

Раздел 1. Инновационное развитие сферы питания

УДК 641:005.511

РОЛЬ БИЗНЕС – СООБЩЕСТВ В РАЗВИТИИ СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

И.А. Килина, Т.В. Крапива, Н.С. Кокряцкая

В статье рассмотрены формы существующих некоммерческих организаций. На конкретных примерах показана роль бизнес-сообществ в развитии сферы общественного питания в России и за рубежом, определены основные цели, задачи и функции профессиональных объединений.

Ключевые слова: некоммерческая организация, бизнес-ассоциация, профессиональное объединение, сфера общественного питания, индустрия гостеприимства.

Стремление к объединению фабрикантов и заводчиков, торговцев, предпринимателей, технической интеллигенции, банкиров и всех, кто принимал на себя заботу о создаваемых и действующих производствах, появилось в России одновременно с ростом промышленного производства и зарождением капитализма. Оно было вызвано необходимостью координации деятельности, объединением усилий по защите отечественных интересов и выработке общих правил хозяйствования. К началу XX века в России насчитывалось более 150 предпринимательских организаций.

В разных регионах мира деятельность и методы работы бизнес-ассоциаций отличаются друг от друга. В странах с централизованной плановой экономикой и государственным контролем они выполняют чисто общественные функции. Там же, где экономика основана на рыночных отношениях, ассоциации играют важную роль в распределении инвестиций, участвуют в принятии решений, затрагивающих интересы бизнеса.

В странах со «смешанным» типом экономики бизнес-ассоциации, профессиональные объединения и группы, сотрудничая с правительством, разрабатывают программы и оказывают поддержку общественной политике, направленной на развитие экономики. Кроме того, их деятельность приносит общественно полезные результаты в таких областях, как профессиональная этика, экономические исследования, статистика и информационное обеспечение. Бизнес-ассоциации – один из примеров объединения людей для достижения общей цели на основе общего интереса. Сегодня бизнес-ассоциации – это торговые палаты, торгово-промышленные группы, профессиональные объединения, федерации производителей, ассоциации представителей малого и среднего бизнеса и прочие подобные организации. Их появление говорит о зрелости

той или иной сферы бизнеса. Это означает, что ее представители воспринимают друг друга не только как конкурентов, но и как коллег, и осознают наличие общих целей и интересов, защищать которые проще сообща.

С точки зрения права, бизнес-ассоциация – это юридически оформленная некоммерческая организация. Их деятельность регулируется Гражданским кодексом России, Федеральным законом «О некоммерческих организациях», а также другими законодательными актами.

Закон предусматривает следующие формы некоммерческих организаций: общественное объединение; некоммерческое партнерство; автономная некоммерческая организация; фонд, ассоциация (союз); учреждение; потребительский кооператив.

Общественная организация.

Создается для совместной деятельности по защите общих интересов и достижения уставных целей членов организации. Высший руководящий орган – съезд (конференция) или общее собрание, которым избирается структура, осуществляющая постоянное руководство.

Ассоциация (союз).

Создается путем объединения коммерческих или некоммерческих организаций для координации их деятельности, представления и защиты общих имущественных интересов. Высший орган управления – общее собрание членов, которое образует постоянно действующий исполнительный орган. Вести предпринимательскую деятельность ассоциация может, только преобразовавшись в хозяйственное общество или товарищество, в порядке, предусмотренном Гражданским кодексом РФ, или создав хозяйственное общество специально для этого.

Создание ассоциации – шаг, о котором стоит задуматься фирмам, заинтересованным

РОЛЬ БИЗНЕС – СООБЩЕСТВ В РАЗВИТИИ СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

в развитии своей отрасли и стремящимся к лидерству в бизнесе. Ассоциация будет полезным инструментом и для тех, кто занимается организацией выставок, разработкой отраслевых норм и другими проектами, в которых участвует большое количество компаний.

Ассоциация в сфере индустрии гостеприимства – союз специалистов и руководителей кафе, баров, ресторанов, казино, ночных клубов и гостиниц. Членами Ассоциации также могут быть руководители предприятий, способствующих работе ресторанного бизнеса.

Инициатива ее создания должна идти от собственников ресторанного дела. Они сами должны прийти к пониманию, что им нужно объединение, которое поможет и творчески, и профессионально работать в условиях конкурентной среды [1].

Все разнообразие форм и схем управления деятельностью предпринимательских объединений можно свести к трем основным типам:

✓ *Ассоциация, управляемая добровольцами.* Эта модель способствует активному участию в деятельности ассоциации всех ее членов. При этом руководство прекрасно осведомлено об их потребностях и стремится максимально их удовлетворить. Недостатки схемы: длительный процесс принятия решения, отсутствие организационного контроля, частая смена политики, зависящая от выбора новых должностных лиц.

✓ *Ассоциация, управляемая наемным персоналом.* Главные преимущества этой модели – лучшая координация, быстрое принятие решений, строгий контроль над ресурсами. Недостатки: члены ассоциации теряют интерес к ее деятельности, их трудно вовлечь в работу комитетов и комиссий. Между наемным персоналом и членами ассоциации возможно недопонимание.

✓ *Модель сбалансированного лидерства.* Эта модель обладает всеми преимуществами двух предыдущих. Она требует четкого разграничения обязанностей и ответственности главного выборного и главного штатного должностного лица. При этом для эффективного функционирования ассоциации необходим эффективный лидер.

Идеальной структуры, подходящей для всех ассоциаций, не существует.

О важности роли, которую ассоциации играют в общественной жизни зарубежных стран, и об их силе свидетельствуют, в частности, данные Американского общества управляющих ассоциациями (ASAE), согласно которым:

- в США насчитывается 147000 разнообразных ассоциаций, представляющих практически каждую профессию, отрасль, хобби, интерес и т.д.;

- девять из десяти взрослых американцев принадлежат хотя бы к одной ассоциации, а один из четырех – к четырем и более ассоциациям;

- ежегодно в США возникает около 1000 новых ассоциаций;

- численность наемного персонала ассоциаций США составляет 295000 человек;

- американские ассоциации ежегодно тратят 5,6 миллиарда долларов на печатные издания и публикации (из них 3,2 миллиарда долларов – только на печатную продукцию); практически все ассоциации (95 %) выпускают периодические издания, 39 % ассоциаций издают книги;

- 2,2 миллиарда долларов ассоциации ежегодно тратят на технологию;

- 95 % ассоциаций предлагают своим членам собственные образовательные программы;

- 71 % ассоциаций проводят отраслевые исследования или занимаются сбором статистических данных. Статистические данные, которыми располагают ассоциации, часто являются уникальными и не могут быть получены из других источников, поэтому и бизнес, и правительство весьма заинтересованы в них.

Вклад ассоциаций в развитие гостиничного и ресторанного бизнеса в США недооценивать просто невозможно. Все они действуют под лозунгом: «Ассоциации делают мир лучше!» Их сила во взаимной поддержке и защите общих интересов. Ассоциации лоббируют свои интересы в правительстве при обсуждении и принятии законов [2].

В Европе объединения предпринимателей служат связующим звеном между бизнесом и властью. В Германии большинство предпринимателей, их союзов и ассоциаций объединяют Федеральный союз германской промышленности (ФСГП) и Объединение немецких торгово-промышленных палат (ОНТПП). ФСГП принимает участие в разработке внутренней и внешней экономической политики правительства. Его комитеты и рабочие группы осуществляют лоббирование интересов своих членов при принятии всех важных экономических решений.

Представители ФСГП – постоянные члены различных консультативных органов в министерствах экономики, финансов, обороны и т.д. Их позиция учитывается при выработке

экономической стратегии правительства. Объединение немецких торгово-промышленных палат – самоуправляемая организация, представляющая общие интересы частных предприятий в пределах своего региона. На федеральном уровне ОНТПП оказывает влияние на экономическую политику правительства страны, в т.ч. в вопросах, связанных с развитием ЕС или участием в международных переговорах.

В Австрии **все** отраслевые союзы взаимодействуют с властными структурами только через палату экономики. Ее членами являются все индивидуальные предприниматели и юридические лица, за исключением представителей «свободных профессий» и сельхозпроизводителей.

В Турции отношения союзов и государства не регламентируются законом. Взаимодействие союзов предпринимателей и торговых палат с органами власти заключается в решении стоящих перед предпринимателями проблем, а также проведении дискуссий по развитию экономики или же отдельной отрасли.

Большую роль в регулировании процессов экономического развития в своих странах играют Федерация шведских промышленников, Торгово-промышленный союз Швейцарии, Конфедерация британской промышленности, насчитывающая свыше 200 мелких профессиональных объединений и ассоциаций, Объединение нидерландских промышленных предприятий и ряд других национальных объединений производителей. [3].

Одним из примеров создания международных ассоциаций, может служить **LEADERS CLUB INTERNATIONAL** – международная профессиональная ассоциация, объединяющая рестораторов, а также производителей и поставщиков товаров и услуг, связанных с ресторанным бизнесом:

- создана в 1993 году группой французских рестораторов;
- объединяет 150 крупных брендов (около 2 тыс. предприятий: 55 %, из которых рестораны и ресторанные сети, 45 % – производственно-промышленные группы, сельхозпредприятия, банки, выставочные компании и т.д.);
- действует на некоммерческой основе;
- существует благодаря членским взносам;
- головной офис ассоциации расположен в Париже и объединяет официальные региональные представительства:
- в Германии (год основания — 2001),
- в Бельгии (2002),
- в Швейцарии (2003),

- в Марокко (2004),
- в России (2006),

Независимые представители клуба работают также в Ливане, Великобритании, ряде Азиатских стран.

В самом названии **LEADERS CLUB**, провозглашающем лидерство, скрыт определенный смысл, так как каждая буква называет отрасль, имеющую отношение к деятельности организации:

- L** leaders – лидеры,
- E** equipment – оборудование,
- A** agroalimentaire – сельскохозяйственный комплекс,
- D** dirigeants – управляющие / менеджеры,
- E** enterprises – фирмы, управляющие мероприятия,
- R** restaurations – рестораны,
- S** services – обслуживание.

Основная функция **LEADERS CLUB INTERNATIONAL** – стать для рестораторов мира своеобразной информационной трибуной, платформой для обмена мнениями и бесценным опытом. Клуб делает все, чтобы коммерческая информация об успешных ресторанных решениях стала прозрачной и доступной тем, кто действительно стремится к развитию и нацелен на успех. Помимо этого, клуб видит своей задачей лоббирование интересов ресторанного бизнеса на государственном уровне.

LEADERS CLUB INTERNATIONAL постоянно приглашает на свои форумы интересных спикеров, знакомит потенциальных инвесторов с подающими надежды концепциями, предпринимает тематические поездки для анализа ресторанных рынков различных стран. Форумы, как правило, проходят один-два раза в месяц в рамках профессиональных салонов, семинаров, конференций, тематических поездок по странам – то есть выводы делаются на практике, а не на бумаге. Так, в 2005 году анализ европейскими экспертами ресторанный рынок России позволил не только высоко оценить уровень его развития, но и определить организацию, способную объединить вокруг себя лидеров российского «ресторанного Олимпа». Такой структурой стала **Национальная Торговая Ассоциация**. [4].

Основными целями и задачами Ассоциации являются:

- защита прав и интересов предприятий – членов Ассоциации;
- оказание содействия членам Ассоциации в расширении возможностей их производственного и социального развития;

РОЛЬ БИЗНЕС – СООБЩЕСТВ В РАЗВИТИИ СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

- координация усилий членов Ассоциации для удовлетворения потребностей клиентов и потребителей;
- пропаганда российских предприятий розничной торговли;
- увеличение прибыли российских предприятий торговли;
- участие в разработке законопроектов, касающиеся интересов российских предприятий торговли.

В Наблюдательный совет НТА входят руководители органов власти Российской Федерации и региональных органов власти. В Экспертный совет НТА входят руководители департаментов и ведомств, ответственных за развитие торговли крупнейших городов и регионов России, и руководители компаний – лидеров торгового бизнеса [5].

На региональном уровне потребность в объединении появилась сначала в самых развитых областях бизнеса, например, в сфере операций с недвижимостью. Другим примером дочернего развития профессиональных организаций можно считать Ассоциацию рестораторов и отельеров Ростовской области. В 1998 году в Москве появилась Федерация рестораторов и отельеров, целями которой ее президент Игорь Бухаров считает выведение индустрии питания в приоритетное направление государственной политики, как высокотехнологичную отрасль с очень быстрым оборотом денег и занимающую очень большое количество людей. [6].

Федерация Рестораторов и Отельеров России (ФРИО) создана ведущими рестораторами и отельерами России с целью развития индустрии питания и гостеприимства посредством консолидации всех её предприятий для преодоления препятствий, тормозящих развитие отрасли.

Сегодня ФРИО объединяет более 2000 предприятий индустрии питания и гостеприимства России всех уровней и направлений. Предприятия гостеприимства, входящие во ФРИО, расположены во всех субъектах Российской Федерации.

Федерация Рестораторов и Отельеров является активным участником и членом различных советов, комитетов и организаций, регулирующих нормативно правовое поле Российской Федерации.

Цели и задачи Федерации Рестораторов и Отельеров:

- организация работы ФРИО в интересах процветания бизнеса своих членов;
- формирование идеологии развития индустрии питания и гостеприимства России;

• представление и защита интересов индустрии питания и гостеприимства в органах власти и государственных структурах;

- формирование и реализация политики в области образования и развития профессиональных кадров – их подготовки, повышения квалификации, сертификации;
- участие в создании цивилизованной отраслевой инфраструктуры: организация и проведение мероприятий, поддержка печатных и электронных СМИ, профессиональных общественных объединений, союзов.

Альянс Профессионалов Индустрии Питания (АПИ) – объединение профессиональных операторов рынка в сегменте HoReCa.

Миссией и целью Альянса является концентрация интеллектуальных, технических и организационных ресурсов, а также маркетинговых и информационных возможностей для продвижения интересов компаний-участников совместного партнерского проекта.

Направления деятельности Альянса:

- содействие развитию рынка индустрии питания;
- организация работы в интересах членов АПИ;
- готовые бизнес-концепции;
- профессиональные консультации;
- повышение квалификации сотрудников;
- подбор и обучение персонала;
- организация и проведение мастер-классов;
- комплексное сопровождение клиента;
- региональные программы.

АПИ – совместный партнерский проект. Альянс является добровольным, неформальным объединением неконкурирующих между собой компаний, операторов рынка HoReCa.

Барменская Ассоциация России (Б.А.Р.) является организацией, объединяющей барменов и официантов России.

Основные направления деятельности **Б.А.Р.**:

- организация профессиональных мероприятий и конкурсов;
- издание журнала БАР NEWS;
- поиск и подбор персонала;
- обучение, проведение тренингов и мастер-классов в учебном центре «БАР-СТАФФ» по следующим учебным программам: базовый курс подготовки бармена, базовый курс подготовки официанта, курсы обучения бар-менеджеров, курсы повышения квалификации С.В. Цыро. Занятия проводятся в профессионально оборудованных учебных классах.

Национальная Академия Гостеприимства основана в 1999 году и включает в себя более 300 предприятий Санкт-Петербурга, Ленинградской области, Белгорода, Великого Новгорода, Волгограда, Вологды, Геленджика, Калининграда, Кирова, Краснодар, Липецка, Москвы, Мурманска, Нижнего Новгорода, Омска, Оренбурга, Петропавловска-Камчатского, Пскова, Пятигорска, Сочи, Тюмени, Ханты-Мансийска, Череповца, Ярославля. В её рамках оказывается содействие участникам-партнерам в повышении привлекательности, конкурентоспособности и доходности предприятий за счет координации совместных действий по эффективному продвижению предприятий, товаров и услуг, информационному обеспечению и повышению квалификации руководителей и персонала.

Национальная Гильдия Шеф-поваров была основана в 2003 году с целью поддержки и популяризации ресторанного бизнеса, а также для создания единых профессиональных норм.

Гильдия объединяет специалистов индустрии гостеприимства: шеф-поваров и шеф-кондитеров, представляющих лучшие рестораны России.

Основные цели и задачи, которые ставит перед собой Национальная Гильдия шеф-поваров:

- популяризация профессии шеф-повара и шеф-кондитера;
- содействие развитию ресторанной индустрии России;
- организация работы с регионами (консультации и проведение мастер-классов);
- участие в обучении молодых специалистов (поваров и кондитеров);
- создание библиотеки профессиональной литературы;
- подбор команд для участия в профессиональных конкурсах и салонах;
- объединение шефов для защиты своих профессиональных интересов;
- содействие в подборе кадров для ресторанов.

Петербургская Ассоциация Барменов (ПАБ) основана и официально зарегистрирована в 2001 году.

ПАБ является организацией объединяющей барменов не только Санкт-Петербурга, но и других городов России.

Членами ПАБ являются ведущие специалисты, работающие в ресторанном бизнесе.

Петербургская Ассоциация Барменов является официальным представителем Барменской Ассоциации России (БАР) по Се-

веро-Западному региону.

Петербургская Ассоциация Барменов, регулярно получает информацию о новшествах в барном деле, а также о всех мероприятиях, устраиваемых БАР и ИВА.

К основным видам деятельности ПАБ относится:

- Образовательная деятельность: Школа барменов (методика Международной Барменской Ассоциации и Барменской Ассоциации России), Школа флейринга (современное направление барменского искусства, безопасные и эффективные трюки в процессе работы);
- консультационная деятельность (консультации по стационарному барному оборудованию и инвентарю, ассортименту бара);
- культурно-развлекательная деятельность (организация и проведение шоу, вечеринок и других мероприятий); просветительская (проведение семинаров, дегустаций, мастер-классов);
- проведение конкурсов профессионального мастерства барменов.

Союз сомелье и экспертов России (ССЭР) – это команда опытных специалистов, настоящих профессионалов, знатоков не только российского, но и мирового рынка алкогольной продукции. Миссия союза заключается в объединении участников алкогольного рынка в единую сильную организацию, ведь только вместе возможно решать возникающие проблемы, находить эффективные пути решения трудных ситуаций.

Основной целью союза является защита прав и законных интересов производителей, участников оборота и потребителей алкогольной продукции, а также содействие органам государственной власти в организации современного цивилизованного рынка алкогольной продукции.

Союз сомелье и экспертов России – это ключ к успеху для новичков рынка и реальная поддержка компаний с многолетним опытом работы.

Ассоциация кулинаров и рестораторов Санкт-Петербурга организована в 1999 году при поддержке Комитета экономического развития, промышленной политики и торговли и является добровольным, основанным на членстве общественным объединением, созданным для защиты интересов своих членов и достижения уставных задач.

Ассоциация представляет собой союз специалистов и руководителей кафе, баров, ресторанов, казино, ночных клубов и гостиниц. Членами Ассоциации также могут быть руководители предприятий, способствующих

РОЛЬ БИЗНЕС – СООБЩЕСТВ В РАЗВИТИИ СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

работе ресторанного бизнеса. Ассоциацией проводится множество интересных и практических мастер-классов, конкурсов профессионального мастерства, поваров, кондитеров, барменов, проводимые в рамках ежегодного фестиваля «Петербургская Аустерия», участие во Всероссийском конкурсе «Золотая Кулина», выступления в Чемпионатах России по кулинарии и сервису в Москве. Команды, представленные АКИР, стали золотыми и серебряными призерами – характеризуют работу ассоциации и способствуют возрождению и развитию традиций петербургской кулинарии и ресторации.

АКИР является, основанным на членстве добровольным, общественным объединением. В 2003 г. в рамках Ассоциации кулинаров и рестораторов Санкт-Петербурга создан образовательный центр, который реализует специализированные программы по подготовке и совершенствованию навыков и умений персонала ресторанов, организаций общественного питания. Два раза в месяц проходят круглые столы для директоров и руководителей предприятий с целью выявления актуальных проблем. При АКИР создана база данных вакантных мест специалистов, учитывающая потребности предприятий.

Европейская Ассоциация Speciality Coffee Association of Europe, Российский филиал создан в 2002 году. Главной целью является объединение усилий поставщиков кофе, обжарочных компаний и кофеен для увеличения потребления качественного зернового кофе в России. Среди членов Российского филиала SCAE: бариста, владельцы кофеен, производители и поставщики кофе, различные специалисты кофейной индустрии.

Вступить в SCAE может любой желающий. Членство позволяет получать оперативную информацию о мероприятиях организации, размещать логотип SCAE на визитках и бланках (но не на продукции), получать информацию о мировых событиях кофейной индустрии. Российский филиал SCAE организует мастер-классы и семинары профессионалов мирового уровня для российских специалистов кофейной сферы, выпускает книги и диски просветительского характера.

За 6 лет существования Российский филиал SCAE провел множество чемпионатов разных направлений, таких как «Латте-Арт», «Кофе и Алкоголь», «Кап-тестинг». Благодаря SCAE, призеры Российских чемпионатов получили возможность участвовать в Мировых соревнованиях бариста. Деятельность SCAE направлена на стимулирование молодых ба-

риста страны к совершенствованию своего искусства.

Ассоциация Рестораторов г. Челябинска основана в августе 2006 г. по инициативе ведущих рестораторов города. Позже Ассоциация вступила в Федерацию Рестораторов и Отельеров России, став, таким образом, региональным отделением ФРИО в России. Ассоциация является некоммерческим профессиональным объединением компаний, осуществляющих свою деятельность в области индустрии гостеприимства.

Основные задачи Ассоциации:

- представление интересов отрасли в органах государственной власти и организациях, деятельность которых связана с индустрией питания;

- проведение специальных проектов (мероприятий), инициированных членами Ассоциации;

- деятельность в области образования и профессиональных кадров;

- создание и ведение информационно-аналитической базы данных о профессиональных кадрах;

- информационное обеспечение членов Ассоциации;

- формирование набора услуг с привлечением соответствующих специальных организаций;

- реклама предприятий.

Общественные некоммерческие организации (ОНО) играют огромную роль в жизни общества, ведь не рассчитывая на какой-либо коммерческий успех, его участники пытаются самостоятельно, своими силами решить ту или иную проблему изнутри, без поддержки государства. Поэтому можно смело заявить, что ОНО – это так называемый показатель степени гражданственности населения, его социальной активности.

Некоммерческая организация (НКО) – организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ.

Некоммерческие ассоциации стараются играть роль регулятора рынка или прилагают все усилия, чтобы таковым стать.

Во-первых, с целью привести все фирмы к общему знаменателю: в каждом союзе устанавливаются «входные» требования. В зависимости от рынка и его специфики они различаются, но их объединяет одно: принимаются игроки с положительной репутацией, не имеющие нарушений этики ведения бизнеса и согласные следовать целям организации.

Во-вторых, попав в организацию, ее члены соглашаются исполнять общие стандарты.

Опыт работы ассоциаций в других отраслях показал, что интересы бизнеса в общественном объединении должны представлять именно собственники, а возглавлять – самые авторитетные из них.

Среди общественных организаций России хотелось бы выделить Общенациональную ассоциацию генетической безопасности (ОАГБ) – российская объединяющая некоммерческая организация, объединяющая ученых и специалистов в области генетики, биологии, экологии и других дисциплин и научных направлений. Главная цель Ассоциации – обеспечение и поддержание условий безопасности человека и окружающей среды. ОАГБ регулярно проводит мероприятия, направленные на исследование безопасности и качества продукции, попадающей на прилавки магазинов. ОАГБ провела проверки на соответствие заявленному качеству продукции следующих категорий: мясная продукция, молочные продукты (йогурты, глазированные сырки, сгущенное молоко), продукты детского питания, кондитерские изделия, консервированная продукция и т.д. Результаты всех проведенных исследований публикуются на официальном сайте Ассоциации.

Саморегулируемые организации. Для представителей бизнеса, безусловно, предпочтительнее ситуация, когда они сами, без прямого вмешательства государства, устанавливают «правила игры», определяют санкции за их нарушение и создают механизмы разрешения конфликтов. Для этого и создаются саморегулируемые организации (СРО). Потенциальные преимущества их создания очевидны.

Во первых, нормы саморегулирования, как правило, гибче устанавливаемых государством, они легче адаптируются к изменяющимся обстоятельствам, позволяют быстро заполнить пробелы в законодательстве.

Во вторых, участникам рынка проще воздействовать на организации саморегули-

рования, чем на государственные органы.

В третьих, разрешение конфликтов при участии СРО обычно обходится сторонам дешевле и занимает меньше времени, чем судебное разбирательство. Ведь в данном случае процедуры разрешения споров лучше адаптированы к условиям конкретной сферы бизнеса и особенностям взаимодействия между участниками рынка, чем общегосударственный суд, а санкции, применяемые организациями саморегулирования, вызывают меньше отторжения, чем исходящие от государства.

Создание организаций саморегулирования усиливает прозрачность бизнеса, позитивно сказывается на отношении к нему общества, а также обеспечивает экономию бюджетных средств.

Саморегулируемой организацией признается некоммерческая организация, созданная в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом от 12 января 1996 года № 7-ФЗ "О некоммерческих организациях", при условии ее соответствия всем установленным настоящим Федеральным законом требованиям. К числу указанных относятся:

1) объединение в составе саморегулируемой организации в качестве ее членов не менее 25 субъектов предпринимательской деятельности или не менее ста субъектов профессиональной деятельности определенного вида, если федеральными законами в отношении саморегулируемых организаций, объединяющих субъектов предпринимательской или профессиональной деятельности, не установлено иное;

2) наличие стандартов и правил предпринимательской или профессиональной деятельности, обязательных для выполнения всеми членами саморегулируемой организации;

3) обеспечение саморегулируемой организацией дополнительной имущественной ответственности каждого ее члена перед потребителями произведенных товаров (работ, услуг) и иными лицами в соответствии со статьей 13 № 7-ФЗ.

Предметом саморегулирования является предпринимательская или профессиональная деятельность субъектов, объединенных в саморегулируемые организации.

Коротко интерес участия бизнес-общества в саморегулируемых организациях можно выразить следующим образом:

1. Саморегулирование – возможность поэтапного снижения необоснованного административного давления на бизнес. Передача государством ряда своих функций СРО влечет

РОЛЬ БИЗНЕС – СООБЩЕСТВ В РАЗВИТИИ СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

снижение необоснованного административного давления на участников рынка. При развитии саморегулирования рынка уже не государственные органы, а сами участники рынка профессионально определяют ряд правил своей деятельности, условия участия (вхождения) на рынок, условия выпуска на рынок продукции, работ, услуг. В первую очередь это касается регулирования взаимоотношений участников рынка с потребителем – вопросов стандартизации и контроля качества, информирования и удовлетворения претензий потребителей. Существующие сегодня стандарты качества товаров, работ, услуг, условия лицензирования и сертификации, принятые госорганами "сверху", во многом не учитывают специфику регулируемых ими отношений, особенности той или иной деятельности, производства и обращения того или иного товара, часто служат необоснованным препятствием к нормальному осуществлению участниками рынка своей деятельности. Делегирование ряда государственных функций СРО предполагает также освобождение участников СРО от соответствующих видов контроля, который будет осуществляться специализированными органами СРО. За государством при этом должны остаться функции контроля за соблюдением самых основных и "жизненно важных" вопросов регулирования рынка, а также функции надзора на рынке и контроля за самими СРО. При этом СРО отводится роль своеобразного "буфера" между государством и участниками рынка, обеспечивающим адекватное и эффективное проведение интересов участников рынка во взаимодействии с государством с одной стороны, и требований государства и потребителей к членам СРО, с другой стороны.

Снижение участия государства в рыночных отношениях взаимовыгодно и государству, и бизнес-сообществу: первое освобождается от "избыточных", неэффективно исполняемых функций, получает возможность высвобождения кадровых и финансовых ресурсов для решения иных задач; второе получает возможность снижения издержек своей деятельности и возможность сдвинуть с мертвой точки решение.

2. Саморегулирование – как возможность легальному бизнесу противостоять конкуренции фальсификата.

Объединение усилий, направленных на поддержание должного уровня качества своей продукции, соответствующей по своим потребительским свойствам её наименованию, проведение мероприятий по защите своей

продукции от контрафакта, по повышению потребительской культуры, по созданию служб взаимодействия с потребителем, усилий по продвижению СРО как коллективного бренда, способно создать защиту и преимущество легальному ведению бизнеса и способствовать вытеснению с рынка фальсифицированной продукции.

3. Участие в СРО – возможность эффективного продвижения коллективного бренда. Уже сейчас наблюдается огромная заинтересованность участия в СРО в таких отраслях, как строительство и ЖКХ, где доверие потребителя к участнику рынка имеет существенное значение для развития бизнеса. Закон о СРО имеет потенциальную возможность стать для потребителя вторым кодексом его прав, наравне с Законом о защите прав потребителей, поскольку он распространяется на все отрасли предпринимательской и профессиональной деятельности. Поэтому, продвижение услуг, товаров, работ участников СРО любой отрасли послужит фактором повышения информированности потребителя о СРО, о наличии стандартов качества СРО на различные товары, работы, услуги других отраслей. Таким образом, ФЗ "О СРО" закладывает предпосылку для формирования спроса потребителей на товары (работы, услуги) со знаком СРО.

4. Активное вовлечение бизнес-сообщества в процессы нормотворчества. СРО могут выступать трибуной выражения интересов бизнес-сообщества в отношении с госвластью для инициирования или обжалования в судах нормативных актов в соответствующей отрасли, а также для объективного учета при разработке нормативных актов консолидированного мнения бизнес-сообщества. Закон наделяет саморегулируемые организации особым правовым статусом в сфере нормотворчества, предусматривая их привлечение к участию в обсуждении проектов федеральных законов и иных нормативных правовых актов РФ, законов и иных нормативных правовых актов субъектов РФ, государственных программ по вопросам, связанным с предметом саморегулирования СРО. Опираясь на опыт и профессионализм бизнес-сообщества, органы государственной власти не будут делать грубых ошибок при принятии тех или иных нормативных актов.

5. Организация эффективного взаимодействия потребительского общества и бизнес-сообщества. Закон о СРО предусматривает ответственность, в том числе материальную ответственность бизнес сообщества в

лице СРО, перед потребителями продукции, производимой членами СРО. В законе заложено развитие обратной связи "потребители – производители". [7].

В индустрии питания создание СРО пока остается в планах, так Петербургская Ассоциация предприятий общественного питания (АПОП) кроме контроля качества также занимается лоббированием интересов малого бизнеса, ликвидацией дефицита кадров, защитой предпринимателей от вымогательства со стороны госорганов в будущем предполагает создание саморегулируемой организации.

Любое профессиональное объединение, т.е. сообщество людей, объединенных одной профессией, позволяет вырабатывать профессиональные и этические нормы работы. А также повысить престиж профессии в целом, и свою квалификацию в частности. В системе бизнес-коммуникаций профессиональные сообщества позволяют решать более масштабные вопросы. Таким образом, в самом общем виде потребности в профессиональном объединении можно условно разделить на несколько групп:

- поддержание репутации отрасли, престижа профессии;
- саморегулирование рынка;
- получение информации о деятельности конкурентов, обмен опытом;
- сохранение конкурентоспособности;
- повышение личного профессионализма и проявление общественной активности.

В системе бизнес-коммуникаций профессиональные объединения играют весьма существенную роль, выполняя функции самоуправляющейся и саморазвивающейся структуры, вырабатывая кодексы профессиональных и этических норм, создавая институт

общественных организаций, оказывающих решающую роль в подготовке высококвалифицированных специалистов в условиях инновационного развития отраслей и государства в целом. Однако, несмотря на все положительные моменты, потребность в таком объединении возникает на личностном уровне у каждого участника рынка в отдельности и объективно зависит только от уровня конкуренции и состояния государственного регулирования отрасли, в том числе сферы общественного питания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Фидельман, Г., Дедиков, С., Адлер, Ю. Альтернативный менеджмент. Путь к глобальной конкурентоспособности. – М.: Альпина Паблишерс, 2010. – 186 с.
2. <http://www.adv2adv.ru/projects/biznes>
3. <http://msk.catalog.horeca.ru/organizations/company/apfi/>
4. http://www.to-ural.ru/articles/show_1/
5. <http://market-pages.ru/bussines/39.html>
6. <http://www.potrebitel.net/main/news/3424>
7. Федеральный закон N 315-ФЗ от 1.12.2007 г. "О саморегулируемых организациях".

Килина И.А. кандидат психологических наук, ст. преподаватель кафедры «Технологии и организации общественного питания» ГОУ ВПО КемТИПП, тел. сот. 8-913-284-84-69.

Крапива Т.В. ст. преподаватель кафедры «Технологии и организации общественного питания», аспирант ГОУ ВПО КемТИПП, тел. сот. 8-913-300-06-94.

Кокряцкая Н.С. магистрант кафедры «Технологии и организации общественного питания» ГОУ ВПО КемТИПП, тел. сот. 8-908-941-66-80.