**УДК 316**

**РАЗВИТИЕ БИЗНЕС-ЦЕНТРОВ КАК НАПРАВЛЕНИЕ СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Пестушкина Елена Сергеевна**

Магистр

ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

**Аннотация:** в статьерассмотрены особенности развития бизнес-центров как одного из направления сервисной деятельности.

**Ключевые слова:** бизнес-центры, сервисная деятельность*,* развитие бизнес-центров в сервисной деятельности.

**DEVELOPMENT OF BUSINESS CENTERS AS A DIRECTION OF SERVICE ACTIVITIES**

**Abstract:** the article describes the features of the development of business centers as one of the areas of service activities.

**Keywords:** business centers, service activities, development of business centers in service activities.

**Pestushkina Elena Sergeevna**

**Abstract:** the article describes the features of the development of business centers as one of the areas of service activities.

**Keywords:** business centers, service activities, development of business centers in service activities.

Сегодня оказание услуг широко распространено среди современного общества. Помогая людям в повседневной жизни, предоставляя полезную информацию, человек предлагает простейшую услугу, не требующую специальных знаний и обучения. Однако в древности существовали люди и организации, которые предоставляли сложные, зачастую дорогостоящие услуги высокого уровня, требующие специальных знаний, навыков и оборудования. Более 70% населения экономически развитых стран являются участниками рынка услуг и сервисной деятельности.

Под сервисной деятельностью понимается такой вид деятельности, который в первую очередь направлен на удовлетворение потребностей людей с помощью оказания индивидуальных услуг. Осуществляют данный вид деятельности как сервисные организации и предприятия, так и индивидуальные предприниматели. Сервисная деятельность также подразделяется на большое количество направлений (сфер, форм, секторов и т.п.) [2]. К одному из таких направлений можно отнести развитие бизнес-центров.

Для более глубокого исследования рассматриваемой темы необходимо детально рассмотреть термин «бизнес-центр».

По мнению [А.Н. Асаул](http://www.aup.ru/authors/asaul/)а, М.П. Войнаренко, П.Ю. Ерофеева, как правило, бизнес-центр – это негосударственная предпринимательская структура, которая сформирована на общественных началах при содействии местной власти и иностранных организаций с целью поддержки развития малого предпринимательства в регионе [1].

Итак, бизнес-центр представляет собой не развлекательную, серьезную сферу деятельности, основная цель которой заключается в получении прибыли и предоставлении юридическим лицам комфортных офисных помещений в аренду.

Целевой аудиторией бизнес-центров являются как индивидуальные предприниматели, руководители фирм, которым требуется офисное помещение, так и топ-менеджеры и менеджеры среднего звена, офисные сотрудники.

Также деятельность бизнес-центра обеспечивается на паритетной и регулярной основе, основывается на принципах социального партнерства, сотрудничества работников органов местного самоуправления, объединений предпринимателей, общественных и профсоюзных организаций работников негосударственного сектора экономики (рисунок 1).

Местные органы власти

Общественные организации

Союзы работодателей

Бизнес-центры

Наемные работники

Частные предприниматели

Основатели собственники

**Составляющие малого предпринимательства**

Рисунок 1 – Взаимосвязи бизнес-центра с властью и предпринимательскими структурами [1]

Таким образом, созданные на уровне области, города или района бизнес-центры оказывают всестороннюю поддержку малого и среднего предпринимательства в определенных территориальных единицах.

Бизнес-центр предоставляет так называемые услуги B2B, то есть в этом месте вся деятельность происходит на уровне бизнеса, не предлагая при этом услуги конечным потребителям.

Все бизнес-центры разделяются на классы A, B, C и D (рисунок 2). Класс A – это здания, расположенные в центрах городов в районе с максимально развитой инфраструктурой, все помещения оборудованы необходимыми телекоммуникационными средствами, оргтехникой, профессиональными инженерными системами. Центры с высоким классом имеют повышенную ставку аренды за 1 кв.м. Класс D – самые дешевые площади для офисов со старой сетью инженерно-технического обеспечения; здания расположены на окраине или вдали от центра города. В большинстве случаев здания бизнес-центров класса D не отвечают требованиям международных стандартов [3].

Престижный район, новые технологии в оснащении, развитая инфраструктура, высокая арендная плата

Виды бизнес-центров

Бизнесс-центры класса А

Бизнесс-центры класса В

Здания среднего уровня, частичное оснащение технологиями

Бизнесс-центры класса С

Здания не отвечают требованиям международных стандартов, окраина города, низкая арендная плата

Бизнесс-центры класса D

Рисунок 2 – Классификация бизнес-центров [3].

Несмотря на представленную схему (рисунок 2), единой общепринятой классификации бизнес-центров не существует.  При этом, основными критериями оценки офисов является: местонахождение бизнес-центра, тип и год постройки офисного здания, развитость инфраструктуры, технологическое оснащение помещения, ставка аренды за 1 кв.м.

Итак, бизнес-центр является крупнейшим объектом либо комплексом нежилой недвижимости, в которой располагаются всевозможные офисно-сервисные или просто офисные помещения [2].

В современное время очень распространенным является нахождение бизнес-центров в гостиничных комплексах, при этом они делятся на 3 категории (рисунок 3).

Услуги бизнес-центра

1 категория

Бизнес-центр совмещен с отделом организации конференц-мероприятий

2 категория

Профессиональный бизнес-центр, небольшая «типография», организуется print-shop

3 категория

Рисунок 3 – Категории бизнес-центров в гостиничных комплексах [2]

Бизнес-центром современного гостиничного комплекса руководит либо управляющий отеля, либо его заместитель. Основная аудитория бизнес-центров в отелях – это бизнес-туристы или люди, приезжающие с деловыми целями. Представим в виде схемы виды услуг бизнес-центра для гостей отеля (рисунок 4).

Виды услуг бизнес-центра для гостей гостиничной индустрии

Пользование спутниковой междугородней, международной телефонной и факсимильной связью

Пользование междугородней и международной телексной связью

Копировальные работы, предоставление в аренду пишущих машинок

Ламинирование, брошюровальные работы

Предоставление в пользование гостей компьютера или установка компьютера в номере (по желанию гостя), выполнение работ на компьютере

Оказание переводческих услуг

Оказание услуг секретаря, стенографистки, редактирование

Возможность работы в сети Internet

Аренда специальных помещений для проведения конференций, встреч, переговоров, презентаций с системами синхронного перевода, включая оборудование для проведения телемостов

Рисунок 4 – Виды услуг бизнес-центра для гостей гостиничной индустри

Исходя из приведенного, можно сделать вывод, что создание бизнес-центра в гостиничном комплексе, независимо от звездности отеля, является оправданным шагом. Это связано с тем, что в последнее время наблюдается тенденция к организации корпоративных мероприятий в отелях, которые находятся за городом или на курортах, что в дальнейшем сказывается на решении деловых вопросов. Однако гостиницы, которые направлены на туризм и отдых, ограничиваются внедрением небольшого бизнес-центра необходимым спектром услуг. В целом весь спектр услуг, предложенный бизнес-центром, может быть гораздо шире перечисленных, так как разносторонность функций бизнес-центра имеет прямую зависимость от его категории.

**Список литературы**

1. [Асаул](http://www.aup.ru/authors/asaul/), А.Н., Войнаренко, М.П., Ерофеев, П.Ю. [Организация предпринимательской деятельности](http://www.aup.ru/books/m498/) / Учебник. Под ред. д э.н., проф. А.Н. Асаула. – СПб.: «Гуманистика», 2015. – 448 с.
2. Вартапетова, организации современного офисного пространства [Текст] / // ACADEMIA. Архитектура и строительство. – 2016. – №2. – С. 38-42.
3. Бизнес-центр при отеле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mygel.ru/2010-09-15/biznes_tsentr_pri_otele>