современном бизнесе эффективный поиск и выбор поставщиков имеют решающее значение для успеха компаний. Это важно как для малых предприятий, так и для крупнейших компаний. В условиях высокой конкуренции и широкого ассортимента товаров и услуг по одним категориям и монополизации по другим правильный выбор поставщиков может существенно повлиять на качество продукции, сроки поставки, ее надежность и, в конечном итоге, на прибыльность бизнеса.

Дмитрий Сытин, генеральный директор электронной площадки Cooper.pro и председатель Совета Торгово-промышленной палаты РФ по развитию системы закупок, рассказал нашему журналу об основных способах поиска поставщиков для коммерческих компаний, плюсы и минусы каждого подхода и предложил несколько практических и полезных советов по оптимизации процесса закупок.



Автор: Дмитрий Сытин

Особенность коммерческого рынка в том, что заказчики в подавляющем числе случаев принимают решение по принципу цена — качество, очень быстро считают свои деньги и стремятся их сэкономить. С точки зрения расширения пула поставщиков ситуация противоречивая: с одной стороны, заказчики хотят расширения пула поставщиков, а с другой — осторожно выбирают новых партнеров, особенно в работах и услугах, а также долгосрочных и дорогих поставках. Способы поиска новых поставщиков коммерческими компаниями могут варьироваться

в зависимости от размера компании, и для каждого сегмента характерны свои подходы.

От маркетплейсов до личных рекомендаций

Начнем с **малого бизнеса**, где ресурсы ограничены, и внедрение высокотехнологичных или ресурсоемких способов часто невозможно. В таких компаниях используется несколько основных методов поиска поставщиков.

Первый метод — это использование маркетплейсов для поиска поставщика. С одной стороны, маркетплейс сам по себе обеспечивает большое количество поставщиков по каждому товару, а с другой — в основном представлены бытовые и простые товары, заказчику нужно самому искать товары по всей спецификации и выбирать победителей, тратя на это много времени.

Например, небольшая компания, нуждающаяся в канцелярских принадлежностях, может сформировать потребность из 100 позиций канцелярии, поручить помощнику руководителя сходить на Ozon, Wildberries или Яндекс.Маркет, найти там все 100 товаров, по каждому определиться с поставщиком, сложить все в корзину, оплатить карточкой и потом получить у курьера. Казалось бы, все просто, но вот сколько времени потратит референт на эту работу — большой вопрос. Удастся ли найти всю номенклатуру или лучшее предложение — тоже вопрос.

Постепенно и на маркетплейсах начинает уменьшаться ассортимент, потому что раскручивать новый или уникальный товар становится дорого. Нестандартный товар чаще можно найти у специализированных поставщиков, а не на маркетплейсе.

Пример

При поиске конкретного товара, например, электрической розетки для наружного или внутреннего монтажа, вы вводите запрос «электрическая розетка» и получаете множество результатов с различными моделями и поставщиками. Вам необходимо самостоятельно оценить различия между ними. Даже если у вас есть четкое представление о нужной модели, придется потратить значительное время на анализ предложений по цене, срокам поставки и условиям оплаты из обширного списка. Этот процесс может быть трудоемким и не подходит для регулярного использования, особенно при крупных закупках.

Второй метод поиска поставщиков заключается в использовании рекомендаций знакомых или обращении к уже известным партнерам. Это как раз характерно для небольших компаний, которые больше верят рекомендациям знакомых, а не рыночным процедурам. Вероятно, это следствие видения руководителя, его личного опыта и недоверия. Казалось бы, такой метод с большей гарантией может позволить избежать рисков, но с другой стороны — опыт одной компании не равен опыту другой компании, да и обычно цена в таком случае не получается рыночной. Хотя кажется, что должно быть по-другому. Кроме того, опыт показывает, что партнерство с компаниями «по рекомендации» как минимум в 50% случаев приводит с течением времени к конфликту и с тем знакомым, кто эту компанию порекомендовал.

Третий метод — поиск поставщиков в интернете через поисковые системы, каталоги компаний, сервисы проверки контрагентов. На это уходит много времени у сотрудников малого бизнеса, но обычно им кажется, что это самый лучший способ. Причиной такого мнения является ощущение, что они проводят поиск сами, тем способом, который они сами придумали, и перечень поставщиков — это результаты их личного труда. После подбора списка, по каждому поставщику нужно найти актуальный контакт, созвониться с ним и выяснить, чем он реально занимается, а также может ли взяться за заказ и много еще другой информации.

Малые компании часто выбирают для сотрудничества тех поставщиков, которые кажутся наиболее удобными и доступными по цене. Однако со временем акцент на стоимость может снижаться, и на первый план выходят такие факторы, как комфорт взаимодействия и скорость поставки.

Например, отправив менеджеру список необходимых товаров, компания может рассчитывать на их доставку на следующий день. Тем не менее насколько это выгодно в долгосрочной перспективе, зачастую не анализируется, что может привести к значительным переплатам. В результате возникает необходимость пересмотра условий и поиска нового поставщика.

К сожалению, полноценный рыночный анализ и систематический поиск новых поставщиков в малом бизнесе проводятся довольно редко. Многие компании не используют специализированные платформы для закупок, что является упущенной возможностью для получения лучших предложений и будущих партнеров по соотношению цена — качество. Например, использование платформы Соорег.pro позволяет как получить уже готовые категорийные базы поставщиков, так и фактически получить профессиональный сервис по подбору новой базы под конкретный запрос заказчика, а также быстро сравнивать предложения различных поставщиков, что способствует более обоснованному выбору и снижению расходов, и устраивать торги между поставщиками.

Таким образом, малые компании должны переосмыслить свои подходы к выбору поставщиков, уделяя больше внимания использованию профессиональных закупочных платформ. Это поможет им не только сократить время и денежные затраты, но и повысить качество и скорость получения результата.

Средний бизнес и выбор поставщиков

Вторая категория — **средние компании**. Средние по размеру компании более системно подходят к построению внутренних процессов, в том числе и в закупках, что позволяет им качественнее подбирать поставщиков. В отличие от малых

**ОСОБЕННОСТЬ КОММЕРЧЕСКОГО
РЫНКА В ТОМ, ЧТО ЗАКАЗЧИКИ
В ПОДАВЛЯЮЩЕМ ЧИСЛЕ
СЛУЧАЕВ ПРИНИМАЮТ РЕШЕНИЕ
ПО ПРИНЦИПУ ЦЕНА — КАЧЕСТВО,
ОЧЕНЬ БЫСТРО СЧИТАЮТ СВОИ
ДЕНЬГИ И СТРЕМЯТСЯ ИХ
СЭКОНОМИТЬ**

предприятий, у них есть ресурсы и сотрудники, которые могут заниматься процессом закупок.

Многие средние компании продолжают работать с проверенными поставщиками, основываясь на принципе «так исторически сложилось». Однако такая практика может ограничивать их возможности и ухудшать экономику.

Очевидно, что среднему бизнесу необходимо пересмотреть свои подходы к поиску поставщиков и использовать категорийный подход. Использование современных методов анализа рынка, профессиональных сервисов для закупок и внедрение категорийных стратегий позволит им повысить скорость закупок, увеличить конкуренцию и, соответственно, снизить цену в конкурентных категориях, а также повысить качество закупаемых товаров и услуг.

Оптимизация закупок в крупных компаниях

Крупные компании имеют возможность создать собственную полноценную закупочную службу, которая отвечает за сбор информации о потребностях внутренних подразделений, формирование запросов, сбор и анализ предложений, а также за внутреннее принятие решений. Несмотря на схожесть методов закупок, наблюдается тенденция к активному использованию электронных инструментов.

Существует четыре основных способа поиска поставщиков:

1. Работа с известными поставщиками.
2. Рассылка коммерческих предложений по электронной почте.
3. Использование электронных торговых площадок.
4. Личные контакты и рекомендации.

Что же дает использование электронной торговой площадки? Прежде всего, это возможность поиска и обновления базы поставщиков, что, в свою очередь, способствует увеличению конкурентной среды на рынке закупок. Площадки не только автоматически публикуют ваши закупки, но и распространяют информацию о них через агрегаторы закупок, что позволяет большему количеству поставщиков узнать о ваших потребностях. Кроме того, площадки активно формируют категорийные базы поставщиков, тратя ресурсы и время на сбор и актуализацию информации о том, чем занимается каждый из них, какие услуги или товары они могут предложить. Это позволяет максимально точно собрать пул поставщиков для конкретной закупки с релевантными откликами.

У заказчиков появляется более широкий выбор среди предложений, что облегчает процесс определения победителя или нескольких победителей. Практика показывает, что даже для небольших компаний, осуществляющих закупки от 100 тысяч рублей, использование электронных площадок становится наиболее удобным решением. Современные платформы предоставляют интерфейсы для публикации закупок, позволяя добавлять собственных поставщиков в список приглашенных. Заказчики могут просматривать категорийные базы, предлагаемые площадкой, и исключать из них тех поставщиков, которые находятся в черном списке.

На таких площадках всегда доступны актуальные контакты, а также налажены эффективные способы приглашения поставщиков — будь то электронная почта, телефонные звонки или коммуникация через мессенджеры. Более того, электронные площадки предоставляют все эти функции бесплатно для заказчиков. Они выступают в роли доступного цифрового ресурса и обеспечивают необходимую поддержку в анализе рынка и актуализации информации.

Таким образом, использование электронных площадок является удобным и эффективным решением для компаний любого размера.

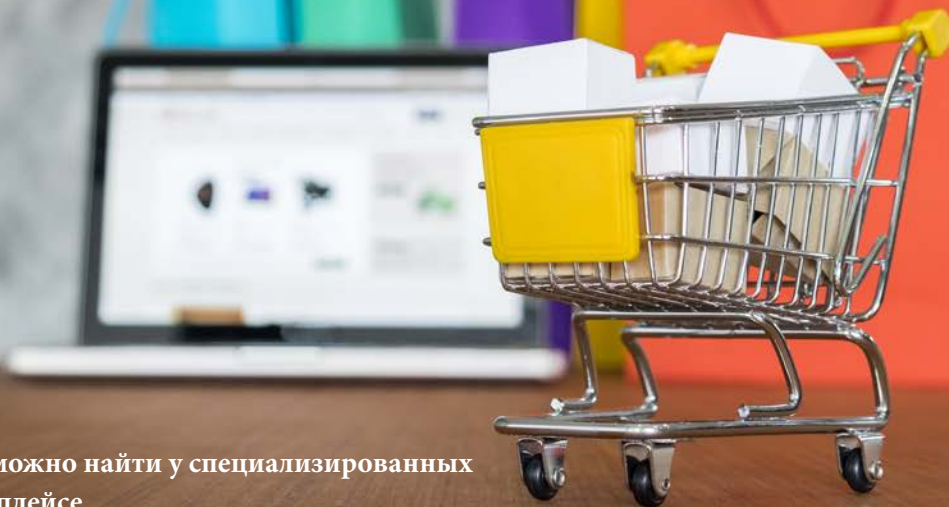
Как договориться с поставщиком?

Для успешного взаимодействия с поставщиком важно четко сформулировать требования в запросе коммерческого предложения. Это означает, что вам необходимо подробно описать, что именно вы хотите приобрести. Обычно это делается двумя способами: либо в виде документа, если запрос отправляется по электронной почте, либо в приложенных документах при проведении закупки через электронную площадку.

Требования к поставщику можно разделить на три основных типа:

1. Описание товара. Начните с формирования спецификации — перечня товаров или материальных ценностей, которые вы хотите купить. Укажите максимально подробные характеристики и количество. Например, если вы просто напишете «розетка», поставщик не сможет точно понять ваш запрос и, соответственно, предложить нужный вам товар.

2. Условия договора. Четко обозначьте условия сделки, включая место и сроки поставки, порядок оплаты и возможные ограничения по цене.



Нестандартный товар чаще можно найти у специализированных поставщиков, а не на маркетплейсе

Хорошей практикой будет приложить образец договора, чтобы поставщик мог подготовить предложение в соответствии с вашими требованиями или решить не участвовать в закупке, если условия его не устраивают. Отсутствие такой информации может привести к недопониманию и затруднениям в дальнейшем.

3. Требования к поставщику. Уточните, какую информацию вы хотите получить о поставщике и какой опыт ожидаете от будущего партнера. Эти требования также следует формализовать.

Таким образом, четкое и понятное изложение ваших требований поможет наладить эффективное сотрудничество с поставщиком и избежать возможных недоразумений.

Современные электронные площадки для коммерческих закупок обладают широкой функциональностью. Они предлагают удобные конструкторы для формирования требований по всем типам товаров и услуг. На площадке вы можете воспользоваться готовым шаблоном требований к поставщику, легко внося изменения или удаляя ненужные пункты. Кроме того, вы можете создать собственный шаблон для определенной категории закупок, например, для услуг перевозки, и использовать его в будущем, что позволяет избежать забывчивости и сэкономить время.

Одним из ключевых преимуществ таких платформ является возможность удобно сравнивать предложения поставщиков, представленные в определенной цифровой структуре. Это

упрощает процесс: вы можете быстро сопоставить значения требований и предложения.

Например, если у вас есть требование по сроку поставки, один поставщик может указать 5 дней, другой — 10, третий — 15, а четвертый — 2. Таким образом, вы легко видите все значения и можете без труда провести сравнение.

Электронные площадки, такие как Cooper.pro, предлагают еще более удобные решения. Если требования сформулированы в цифровом формате, система подсвечивает лучшее предложение среди всех вариантов от поставщиков. Это значительно сокращает время и упрощает процесс выбора наилучшего партнера.

Современные электронные площадки для коммерческих закупок представляют собой мощный инструмент, который существенно упрощает и оптимизирует процесс выбора поставщиков. Благодаря интуитивно понятным интерфейсам, готовым шаблонам и возможностям для сравнения предложений организации могут не только сэкономить время, но и повысить качество принимаемых решений. Использование таких платформ, как Cooper.pro, позволяет эффективно управлять закупками, минимизируя риски и повышая прозрачность процесса. В условиях быстро меняющегося рынка и растущей конкуренции внедрение технологий в сферу закупок становится не просто желательным, а необходимым шагом для достижения успеха. Инвестируя в современные решения, компании обеспечивают себе устойчивое будущее и возможность сосредоточиться на стратегическом развитии. ■

КАК BENEFACTORY АВТОМАТИЗИРУЕТ ЗАБОТУ О СОТРУДНИКАХ

В последние годы российский рынок все чаще сталкивается с необходимостью автоматизации внутренних HR- и административных процессов и гибкого управления социальными пакетами. BENEFACTORY — одна из первых компаний, предложивших комплексное цифровое решение для этих задач.

Основанная в 2008 году как IT-компания, BENEFACTORY начинала с автоматизации кадровых бизнес-процессов. С ростом спроса на персонализированные льготы она выделила отдельное направление по управлению гибкими соцпакетами. В то время понятие «кафетерий льгот» только появлялось на российском рынке, и удобных решений для его реализации практически не существовало.

Сегодня BENEFACTORY — это не просто «кафетерий льгот» с широким выбором бенефитов (индивидуальные страховые продукты, спорт и фитнес, туризм, питание, транспортные и аптечные карты, электронные сертификаты и многое другое), а комплексная платформа, которая объединяет работодателей, сотрудников и поставщиков услуг.

Система легко настраивается под бизнес-процессы конкретной компании, поддерживает разные схемы оплаты и софинансирования, а также обеспечивает

высокий уровень информационной безопасности: доступ строго контролируется, а инциденты мониторятся в режиме реального времени.


















Компания самостоятельно отбирает и проверяет партнеров, интегрирует их в систему и обеспечивает защиту персональных данных.

Благодаря собственной службе поддержки сотрудники могут оперативно решать вопросы через чат, телефон или электронную почту.

Платформа автоматизирует практически все процессы, связанные с управлением соцпакетом: от начисления баллов до документооборота и аналитики.

BENEFACTORY интегрируется с системами работодателя, будь то 1С или другие решения, и формирует пул сотрудников, которым начисляются баллы гибких льгот по заданным параметрам. Это освобождает менеджеров клиентов от рутинной работы и позволяет им сосредоточиться на стратегических инициативах.

Больше, чем кафетерий льгот

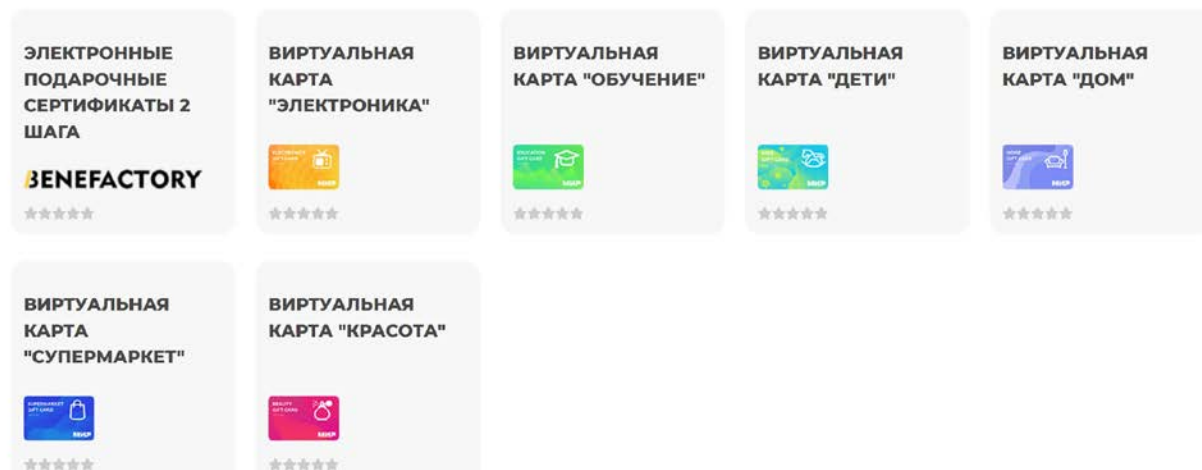
- | | | | |
|--|--|---|---|
|  | Автоматизация администрирования соцпакета компании |  | Управление корпоративным автотранспортом |
|  | Управление магазином мерча |  | Автоматизация процесса пересмотра заработных плат |
|  | Программа признания и вознаграждения |  | Материальная помощь и запрос компенсации |
|  | Оценка персонала, оценка 360 градусов |  | Заказ справок |
|  | Автоматизация процесса расчета бонусов |  | Onboarding/ Offboarding персонала |
|  | Управление отсутствиями |  | Авансовые отчеты |
|  | Управление документооборотом |  | Отчет об общем вознаграждении сотрудника (Total Reward Statement) |
|  | Отображение расчетных листков |  | Функция «СПАСИБО» |
|  | Управление командировками | | |

> Новый год 2023

МОЙ БЮДЖЕТ: 1 000.00 ПРЕМИРОВАНИЕ САФЕТЕРИЯ

✓ Победа в конкурсе Лучший сотрудник

МОЙ БЮДЖЕТ: 2 000.00 ПРЕМИРОВАНИЕ САФЕТЕРИЯ



Модуль «Программа признания сотрудников»

BENEFACTORY сегодня — это комплексное решение, объединяющее множество функций в единой экосистеме.

Чтобы лучше понять, как платформа помогает решать эти задачи на практике, расскажем подробнее о нескольких ключевых модулях, которые могут быть особенно полезны и интересны читателям журнала.

Модуль «Программа признания сотрудников»

«Программа признания сотрудников» помогает работодателям отмечать достижения работников, вознаграждая их с помощью виртуальной валюты за инициативность, эффективные решения, высокие результаты и другие достижения. Работодатели самостоятельно определяют, за какие именно успехи начисляются баллы, какую сумму виртуальной валюты получают сотрудники и в какие сроки эти баллы становятся доступными. Благодаря широкому выбору бенефитов на платформе каждый сотрудник может самостоятельно выбрать наиболее подходящий вариант вознаграждения, будь то товары, услуги или дополнительные возможности. Такое персонализированное признание мотивирует работников стремиться к новым достижениям и активному участию в жизни компании.

Понимая свою значимость и видя конкретные результаты своей работы в виде наград,

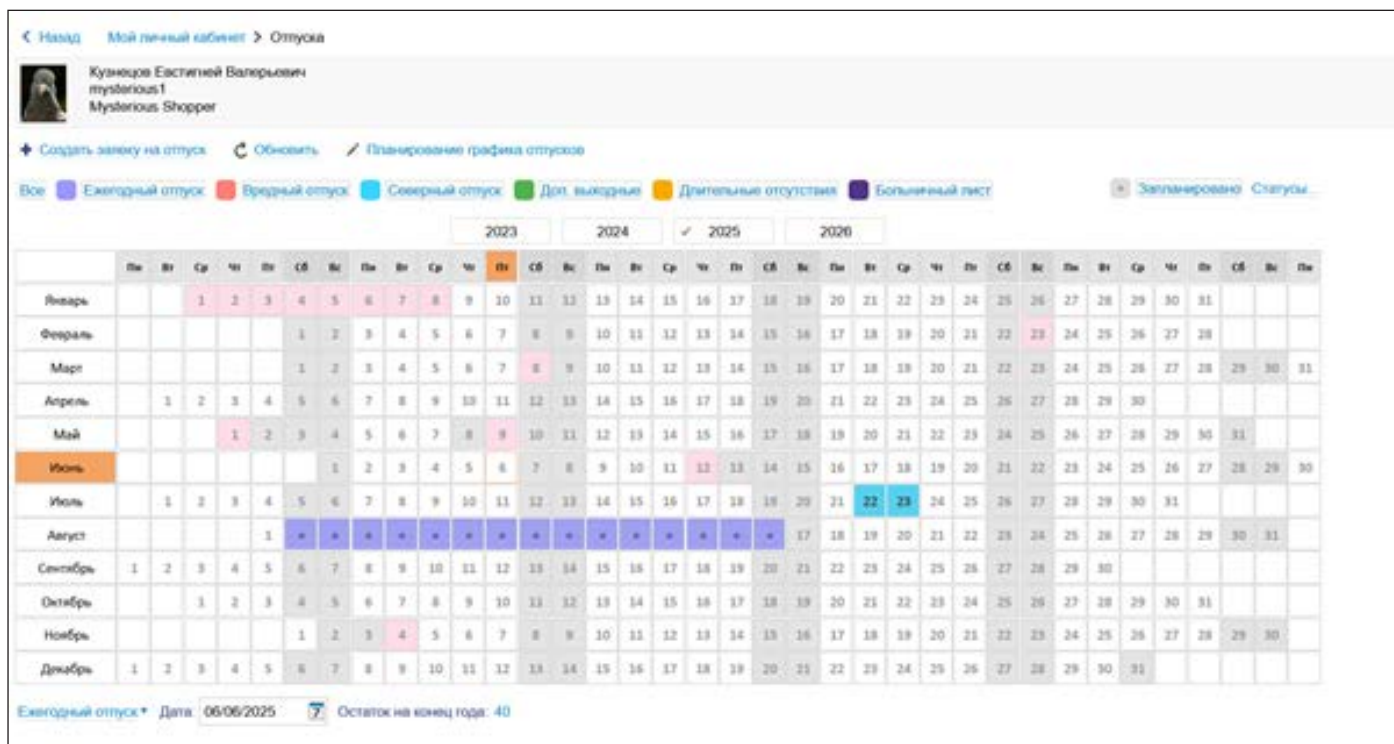
сотрудники проявляют больший энтузиазм и лояльность к организации.

Важным дополнением к программе признания является функция «Спасибо». Она предоставляет сотрудникам простой и удобный способ выражать благодарность коллегам за конкретные действия и достижения. Такая цифровая фиксация признания помогает формировать культуру взаимного уважения и поддержки внутри коллектива, укрепляя командный дух и повышая общую мотивацию.

Модуль «Электронный документооборот»

Модуль электронного документооборота позволяет эффективно организовать ключевые процессы взаимодействия с корпоративной документацией. Сотрудники, которым необходимо ознакомиться с определенными документами, получают автоматические уведомления. Для подтверждения ознакомления достаточно нажать кнопку или воспользоваться электронной подписью. Модуль также своевременно напоминает о приближающемся сроке ознакомления и информирует линейных руководителей о тех, кто не подтвердил факт ознакомления в установленный срок.

**СИСТЕМА ЛЕГКО НАСТРАИВАЕТСЯ
ПОД БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ
КОНКРЕТНОЙ КОМПАНИИ**



Модуль «Магазин мерча»

Также на платформе может происходить согласование различных видов документов. Это могут быть договоры, проектная документация, внутренние нормативные акты и другие важные бумаги. BENEFACTORY позволяет гибко настраивать матрицу согласования и процессы, устанавливать временные лимиты для каждого этапа, а также настраивать автоматические напоминания. Благодаря встроенной аналитике руководители всегда могут выявить узкие места и оптимизировать процесс согласования.

Модуль поддерживает использование как простых электронных подписей, так и интеграцию с провайдерами усиленной квалифицированной электронной подписи, что обеспечивает высокий уровень юридической значимости и безопасности документов.

Модуль «Магазин мерча»

Корпоративный мерч — это не просто брендированные сувениры, а мощный инструмент формирования корпоративной культуры, повышения лояльности сотрудников и укрепления HR-бренда

компании. Платформа BENEFACTORY предоставляет возможность легко создавать и управлять собственным ассортиментом брендированной продукции, превращая мерч в эффективный канал коммуникации внутри коллектива и за его пределами.

В ассортименте можно найти разнообразные категории товаров, которые отвечают потребностям сотрудников и помогают формировать единый стиль компании: одежда, канцелярские принадлежности, аксессуары, подарки.

«Магазин мерча» может быть связан с программами признания и мотивации, позволяя сотрудникам обменивать накопленные баллы на брендированные товары.

Модуль «Управление автотранспортом»

«Управление автотранспортом» — модуль, который представляет собой гибко настраиваемое решение, позволяющее компаниям полностью автоматизировать учет и управление своим автопарком. Он охватывает весь жизненный цикл транспортных средств — от их привязки к сотрудникам с учетом стажа и должности до контроля технического обслуживания, лизинговых договоров и учета штрафов ГИБДД. В системе реализованы функции составления путевых листов, выдачи и использования топливных карт с учетом нормативов расхода топлива, а также формирования отчетности по сотрудникам и транспортным средствам.

**В РЕЗУЛЬТАТЕ КОМПАНИЯ
ПОЛУЧАЕТ ГИБКИЙ
И ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ
ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ**

Интерфейс модуля удобен и интуитивно понятен, с автоматическим заполнением многих полей, что значительно сокращает время работы управляющих корпоративным автопарком и бухгалтеров.

Модуль «Управление отсу́тствиями»

Модуль «Управление отсу́тствиями» предоставляет сотрудникам удобный инструмент для самостоятельного планирования любых видов отсу́тствий прямо из личного календаря. Благодаря интеграции с корпоративной структурой руководители получают доступ к сводным календарям отсу́тствий по своим подразделениям. Такой подход позволяет менеджерам быстро оценивать ресурсы отдела и принимать обоснованные решения при планировании отпусков или других видов отсу́тствий, оперативно распределяя задачи и поддерживая стабильную работу команды.

В результате компания получает гибкий и эффективный инструмент для управления персоналом, что положительно сказывается на дисциплине сотрудников и общей эффективности работы всей организации.

Модуль «Информация об общем вознаграждении сотрудника (TRS)»

TRS-модуль позволяет каждому сотруднику получить прозрачное и структурированное представление о всех составляющих его дохода и компенсаций. В личном кабинете отображаются не только базовая заработная плата, но и премии, бонусы, компенсации, дополнительные выплаты, а также нефинансовые бенефиты и возможности, предоставляемые компанией. Такой подход дает сотруднику полную картину его общего вознаграждения в денежном эквиваленте, позволяя оценить реальную ценность работы в компании.

Преимущество этого модуля заключается в повышении прозрачности и доверия между

Модуль «Целеполагание»

Категория / Category	Категория	Статус	Вес
Продать 120 ромашек	Иновация	Иницировано	30
Вызвать ветеринара пчелам	Социальная ответственность	В зоне риска	40
Проверить качества опыления	Социальная ответственность	В соответствии с планом	30

Вес всех целей: 100

Утвердить Отклонить Отмена

ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ЭТО ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ, КОТОРЫЙ ПОМОГАЕТ МОТИВИРОВАТЬ СОТРУДНИКОВ НА ДОСТИЖЕНИЕ НОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

работодателем и сотрудником. Сотрудник видит, что компания ценит его вклад и предоставляет широкий спектр возможностей, что способствует росту лояльности и вовлеченности. Для руководителей это эффективный инструмент, который помогает наглядно демонстрировать конкурентоспособность компенсационного пакета и мотивировать сотрудников на достижение новых результатов.

Модуль «Целеполагание»

Максимально кастомизированный модуль «Целеполагание» идеален для постановки и контроля выполнения задач. Он позволяет компаниям гибко управлять поручениями, устанавливая для каждой задачи ее срочность, вес, отслеживать сроки исполнения и оценивать эффективность работы как отдельных сотрудников, так и команд. И это далеко не все модули автоматизации, которые доступны пользователям платформы. Сегодня BENEFACOTORY активно используют более 50 компаний из самых разных отраслей — от фармацевтики и тяжелой промышленности до IT-сектора. Такой широкий охват объясняется способностью платформы учитывать индивидуальные потребности каждого клиента, настраивая сервисы и продукты с учетом специфики их бизнеса.

В ближайших планах компании — сделать платформу еще более привлекательной и удобной для конечного пользователя. Особое внимание будет уделено улучшению интерфейса, упрощению навигации, внедрению новых полезных функций и повышению общей производительности системы. Кроме того, значительный акцент будет сделан на развитии мобильного приложения и компьютерной версии, чтобы обеспечить клиентам быстрый и удобный доступ ко всем сервисам BENEFACOTORY в любое время и из любой точки.

Ознакомиться со всеми возможностями платформы и оставить заявку на демо можно на [сайте компании](#).

Материал размещен на правах рекламы

FLEXITY EVENTS: ГДЕ ПРОХОДЯТ СОБЫТИЯ, КОТОРЫЕ ЗАПОМИНАЮТСЯ

Современные компании все чаще ищут не просто зал для мероприятия, а пространство с атмосферой, уровнем и сервисом. Flexity предлагает именно такие решения — два конференц-зала в собственных бизнес-центрах класса А+ в центре Москвы.

В конференц-залах Flexity все создано для продуктивных, стильных и запоминающихся событий. Это пространства, где сочетаются техническая оснащённость, архитектурный вкус и продуманный до деталей пользовательский опыт.

Вид, который вдохновляет.

Пространство, которое работает

Flexity предлагает два полноценных ивент-пространства.

Большой зал площадью 450 кв. м вмещает до 250 человек и оснащён по последнему слову техники: акустические системы, микрофоны, LED-экран, мебель под любые форматы рассадки. Панорамные окна с видом на парковую зону и Москву-реку создают уникальную атмосферу — деловую и вдохновляющую одновременно. В помещении много воздуха

и света, интерьер выполнен в спокойных тонах, что помогает участникам сконцентрироваться. Зал легко адаптируется под формат любого события: от официального мероприятия до вечернего фуршета, квиза или выступления стендап-комика.

Малый зал на 30 человек (65 кв. м) — уютное трансформируемое пространство для встреч, совещаний, презентаций и камерных мероприятий. Это идеальный формат для рабочих групп, мозговых штурмов, стратегических сессий и мастер-классов. Здесь легко организовать как классическую рассадку, так и зону коворкинга, lounge или круглый стол.

Все форматы — без ограничений

Пространства Flexity подойдут для:

- бизнес-конференций и форумов;
- стратегических сессий и переговоров;

Большой зал с видом на Москву-реку (Flexity | Овчинниковская)





Малый зал для камерных мероприятий (Flexity | Павелецкая Плаза)

- презентаций продуктов и брендов;
- воркшопов, обучающих сессий и мастер-классов;
- тимбилдингов, квизов, интеллектуальных игр;
- фуршетов, закрытых показов, корпоративных мероприятий;
- выставок, рор-уп мероприятий, съемок и презентаций.

Живая экосистема для деловых и неформальных событий

Flexity Events — это не просто залы в аренду. Это часть экосистемы, в которой работают и живут сотни резидентов. Здесь регулярно проходят внутренние мероприятия: занятия по йоге, квизы, стендап-выступления, спортивные челленджи и творческие вечера. Большой зал становится ареной для движения и перезагрузки, местом, где легко вдохновиться и зарядиться энергией.

Такой подход помогает создавать лояльное комьюнити внутри компаний и поддерживать культуру вовлеченности и неформального общения между командами. Арендаторы зала получают доступ не только к инфраструктуре, но и к заряженной атмосфере.

Сервис и поддержка

Каждое мероприятие сопровождается вниманием команды Flexity. Кейтеринг, заказ дополнительного оборудования, оформление, логистика, техническая поддержка — все организуется под задачи конкретного клиента. Вам не нужно тратить ресурсы на координацию: операционные вопросы берет на себя управляющая команда.

Для административных директоров и ивент-менеджеров это означает предсказуемость, безопасность и качественный результат.

Flexity — пространство, которое работает на ваш успех

Проведите мероприятие, которое запомнят!
[Оставьте заявку](#) ■



Материал размещен на правах рекламы

КАК РЕШИТЬ ПРОБЛЕМУ ДЕФИЦИТА МЕНЕДЖЕРОВ?

На фоне кризиса кадров компании сталкиваются с дефицитом менеджеров, способных эффективно управлять командами. Методология всемирно известного теоретика менеджмента, профессора 24 университетов Ицхака Адизеса предлагает четкий алгоритм решения этой задачи.



Автор: Максим Демиденко,
консультант «Адизес Бизнес Консалтинг»

Компании решают проблему дефицита менеджеров двумя основными способами: выращиванием руководителей внутри или наймом извне.

Выращивание внутри предполагает работу с кадровым резервом. Этот подход требует времени, но позволяет формировать руководителей, знакомых с корпоративной культурой и внутренними процессами.

Наем извне включает привлечение профессиональных хедхантеров или рекомендации от бизнес-школ. Этот подход может быть быстрее, но сопряжен с рисками: высокая стоимость, сложности адаптации и возможное несоответствие корпоративной культуре.

Однако важно развеять иллюзии, распространенные среди первых лиц компаний, относительно подбора и подготовки руководителей.

Первая иллюзия связана с выращиванием руководителей внутри компании: считается, что хороший исполнитель автоматически станет хорошим менеджером. Это не так, поскольку управленческая деятельность имеет кардинальные отличия от любой другой. Если профессиональная экспертиза и специализация важны для исполнителя, то для руководителя ключевое — умение организовывать других, направлять их к достижению результата, а не имитировать бурную деятельность. Если человеку не близка управленческая роль и он не обладает соответствующими способностями, попытка сделать из него руководителя может привести к потере ценного исполнителя и появлению неэффективного менеджера.

Вторая иллюзия заключается в том, что достаточно отправить сотрудника на тренинг или несколько раз оставить его замещать руководителя, чтобы он стал готов к управленческой роли. На деле сотрудник может считаться подготовленным, только если он замещал руководителя в течение минимум двух недель, имел все необходимые полномочия, применял их и успешно достиг оговоренного результата.

При найме менеджеров извне также существуют свои заблуждения. Первая иллюзия, что профессионал с большим опытом и высокой квалификацией автоматически обладает развитыми навыками командной работы. Однако сильные профессиональные компетенции не гарантируют умения выстраивать доверительные и взаимовыгодные отношения с подчиненными, смежными подразделениями и руководством.

Вторая иллюзия связана с игнорированием корпоративной культуры, из которой пришел кандидат. Даже если соискатель на собеседовании продемонстрировал все необходимые навыки, его стиль управления, сформированный

в другой компании, может не соответствовать культуре вашей организации. Например, в компании с директивным стилем управления коучинговый подход кандидата будет неэффективен, так как сотрудники могут игнорировать его задания, ожидая авторитарного стиля, воспринимаемого как проявление силы. И наоборот, если кандидат привык к директивному стилю, а ваша корпоративная культура основана на взаимоподдержке, сотрудники могут воспринимать его решения как ущемление их достоинства.

Если не учитывать эти иллюзии, подбор и подготовка менеджеров будут неэффективны, то есть ресурсы, затраченные на поиск или выращивание, будут пущены на ветер.

Согласно методологии Адизеса, до ответа на вопрос «Как найти менеджеров?» важно сначала определиться с ответом на вопрос «Зачем мы его ищем», то есть какой результат хотим от него получить?

Ответ на этот вопрос должны дать стратегия и организационная структура компании. Если стратегия не разработана, а структура не совершенна, то даже долго выращиваемые или с трудом найденные менеджеры не удержатся.

О стратегии

Без четкого вектора развития компании, определяющей ее цели на 3–5 лет, поиск руководителей превращается в закрытие текущих потребностей, что неэффективно. Ведь то, что приносит результаты сейчас, может оказаться абсолютно бесполезным в перспективе нескольких лет. Кроме того, если компания планирует выход на новый рынок, где работают другие правила и другие методы, менеджер должен быть готов к задачам, связанным с этим, а не просто выполнять текущие операционные функции.

Об организационной структуре

Она включает четыре элемента:

Структура ответственности. Менеджер должен отвечать за конкретный результат, а не за выполнение должностных обязанностей. Например, вместо «анализировать и планировать» ему нужно четкое описание измеримого результата, который необходим внутреннему или внешнему клиенту.

Структура полномочий. Руководитель должен иметь право принимать решения без постоянного согласования с вышестоящим начальством.

Например, кадровые решения или решения о структуре бизнес-процесса. Без этого его способность нести ответственность за решения существенно ограничивается.

Структура информации. Менеджеру необходим доступ к прозрачным данным, отражающим соответствие получаемого результата потребностям внутреннего или внешнего клиента, чтобы отслеживать прогресс. Без этого он работает вслепую, не понимая, приближается ли к цели.

Структура вознаграждения. Система оплаты должна быть привязана к достижению результатов, а не к выполнению процессов. Если вознаграждение не связано с целями бизнеса, вовлеченность руководителя в их достижение значительно снижается.

Если элементы организационной структуры не сформированы или не синхронизированы между собой, то даже талантливые сотрудники не смогут раскрыть свой потенциал, у них просто не будет шанса получить желаемый результат, вся их энергия уйдет на преодоление несовершенства структуры.

И конечно, стоит сказать еще об одном подводном камне при выращивании новых менеджеров. Согласно Адизесу, процесс управления требует постоянных улучшений. А для этого менеджмент должен быть регулярным, им нельзя заниматься по остаточному принципу: «если время осталось». Должно выделяться ежедневное время на постановку задач, контроль, анализ результатов и предоставление обратной связи. Без этого новый руководитель рискует взвалить на себя всю «операционку», что формирует пассивность, безответственность команды, ее привычку работать в условиях низкой нагрузки.

**СИЛЬНЫЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ
КОМПЕТЕНЦИИ НЕ ГАРАНТИРУЮТ
УМЕНИЯ ВЫСТРАИВАТЬ
ДОВЕРИТЕЛЬНЫЕ
И ВЗАИМОВЫГОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ
С ПОДЧИНЕННЫМИ, СМЕЖНЫМИ
ПОДРАЗДЕЛЕНИЯМИ
И РУКОВОДСТВОМ**

Как методология Адизеса помогает улучшить подготовку руководящего персонала?

Методология Ицхака Адизеса предлагает системный подход к подготовке менеджеров, фокусируясь на развитии ключевых компетенций.

Четыре функции менеджмента (сокращенно известные как РАЕИ), которые определяют результативность и эффективность управления:

Р — Производство результатов: достижение краткосрочных целей, например, выполнение плана продаж или завершение проекта в срок.

А — Администрирование: систематизация процессов для краткосрочной эффективности, например, оптимизация учета или стандартизация работы.

Е — Предпринимательство: поиск нестандартных решений и готовность к риску для долгосрочного успеха, например, разработка нового продукта или процесса.

И — Интеграция: выстраивание командной работы и синхронизация усилий между отдельными сотрудниками или подразделениями, чтобы избежать разобщенности внутри компании.

В природе не существует таких руководителей, которые обладают одинаково высоким уровнем развития всех четырех функций, поэтому Адизес рекомендует проводить диагностику уровня развития каждой функции, выявлять доминирующую и компенсировать отстающие через взаимодополняющую команду, где каждый вносит вклад в общий результат, опираясь на свои сильные стороны. То есть будущий менеджер должен понимать, что несовершенен, быть готов к командной работе и разрешать коллегам себя дополнять.

Три цикла управления. Руководитель должен работать на трех уровнях управления: операционном (текущие задачи), улучшений (оптимизация процессов, например, внедрение новой CRM-системы) и стратегическом (долгосрочные цели, такие как выход на новый рынок). Игнорирование при подготовке руководителей цикла улучшений или стратегического цикла тормозит развитие бизнеса и демотивирует менеджеров.

Готовность к конфликтам. Менеджер должен уметь решать конфликты ролей, интересов или стилей управления. Также он должен уметь инициировать конструктивные конфликты, чтобы внедрить изменения, разрушающие устаревший уклад.

Переключение между «демократией» и «диктатурой». Принятие решений предполагает

открытость к разным мнениям, а их реализация — строгий контроль исполнения договоренностей. То есть менеджер должен уметь переключаться от демократии к диктатуре и наоборот.

Следует также подчеркнуть важность института наставничества для подготовки будущих менеджеров или адаптации пришедших извне. Опытный руководитель готовит «опорного человека», который может заменить его в случае необходимости. Это не только растит новых лидеров, но и помогает текущим руководителям преодолеть иллюзию незаменимости и постоянно развиваться.

Три постулата решения дефицита менеджеров

Решение проблемы дефицита менеджеров требует системного подхода, основанного на методологии Ицхака Адизеса. Для эффективного подбора и подготовки руководителей необходимо следовать трем ключевым принципам:

Первый постулат — приоритет вопроса «зачем» над вопросом «как». Без четкой стратегии и синхронизированной организационной структуры невозможно создать условия для развития и удержания менеджеров. Только ясное понимание целей компании и их отражение в структуре ответственности, полномочий, информации и вознаграждения обеспечивает питательную среду для успешной работы руководителей.

Второй постулат — регулярность, как при подготовке руководителей из опорных сотрудников, так и в осуществлении управленческих функций. Если новый руководитель всю первую половину дня проводит на всевозможных совещаниях, а во второй половине нужно обеспечить результат подразделения, он, скорее всего, потратит оставшееся время не на совместное планирование, постановку задач и «разбор полетов», а на то, чтобы сделать работу самому, потому что так будет качественнее и быстрее.

Третий постулат — осознанность руководителем своего несовершенства. Будущие менеджеры, как выращенные внутри компании, так и нанятые извне, должны признавать свои слабые стороны и быть готовыми работать во взаимодополняющей команде. Только совместные усилия, где сильные стороны каждого компенсируют недостатки других, позволяют достигать целей бизнеса и обеспечивать его устойчивое развитие. ■

АДМИНИСТРАТИВНЫЙ
Директор

Конференция
«ТОЧКА
ОПОРЫ»

10 сентября 2025 года

Эксклюзивное пространство
для административных директоров и HR

Лофт «Министерство»
Москва, Столешников пер., 6, стр. 3

Конференция «Точка опоры» — это про корпоративную культуру. Практические подходы к развитию команды, мотивации и вовлечённости людей. Поиск устойчивых точек опоры для роста и изменений. Внимание на реальные кейсы и истории, которые помогут сделать корпоративную культуру драйвером успеха бизнеса.


Випсервис
Мы работаем так, чтобы нас
выбирали сердцем

PrivateNap

 ADMINPRIORITY


АСТ
КОМПАНИЯ

 аэро клуб

LOFT
МИНИСТЕРСТВО

Контакты организаторов:

info@admdir.ru

+7 (495) 969-87-68

ПРЕИМУЩЕСТВА ОПЕРАЦИОННОЙ АРЕНДЫ И НОВЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА

В последнее время операционная аренда стала трендом в сфере международной автомобильной логистики, однако ее доля на нашем корпоративном рынке по-прежнему остается небольшой. **Ольга Гладкова**, директор по маркетингу и продажам компании «АВТО ПАРТНЕРС», рассказала о том, как компания работает с российскими клиентами. Беседу вел административный менеджер компании «Каргилл» и эксперт нашего журнала Александр Дубровский.



Ольга Гладкова, директор по маркетингу и продажам компании «АВТО ПАРТНЕРС»

— Ваша компания специализируется на узком сегменте лизинга автомобилей, операционной аренде. В Европе доля операционной аренды в корпоративных автопарках более 30%, в России она составляет менее 1%. Тем не менее спрос на эту услугу существует. Как вы оцениваете текущее состояние этого рынка в России? Какую позицию на нем занимает «АВТО ПАРТНЕРС»?

— Компании, специализирующиеся на операционной аренде автотранспорта, впервые появились в России в 2004–2006 годах. В основном это были крупные международные компании, в том числе и «АВТО ПАРТНЕРС». Они обладали необходимым опытом и значительными международными клиентскими портфелями, что облегчило вход на российский рынок, где уже присутствовали клиенты, знакомые с данной услугой.

«АВТО ПАРТНЕРС» в России уже более 19 лет (на международном рынке — около 30 лет). За нами стоит надежный банк, обеспечивающий стабильное и бесперебойное финансирование, — мы являемся дочерней структурой «Кредит Европа Банка», который входит в один из крупнейших финансовых конгломератов Турции — FIBA Group. Группа располагает значительными финансовыми ресурсами и опытом работы в 11 странах с общим оборотом более 14 миллиардов долларов с порядка 15 тысячами сотрудников.

Мы не находимся под санкциями, что сегодня критично для многих организаций, но сами готовы работать с компаниями, которые подпали под международные санкции. Для нас прежде всего важна финансовая стабильность партнера.

На выбор поставщика влияют разные факторы, среди которых прозрачность ценообразования. Наша компания активно участвует в тендерах, что позволяет ей отслеживать рыночную позицию. Для большинства компаний размер ежемесячного платежа — важнейший критерий при выборе



Александр Дубровский, административный менеджер компании «Каргилл»

поставщика, и мы стремимся предлагать условия, которые соответствуют ожиданиям и возможностям клиентов.

Бизнес «АВТО ПАРТНЕРС» в России за последние три года вырос более чем на 50%, у нас порядка 7000 автомобилей. Текущая геополитическая ситуация и экономические реалии оказывают влияние на компанию, но она продолжает расширять клиентский портфель и число выданных автомобилей. Это свидетельствует о том, что наши услуги и условия остаются привлекательными для заказчиков.

— Как вы оцениваете уровень экспертизы вашей команды?

— Стабильность и высокое качество обслуживания — основные приоритеты работы «АВТО ПАРТНЕРС». Наша команда собрана из опытных специалистов, таких как Сергей Милованов, который отвечает за операционную и техническую поддержку. Он работает в компании с самого ее основания и обладает высокой квалификацией, что значительно повышает доверие клиентов и обеспечивает надежность сервиса.

Гибкая структура компании позволяет оперативно принимать решения, а наша IT-платформа предоставляет клиентам все необходимые и удобные рабочие инструменты: кастомизированные отчеты, онлайн-запись на техническое обслуживание и прочее.

Сегодня, когда в регионах заключение договоров на поставку и сервисное обслуживание одной-двух машин становится затруднительным, поскольку местные дилеры часто не заинтересованы в выполнении мелких запросов, «АВТО ПАРТНЕРС» становится лучшей альтернативой и эффективным партнером. Мы также стремимся обеспечить механизм единой коммуникации как с внешними партнерами, так и внутри компании, адаптируем свои стратегии под местные условия, сохраняем открытость к новым возможностям.

— Какие сферы бизнеса наиболее активно используют операционную аренду?

— Наибольший интерес мы видим со стороны фармацевтической отрасли, FMCG-сегмента и аграрных компаний. Фармацевты исторически имеют большие автопарки, в среднем от 600 до 800 машин. Несмотря на сокращение парка у некоторых компаний, они все чаще обращаются

к операционной аренде, вместо того чтобы приобретать автомобили в собственность.

— Как выстраиваются отношения с клиентами во время послепродажного обслуживания?

— Мы предоставляем все услуги в режиме «одного окна»: каждому клиенту назначается сервис-менеджер, который знает условия контракта, историю взаимоотношений и специфику работы клиента. Это минимизирует необходимость многократного объяснения проблем и ускоряет процесс решения задачи.

— Одним из критических моментов в операционной аренде является процедура возврата автомобиля. В то время как многие компании при выборе поставщика сосредотачиваются на размере фиксированных платежей, скрытые расходы могут оказаться весьма значительными. Возможны также проблемы с согласованием компенсации поставщику при возврате автотранспорта, в основном они касаются повреждений или неестественного износа. Отсутствие прозрачности в отношениях с партнером часто приводит к неприятным сюрпризам и конфликтам. В итоге затраты на юристов и дополнительные усилия увеличивают сумму, которую клиент изначально планировал потратить на аренду. Как построен процесс возврата автомобиля в «АВТО ПАРТНЕРС»?

— Процесс возврата автомобиля в нашей компании построен просто и прозрачно. Мы согласовываем все условия и процедуру сдачи авто заранее, в максимально короткие сроки готовим всю отчетность. Такой подход делает сотрудничество более комфортным и предсказуемым.

— С какими классами, производителями автомобилей вы не работаете?

— У нас нет в портфеле высокотоннажной спецтехники, а также автобусов высокой вместимости. На данный момент мы предоставляем автомобили до трех с половиной тонн. До февраля 2022 года компания практически не работала с китайскими производителями, их доля в нашем портфеле была крайне мала, менее 1%. Однако, когда у клиентов значительно вырос интерес к китайским брендам, «АВТО ПАРТНЕРС» стала выстраивать с ними бизнес-отношения. Это был непростой процесс, особенно в том, что касалось

логистики и послепродажного обслуживания. Но мы рады, что импортеры прислушались к нашим пожеланиям, и с течением времени всем удалось настроить процессы так, чтобы удовлетворить запросы клиентов.

— Клиенты обращаются к вам за помощью в выборе корпоративных автомобилей?

— Когда есть такие запросы, мы всегда учитываем потребности клиентов и предоставляем рекомендации на основе нашего опыта. Но многие компании руководствуются внутренними процедурами и бюджетом. Кто-то заинтересован только в определенных моделях, таких как седаны, или выбирает автомобили российского производства...

Как правило, с уже сформированными заявками к нам приходят иностранные компании, потому что у них существует корпоративная политика по автотранспорту, где определены марки и модели, их комплектации. Это значительно упрощает взаимодействие, поскольку клиенты избавлены от необходимости сравнивать варианты, а «АВТО ПАРТНЕРС» получает четкую задачу и может быстро предоставить расчеты.

— Можете назвать оптимальные показатели пробега для автомобилей в рамках операционной аренды?

— В настоящее время средний пробег авто в нашем парке составляет около 100 тысяч километров. Увеличение пробега (110–150 тысяч километров) приводит к росту стоимости технического обслуживания. Поэтому мы рекомендуем находить баланс, ориентируясь на потребности бизнеса: чем меньше месячный пробег, тем ниже будут амортизация и износ автомобиля.

Оптимальный диапазон пробега для корпоративных автомобилей варьируется от 100 до 120 тысяч километров. Если пробег значительно превышает эти показатели, ежемесячный платеж будет больше.

— В условиях текущей ситуации какая финансовая модель аренды (период) наиболее выгодна клиенту?

— Это довольно сложный вопрос. Средний срок аренды автомобиля у нашей компании — четыре года. Но есть и пятилетние контракты, которые клиенты заключали с нами в 2022 году с целью зафиксировать финансовые условия на случай

изменений на рынке и чтобы была возможность максимально долго эксплуатировать автопарк.

— Как вы оцениваете остаточную стоимость автомобилей в условиях постоянных изменений на рынке?

— У нас накоплен большой опыт и статистика по всем авто, кроме китайских. На данный момент, к сожалению, нет четкого понимания остаточной стоимости таких автомобилей при массовых закупках, так как мы эксплуатируем их всего три года. Однако мы ожидаем, что 2025 год станет показательным, поскольку появятся первые результаты реализации подержанных китайских автомобилей на рынке. Уже есть предварительные прогнозы. Тема остаточной стоимости китайских авто является актуальной; мы активно обсуждаем ее с нашими инвесторами и ведем переговоры с импортерами в надежде получить более четкое понимание этого вопроса.

— Может ли клиент выкупить автомобиль по остаточной стоимости?

— Стандартный пакет операционной аренды не подразумевает выкуп автомобилей в конце срока аренды. Тем не менее мы наблюдаем довольно высокий процент выкупа автомобилей сотрудниками клиентов. Это связано с тем, что они знакомы с эксплуатацией своих автомобилей, понимают, в каком состоянии находится техника. Если сотрудник клиента проявляет интерес к выкупу, мы стараемся максимально быстро реализовать сделку, находя баланс между ожидаемой стоимостью и интересами покупателя. Компания заинтересована в быстрой продаже автомобиля, особенно в условиях высокой стоимости финансов. Но чаще всего по окончании срока аренды клиенты предпочитают возвращать автомобили поставщику услуги.

— В условиях непредсказуемого повышения стоимости ремонтных работ, запчастей и автоуслуг есть риск того, что затраты клиентов на автопарк могут быть завышены?

— «АВТО ПАРТНЕРС», беря на себя все риски колебания цен, делает свои предложения конкурентоспособными и гарантирует, что стоимость аренды не превысит рыночную. Существуют открытые источники, где клиенты могут узнать актуальные расценки на ремонты любых производителей.



«АВТО ПАРТНЕРС» — открытая компания, она предоставляет клиентам open calculation, где прописана и обоснована каждая позиция. При этом мы предлагаем клиентам гибкие условия для оптимизации платежей. Например, если клиент захочет самостоятельно застраховать автомобиль, он может согласовать с нами выбор страховой компании.

Мы также готовы рассматривать запросы клиентов, которые имеют свой доступ к дешевым финансовым ресурсам. Это может значительно снизить их ежемесячный платеж. Такой формат взаимодействия новый, но он, очевидно, помогает оптимизировать денежные потоки обеим сторонам.

— В Москве недавно вступили в силу новые штрафы для юридических лиц. Штрафы за неоплаченную парковку могут достигать 50 тысяч рублей, а за неправильную парковку в охраняемых зонах — до 500 тысяч рублей. Такие суммы могут стать серьезной финансовой проблемой для компаний и привести к сложным переговорам с сотрудниками о распределении ответственности за оплату штрафов. Многие организации уже отказываются от корпоративных автомобилей, чтобы минимизировать риски. Как ваша компания работает с такими штрафами?

— Такие штрафы, как правило, выставляются на юридическое лицо — балансодержателя автотранспортного средства. Их несвоевременная оплата может привести к блокировке банковских счетов компании, затруднить продажу или приобретение автомобилей, а также вызвать блокировку регистрационных действий. Чтобы

разобраться с этим вопросом потребуются значительные временные затраты, так как придется разбираться с судебными приставами.

В случае операционной аренды штрафы приходят на лизинговую компанию. Она берет на себя ответственность за их оплату, что существенно снижает нагрузку на юридические и административные отделы наших клиентов, минимизирует риски блокировки деятельности компании. При этом мы следим за своевременной оплатой штрафов от клиентов, в случае задержки уведомляем и предлагаем помощь.

Наш юридический департамент имеет большой опыт оспаривания подобных штрафов. При необходимости «АВТО ПАРТНЕРС» готова помочь корпоративным клиентам решить подобные вопросы. Подключить эту услугу можно в момент возникновения проблемы.

— Как у вас происходит процесс выбора поставщиков и сервисных партнеров?

— Мы постоянно поддерживаем контакты с нашими партнерами и регулярно проводим тендеры, как минимум два раза в год выбираем основных поставщиков по сервисному обслуживанию. В некоторых удаленных регионах ситуация другая, и иногда «АВТО ПАРТНЕРС» вынуждена работать с единственным поставщиком. Тем не менее наша компания старается работать исключительно с авторизованными дилерскими центрами, по крайней мере на срок действия гарантии автомобиля. На протяжении последних 19 лет мы взаимодействовали только с официальными дилерами, так как они несут ответственность за выполняемые работы, что снижает наши риски.

Мы прорабатываем возможность подключения неофициальных дилеров для постгарантийного обслуживания, но на данный момент все наши услуги предоставляются через официальные сервисные центры.

«АВТО ПАРТНЕРС» подходит к выбору поставщиков с высокой степенью ответственности, чтобы поддерживать качество обслуживания и минимизировать риски для своих клиентов и их бизнеса.

— Какие новые тенденции наблюдаются в сфере операционной аренды в последние годы?

— Мы видим, как наша услуга адаптируется под реальные потребности клиента и высокий

уровень гибкости поставщиков. Например, интерес к предоплатам и возможность выбора различных страховых условий и компаний — это то, что сегодня активно обсуждается на рынке и что мы стараемся воплощать в жизнь.

Ведется работа по улучшению сервисов. Появляются новые технологии для более удобного взаимодействия с клиентами, доступные и понятные клиентам.

Наша компания много ресурсов инвестирует в развитие IT-направления с целью сделать портал «АВТО ПАРТНЕРС» более функциональным. Это должно помочь нам не только снизить нагрузку на собственных сотрудников, но и предоставить клиентам больше возможностей для оценки эффективности своего автопарка. Они смогут видеть, как происходит управление их автопарком, а также провести полную аналитику по затратам на каждый автомобиль и получить рекомендации по оптимизации расходов. Кроме того, функционал нашей платформы позволяет оперативно проводить реконтрактинг автомобилей в зависимости от пробега или когда возникает необходимость продления сроков аренды.

«АВТО ПАРТНЕРС» стремится к тому, чтобы все работало просто и максимально логично: авторизованный сотрудник заходит на портал, выбирает машину, получает одобрение от флит-менеджера и одним нажатием кнопки осуществляет заказ. После этого все согласования происходят уже без его участия. Далее он забирает автомобиль. Когда наступает время ТО или сезонной смены шин, ему приходит напоминание о необходимости записаться на эти процедуры. В конце аренды, также при помощи нашей IT-платформы, происходит процедура возврата машины.

Подобные решения упрощают процесс эксплуатации корпоративных автомобилей.

— **Операционная аренда действительно может снизить затраты бизнеса на автопарк?**

— Он предоставляет ряд значительных преимуществ, особенно для тех компаний, которые стремятся к финансовой стабильности. Одним из ключевых аспектов сравнения операционной аренды и собственности является TCO (Total Cost of Ownership), то есть общая стоимость владения автомобилем, которая учитывает не только покупную цену, но и ряд других факторов, о которых многие компании при приобретении авто в корпоративный автопарк не задумываются. При

таком сравнении преимущество обычно остается за операционной арендой, конечно, при условии выбора клиентоориентированного поставщика.

При операционной аренде уходят финансовые риски, такие как риски механических поломок и непредвиденных расходов, финансовый риск, связанный с покупкой, техническим обслуживанием и продажей транспортных средств.

Правильный подход к выбору поставщика услуги может существенно разгрузить некоторые отделы клиента. Заказчик получает один счет в месяц, который покрывает использование всех автомобилей и всех услуг. Это позволяет сократить количество счетов, существенно оптимизирует процессы, а значит, уменьшает нагрузку на бухгалтерию, флитменеджеров и отдел закупок. Любая транзакция подразумевает определенные затраты, а когда в процесс вовлечено множество функций, их управление становится сложным и дорогим.

В состав ежемесячного платежа могут входить даже управление топливными картами, мойка, парковка и прочие сервисы. Можно передать поставщику услуги управление всем автопарком, не только арендованными машинами, включая взаимодействие с государственными организациями.

Операционная аренда решает 95% подобных запросов. И это именно то, что позволит бизнесу сократить затраты на автотранспорт и сосредоточиться на рабочих задачах. ■

ОДНИМ ИЗ КЛЮЧЕВЫХ АСПЕКТОВ СРАВНЕНИЯ ОПЕРАЦИОННОЙ АРЕНДЫ И СОБСТВЕННОСТИ ЯВЛЯЕТСЯ TCO (TOTAL COST OF OWNERSHIP), ТО ЕСТЬ ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ ВЛАДЕНИЯ АВТОМОБИЛЕМ, КОТОРАЯ УЧИТЫВАЕТ НЕ ТОЛЬКО ПОКУПНУЮ ЦЕНУ, НО И РЯД ДРУГИХ ФАКТОРОВ, О КОТОРЫХ МНОГИЕ КОМПАНИИ ПРИ ПРИОБРЕТЕНИИ АВТО В КОРПОРАТИВНЫЙ АВТОПАРК НЕ ЗАДУМЫВАЮТСЯ

ГОСАВТОПАРК НА ДИЕТЕ: БЕНЗИН И ДИЗЕЛЬ — ТОЛЬКО ПО ОСОБОМУ РЕЦЕПТУ

Российское правительство скорректировало порядок закупки автомобилей и транспортных средств для государственных и муниципальных нужд, установив приоритет для экологичных видов транспорта.

Речь идет об изменениях, внесенных в отдельные постановления правительства в сфере госзакупок, определяющие, какие именно товары и с какими характеристиками могут приобретать госзаказчики.

«ИКС КАР» — НОВАЯ АЛЬТЕРНАТИВА ДЛЯ ПОЕЗДОК

«Икс Кар» — сервис такси, который уже давно работает в нескольких регионах России, но до сих пор не был представлен в Москве. Однако теперь он запускается одновременно в двух регионах — в столице и Подмосковье. Сервис намерен инвестировать более 1 млрд рублей в свое развитие и рассчитывает к концу 2025 года занять до 20% рынка, что выглядит весьма оптимистично.

На первом этапе планируется подключение 50 тыс. водителей, а к концу года их число должно увеличиться до 200 тыс. Ожидается, что к этому времени сервисом будут пользоваться уже 1 млн человек.

«Выход на московский рынок связан с высоким спросом на альтернативу доминирующему

В частности, теперь при госзакупках они должны преимущественно приобретать автомобильную технику, работающую на газомоторном топливе, и электромобили вместо автотранспортных средств, работающих на традиционных видах топлива — дизеле и бензине.

При этом приобретать бензиновые или дизельные машины допускается в исключительном случае — при обосновании невозможности закупки автомобилей на альтернативных видах топлива: например, в связи с отсутствием на территории планируемой эксплуатации закупаемых автомобилей газозаправочной инфраструктуры и зарядной инфраструктуры для электротранспорта.

игроку, в том числе со стороны водителей, которые платят комиссию по некоторым тарифам до 35%», — комментирует основатель компании Максим Именинник.

Ранее в Москве действовали и другие агрегаторы, но они либо не смогли выдержать конкуренцию, либо были поглощены «Яндексом». Концепция «Икс Кара» строится вокруг низких комиссий для водителей — всего 5–6%. Мы надеемся, что это позитивно скажется и на тарифах для пользователей.



МИНФИН ПОВЫШАЕТ ГОСПОШЛИНЫ: ПТС, СТС И НОМЕРА ПОДОРОЖАЮТ

Министерство финансов подготовило законопроект, который предусматривает увеличение ряда транспортных госпошлин. Документ уже согласовали профильные ведомства.

Так, с сентября стоимость паспорта транспортного средства (ПТС), согласно законопроекту, поднимется в 1,5 раза — до 1,2 тыс. рублей. Внесение изменений в документ вместо 350 рублей будет стоить 525 рублей. Также вырастет госпошлина за свидетельство о регистрации транспортного средства (СТС). На бумаге документ подорожает с 500 до 1,5 тыс. рублей, на пластиковом носителе — с 1,5 тыс. до 4,5 тыс. рублей. Госпошлина за выдачу госномеров на автомобиль

вырастет с 2 тыс. до 3 тыс. рублей. Свидетельство о соответствии транспортного средства требованиям безопасности будет стоить 4,5 тыс. рублей, сейчас документ обходится в 1,5 тыс. рублей. Кроме того, вырастет в цене госпошлина за разрешение на внесение изменений в конструкцию машины до 3 тыс. вместо 1 тыс. рублей на данный момент. Документ о допуске к перевозке опасных грузов будет стоить 2,25 тыс. вместо 1,5 тыс. рублей, а его продление — 1,5 тыс. вместо 1 тыс. рублей. Транзитные номера на бумаге обойдутся в 300 вместо 200 рублей, а на металле — 2,4 тыс. вместо 1,6 тыс. рублей.

Источник: Автостат

«ONETWOTRIP ДЛЯ БИЗНЕСА» ПОДВЕЛ ИТОГИ ВЕСЕННИХ КОМАНДИРОВОК

Онлайн-сервис для организации командировок «OneTwoTrip для бизнеса» рассказал, куда его клиенты отправляли сотрудников в деловые поездки в период с марта по май 2025 года.

Этой весной бизнес-путешественники чаще всего ездили в командировки по России (89%), как и годом ранее. Средний чек, как и год назад, по авиабронированиям составил 37 тыс. рублей, ж/д заказам — 8500 рублей, отелям — 14 тыс. рублей. Большинство поездок длилось 3,7 дня (4,1 дня год назад). По словам руководителя сервиса «OneTwoTrip для бизнеса» Степана Мастрюкова, средний чек поездки за год не изменился и составил 155 тыс. рублей за авиабилеты и 50 тыс. рублей за отели. За границу сотрудники обычно ездили на 9,6 дня (было 8,8 дня).

оформлено 28,5% заказов. Следом идут Санкт-Петербург с долей 12,1% и Екатеринбург, куда летали 5,0% сотрудников компаний. В топ-10 также вошли Сочи (3,7%), Новосибирск (3,5%), Казань (3,0%), Иркутск (2,9%), Самара (2,4%), Уфа (2,3%) и Красноярск (2,0%).

В сравнении с прошлой весной заметно увеличился спрос на командировки в Новосибирск и Иркутск: на 45% и 31% соответственно. Также бизнес-путешественники чаще летали в Самару (+20%) и Уфу (+15%). А вот популярность Санкт-Петербурга, Сочи и Красноярска снизилась на 10%. Доли остальных городов практически не изменились.

Средняя стоимость авиабилета за рубеж в одну сторону этой весной составила 40 тыс. рублей, за год она выросла на 5%. Чаще всего бизнес-туристы летали в Минск (12,4%), Стамбул (8,9%) и Дубай (6,7%). Кроме того, в список востребованных направлений вошли Шанхай (6,6%), Ташкент (6,4%), Пекин (4,9%), Алма-Ата (3,9%), Астана (3,3%), Гуанчжоу (3,0%) и Ереван (2,8%).

Серьезнее всего за год вырос спрос на командировки в Пекин: доля увеличилась на 35%. При этом другие города Китая продемонстрировали снижение популярности: доля Шанхая снизилась на 14%, Гуанчжоу — на 12%. Зато бизнес-путешественники стали чаще летать



Эксперт: Степан Мастрюков,
руководитель сервиса для организации командировок «OneTwoTrip для бизнеса»

Авиабилеты

Средняя стоимость перелета в одну сторону внутри страны составила 9000 рублей, причем за год цена снизилась на 20%. Список наиболее популярных авианаправлений для деловых поездок возглавляет Москва: в столицу было

«OneTwoTrip для бизнеса» — современный сервис для организации командировок. На сайте и в приложении можно полностью спланировать деловую поездку: забронировать номер в одном из 3 000 000 отелей и апартаментов по всему миру, найти авиабилеты 800 перевозчиков, ж/д билеты по России и странам СНГ, билеты на автобусы, аэроэкспресс, заказать трансфер или такси.
[Официальный сайт](#)

в Дубай (+25%) и Минск (+15%). Другие направления стали менее востребованы: Алма-Ата и Ереван — на треть, Стамбул — на 20%, Астана — на 13%.

Ж/д билеты

Этой весной билет на поезд обходился примерно в 5000 рублей в одну сторону. В сравнении с прошлым годом цена выросла на 8%.

Чаще всего компании отправляли своих сотрудников в Москву: ее доля, как и весной 2024 года, составила 30,1%. Далее следуют Санкт-Петербург (9,7%) и Нижний Новгород (2,7%). Также в список попали Краснодар (доля — 2,6%), Ярославль (2,1%), Ростов-на-Дону (1,9%), Екатеринбург (1,8%), Адлер (1,7%), Тюмень (1,3%) и Новосибирск (1,0%).

За год в два раза увеличилось число поездок в Ярославль, также на 13% выросла популярность Екатеринбурга. Реже стали ездить в Ростов-на-Дону (-24%), Санкт-Петербург (-15%) и Краснодар (-13%).

Отели

Этой весной номер в российских отелях, которые выбирали компании для своих сотрудников,

стоил около 7000 рублей в сутки, что на 10% выше, чем в прошлом году. Чаще всего бронировали трехзвездочные гостиницы — на них пришлось 34% заказов, чуть реже — четырехзвездочные (31%).

По сравнению с прошлым годом бизнес-путешественники в два раза чаще останавливались в гостиницах Южно-Сахалинска, Сургута и Нового Уренгоя. Также серьезно вырос интерес к командировкам в Смоленск (+68%), Череповец (+67%), Иваново (+65%), Тулу (+60%), Минеральные Воды (+50%), Мурманск (+50%) и Владимир (+40%).

За границей номер в отелях стоил порядка 18 тыс. рублей, как и год назад. Чаще всего компании бронировали для своих сотрудников четырехзвездочные гостиницы: их доля составила 37%.

Наиболее заметный рост популярности показал Токио: этой весной бизнес-путешественники ездили в столицу Японии в два раза чаще, чем в 2024 году. На 70% увеличился интерес к Белграду, на 67% — к Самарканду. Кроме того, более востребованными стали командировки в Минск (+37%), Гонконг (+29%), Париж (+20%),

Средняя стоимость билета за рубеж в одну сторону выросла за год на 5%



ИСПЫТАНИЕ ЧУВСТВ: КАК МУЗЕЙ ПОМОГАЕТ ПОНЯТЬ НЕЗРЯЧИХ



Дмитрий Тейбаш и Екатерина Гусева,
основатели «Сенсориума»

В туристическом центре Москвы, на Старом Арбате расположился частный интерактивный музей — «Сенсориум». Владельцы — семейная пара Дмитрий Тейбаш и Екатерина Гусева.

Это музей в темноте, где наряду с обычными сотрудниками работают незрячие люди. Для гостя тут все необычно, ведь привычные бытовые задачи придется решать на протяжении часа с помощью тех органов чувств, которые развиты в сравнении со зрением примерно на одну треть.

Опыт в темноте позволяет не только узнать, как живет незрячий человек и какие лайфхаки позволяют ему прекрасно адаптироваться и социализироваться, но в первую очередь испытать глубокий контакт с собой, который ранее гости вряд ли испытывали.

Инклюзия через трудоустройство

«Сенсориум» является значимым социальным проектом на карте России, его давно заметили

СМИ, государство и бизнес. За два с половиной года около 100 тысяч человек провели целый час в темноте с человеком с ОВЗ. Таким образом проект массово меняет мнение общества о людях с инвалидностью, что позволяет последним находить работу, быть более понятными для общества и легче вовлекаться в социальные процессы.

«Многие считают, что наша основная ценность — это 10 рабочих мест для людей с первой группой инвалидности по зрению, но это не так. Мы создаем серьезный прецедент. Мы убираем дистанцию между людьми и демонстрируем здоровую форму встречной коммуникации. Это помогает нам влиять на культурные, социальные и экономические процессы», — говорит Екатерина Гусева.

В музее интересная работа, и она действительно нравится персоналу, однако это не благотворительная организация, а значит, услуги создаются с помощью высоких стандартов и удовлетворяют клиента, прекрасно разбирающегося в сфере развлечений. Музей имеет твердую пятерку в «Яндексе» по результатам более тысячи отзывов, среди которых есть звезды и топовые блогеры. Чтобы поддерживать высокий уровень качества работы, в музее создана система подбора, обучения и мотивации персонала.

Сотрудники делятся на три основные категории: менеджмент, администраторы и гиды (незрячие люди). Чтобы в команду попал новый человек, команда должна выбрать его сама. Иногда поиском занимаются сами сотрудники, ведь именно им работать с новым человеком. С кандидатом в состав незрячих гидов проводит собеседование и выбирает незрячий менеджер, а обучает новичка вся команда гидов. На финальный экзамен может быть приглашен руководитель, но базово команда в этой зоне действует вполне автономно.

Как создавать рабочие места для людей с инвалидностью?

Прежде чем создать рабочее место для человека с инвалидностью, важно понять мотив компании. Прежде всего, это усилия, ведь без подготовки включить человека с ОВЗ в рабочий процесс без снижения эффективности невозможно, поэтому

сначала надо нарастить экспертизу. Она выражается в адаптации всей нормотипичной команды (соответственно нозологии планируемого сотрудника с ОВЗ) и самого рабочего места.

В «Сенсориуме» шагнули дальше, сам проект построен вокруг 100% включения незрячего сотрудника во все процессы, от формирования и проведения программ до составления графиков и продаж. Большую роль играет психологическая адаптация коллектива — «мы не обслуживаем незрячих ребят, мы верим в их компетенции, создаем условия для их раскрытия и работаем на равных».

Технические характеристики

Пространство оснащено пандусом, держателями для тростей, лежанками, специальными дверями и мисками для собак-поводырей (их в команде двое), все опасные углы закрыты заглушками, все, что возможно, — подписано по Брайлю. У сотрудников есть подробное описание каждого пространства музея, расположения рабочих атрибутов. Помимо реорганизации пространства команда должна соблюдать простые правила: никаких полуоткрытых дверей, вещей на проходе и перемещений предметов без информирования команды. Постепенно эти правила стали привычкой для всех и совместная работа приносит искреннее удовольствие.

У каждой нозологии свои особенности, и важно при найме ориентироваться на них.

Также два года назад музей договорился с Департаментом культуры Москвы об освобождении от препятствий в виде выставочных стендов фрагмента улицы Арбат перед музеем, по пути незрячих сотрудников на работу и обратно. Такое решение принято после того, как незрячий гид музея ударился лицом о подобную конструкцию. Город оперативно отреагировал на просьбу социального предприятия.

Примеры адаптации рабочих процессов под особенности сотрудников

Приведем несколько примеров от команды «Сенсориума», как можно облегчить рабочие процессы для незрячих сотрудников.

Тифлокомментирование. Зрячие сотрудники музея освоили эту технику передачи информации своим незрячим коллегам. Описание фактического визуального ряда, чтобы слепой человек мог сформировать свое мнение.



Для гостей тут все необычно

Рации. Когда гид ведет экскурсию или корпоратив в темноте, он всегда на связи с администратором. Администратор досконально знает темное пространство музея, поэтому легко передает гиду нужные атрибуты или находит потерянные гостями вещи в темноте. В музее нет очков ночного видения (как считают многие гости), но есть камеры, которые фиксируют все, что в темноте происходит. Однако они просто обеспечивают безопасность, а с бытовыми ежедневными задачами все сотрудники справляются без гаджетов. Все потому, что в музее обеспечена доскональная система обучения зрячих сотрудников. Все они без исключения могут писать по системе Брайля и выполнять многие задачи «вслепую», без света, в помощь своим незрячим коллегам.

В течение дня зрячий сотрудник выгуливает поводыря во внутреннем дворе музея.

Чаты и ПК-задачи. На рабочий ноутбук для гидов установлены программы озвучивания экрана, так ребята могут прописывать методики программ музея или систему обучения для новых гидов, если есть свободное от экскурсии время.

Общение команды происходит в ТГ-чатах и каналах, аудиосообщения — часть нашей корпоративной культуры, ни у кого они не вызывают отторжения. Сотрудники музея знают, что в чатах отклик важно ставить не на само сообщение, а ответным сообщением, иначе незрячий человек его не увидит и вовлеченность будет низкой. Это найдено опытным путем.

«Крайне важно видеть, где сотрудник реально имеет ограничения, а где привык, что его обслуживают, и выводить его в зону большей самостоятельности. Есть очень талантливые и ответственные ребята, которые действительно со всем справляются прекрасно. Мы работаем именно с такими», — отметил Дмитрий Тейбаш, основатель музея «Сенсориум». ■

СЕРВИСНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ: ОТ КОМАНДИРОВОК ДО УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

В июне журнал «Административный директор» провел «Сервисную конференцию: от командировок до устойчивого развития». Мероприятие прошло при поддержке сервисного пространства Space 1 и компании «СберСтрахование жизни». Оно объединило административных специалистов, HR-менеджеров и экспертов по закупкам из разных городов страны. Конференция стала площадкой для обмена опытом и обсуждения актуальных трендов в сфере корпоративных сервисов, направленных на создание эффективной и комфортной рабочей среды.

Открывая конференцию, **Мария Кабанова, коммерческий директор Space 1**, рассказала о том, как современные сервисные офисы отвечают запросам крупных компаний. Она подчеркнула, что гибкость, высокое качество обслуживания, развитая инфраструктура и индивидуальные решения становятся новым стандартом рынка. По ее словам, для 75% сотрудников и работодателей важны качество сервиса управляющей компании, близость к метро и наличие кафе или ресторанов поблизости. Особое внимание уделяется модели built-to-suit, позволяющей создавать офисы, полностью соответствующие запросам корпоративных клиентов.

Алена Толстых, административный менеджер «Вило Рус», и Андрей Никифоров, руководитель отдела продаж Wave Service, рассказали о проекте цифровизации сервисов АХО и Facility Management на промышленном предприятии «Вило Рус». Они выделили основные вызовы внедрения — сложности обслуживания складских комплексов, производственных площадок и необходимость надежной обратной связи с сотрудниками. Этот проект был направлен на оптимизацию работы административно-хозяйственного отдела с помощью цифровых решений.

Тему цифровизации продолжили **Александр Сидорец, руководитель проектов по оптимизации компании «ВсеИнструменты.ру», и Анастасия Колова, руководитель группы продаж «OneTwoTrip для бизнеса»**. Они представили кейс по автоматизации процесса оформления командировок. Благодаря внедренным решениям оформление командировки в среднем сократилось на час, что в компании с 12 тысячами сотрудников позволило существенно сэкономить время на оформление делового путешествия и снизить нагрузку на бухгалтерию.

Александр Дубровский, административный менеджер компании «Каргилл», и Ольга Гладкова, директор отдела продаж и маркетинга «АВТО ПАРТНЕРС», вместе с модератором конференции **Юлией Анисимовой, директором компании Office Line (Ancor)**, обсудили преимущества и недостатки операционного лизинга, а также новые сервисные решения поставщиков для корпоративного автопарка.

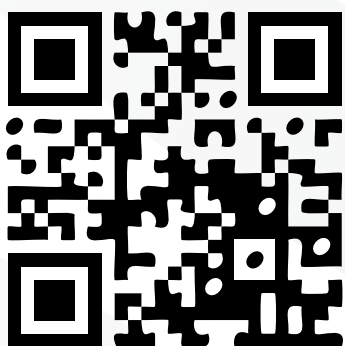
Переходя к организации корпоративных мероприятий, **Алла Астафьева, менеджер по организации мероприятий и деловых поездок «Авито»**, рассказала о централизованном сервисе заявок «Единое окно», который помогает контролировать бюджет, минимизировать хаос и выстраивать доверие между внутренними заказчиками и подрядчиками. Формирование пула надежных поставщиков и прозрачность процессов стали ключевыми факторами успеха в условиях неопределенности рынка.

Константин Баев, директор направления «Интеллектуальная система управления офисом» компании Pridex Technology, поделился опытом внедрения цифрового офиса, выделив топ-5 ошибок, с которыми сталкиваются компании: сложность встраивания в бизнес-процессы и дороговизна интеграции в систему датчиков занятости; установка киосков для заказа в цифровой столовой — провоцирует очереди; неточность и высокая стоимость навигации с помощью Wi-Fi- или BLE-позиционирования; запуск цифрового офиса без готовых интеграций: AD, 1С, СКУД приводит к необходимости дублирования активности в параллельных средах, а также к снижению usability приложения; отсутствие онбординга создает дополнительные барьеры при взаимодействии с цифровой средой офиса, усиливает негативное восприятие изменений.



ADMINPRIORITY

**ОБЪЕДИНЯЕМ
ДЛЯ ПОИСКА
ЛУЧШИХ
РЕШЕНИЙ!**

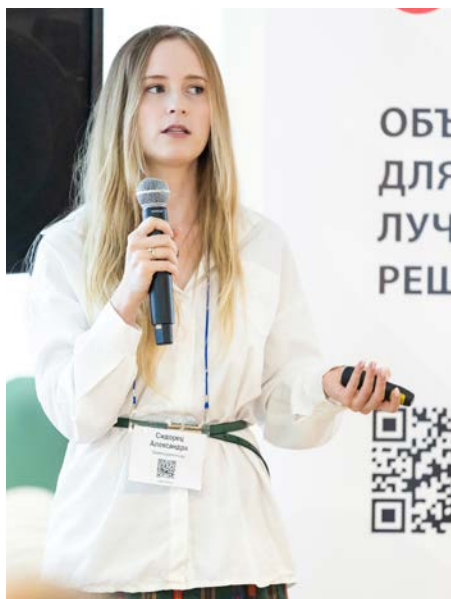


www.adminpriority.ru

Эксперты и участники конференции



Эксперты и участники конференции



Особое внимание на конференции было уделено заботе о сотрудниках. **Эдуард Моисеенко, административный директор «СберСтрахование жизни»**, презентовал продукт ситуативного страхования, актуального для корпоративных клиентов во время командировок и корпоративных мероприятий.

В продолжение темы автоматизации **Елена Ваго и Александр Малых из BENEFACTORY** продемонстрировали, как современная платформа объединяет онбординг, управление автопарком, документооборот и командировки. Эта платформа значительно упрощает работу HR и административных менеджеров, экономит время и снижает рутину, что особенно важно для крупных компаний.

Тема экологии в бизнесе была представлена **Евгенией Ачкасовой, менеджером экологических проектов компании «Яндекс»**. Эксперт рассказала о внедрении отдельного сбора отходов, создании умных экопунктов и проведении экологических мероприятий, которые стали частью корпоративной культуры компании.

Анастасия Архипова, директор по маркетингу и коммуникациям O1 Properties, президент АРКН, раскрыла, как зеленые инициативы помогают формировать HR-бренд, влиять на привычки арендаторов и обеспечивать долгосрочные конкурентные преимущества. Как считает эксперт, эффективность ESG-политики должна оцениваться по качественным и количественным показателям, что делает устойчивое развитие важным элементом стратегии бизнеса.

Мария Майер, основатель компании OpenMind, представила проекты детских образовательных программ в офисах, которые повышают вовлеченность сотрудников и их лояльность. Такие инициативы, реализуемые с минимальными затратами и поддержкой подрядчиков, способствуют развитию социальной ответственности компаний и улучшению корпоративной среды.

Завершая конференцию, **Екатерина Гусева из «Сенсориума»** рассказала об опыте создания инклюзивной команды и работе с людьми с инвалидностью. Она подчеркнула, что инклюзивность — это не только современный тренд, но и эффективный инструмент роста корпоративной культуры и повышения производительности.

Журнал благодарит модераторов конференции: **Юлию Анисимову, директора OfficeLine (Ancor)**, и **Маргариту Шамаеву, административ-**

ного директора компании Ozon, за помощь в управлении конференцией!

В рамках конференции участники посетили экскурсию по офису «СберСтрахование жизни» и Space 1, а также получили возможность пройти AI-скрининг здоровья, что подчеркнуло практическую направленность организаторов мероприятия и заботу о благополучии каждого участника.

«Сервисная конференция: от командировок до устойчивого развития» стала местом встречи профессионалов, открытых к инновациям и заботе о людях, стремящихся строить устойчивый и успешный бизнес. ■

Фото Анны Анисимовой



Сервисный офис Flexity в БЦ «Павелецкая Плаза» — пространство, где всё работает на ваш бизнес.



45 рабочих мест в бизнес-центре класса А. Всего в 2 минутах от метро.

Всё для комфортной работы:

- Переговорная
- Кухня
- Кофе-пойнт
- Спортзал
- Санузлы
- Зоны медитации
- Подкаст-комната



Сервис включён:

- Клининг
- Техподдержка
- Принт-зоны
- Онлайн-бронирование

Теплое сообщество:

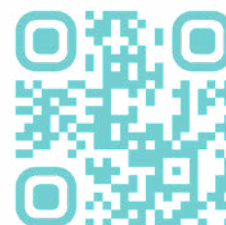
- Йога
- Квизы
- Мастер-классы
- Стендапы
- Mindfulness-практики

Запишитесь на просмотр:

www.flexity.ru

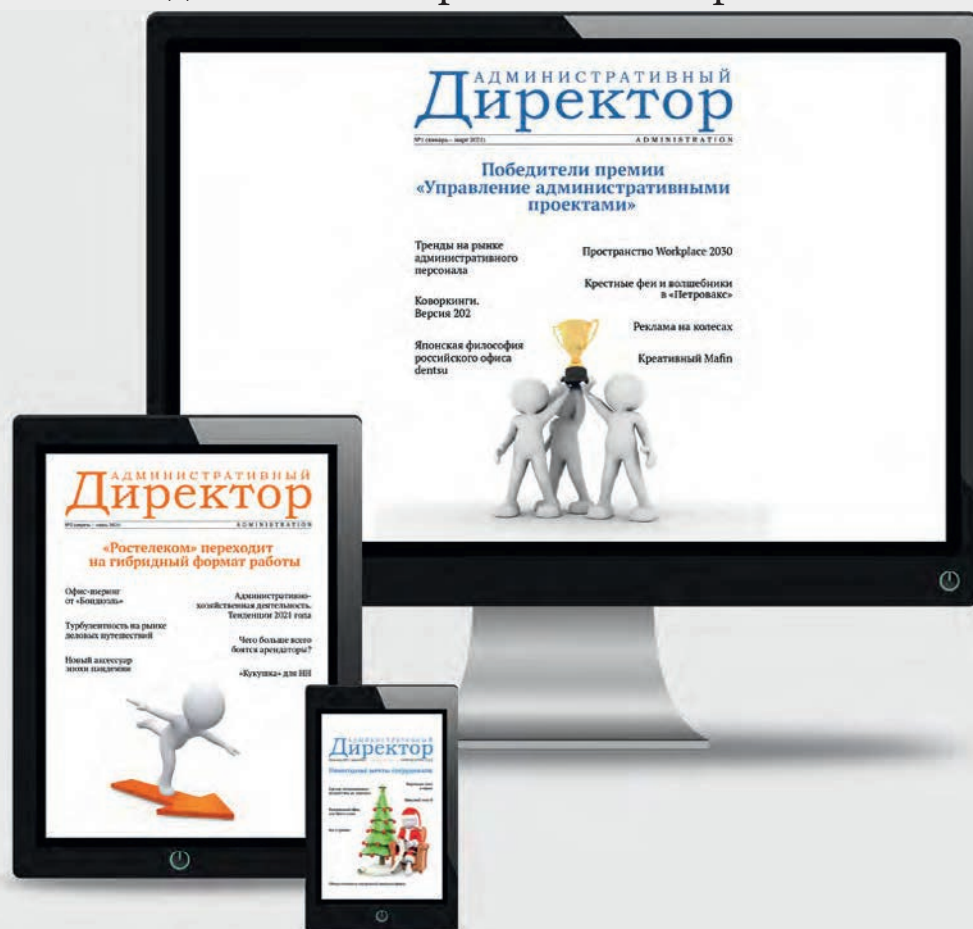


Москва, БЦ «Павелецкая Плаза»
Павелецкая пл. 2с1



Акция!

При подписке на портал и дайджест архив номеров в подарок.
Кодовое слово при заказе: «с архивом»



Открыта подписка на журнал
Административный директор
admdir.ru/podpiska/



LIMITED
EDITION

+7 495 969-87-68, podpiska@admdir.ru