

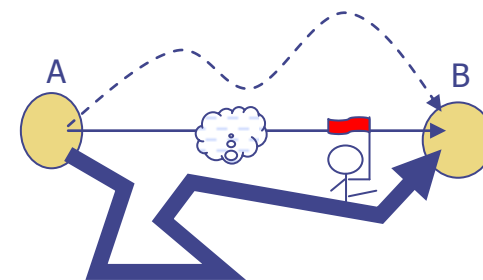
«ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ САМОРЕГУЛИРУЕМОЙ ОРГАНИЗАЦИИ»

(в контексте требований федерального законодательства)

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Саморегулируемая организация – некоммерческая организация, созданная в целях саморегулирования, основанная на членстве, объединяющая субъекты предпринимательской деятельности исходя из единства отрасли производства товаров (работ, услуг) или рынка произведенных товаров (работ, услуг) либо объединяющие субъектов профессиональной деятельности определенного вида.

Саморегулирование – самостоятельная и инициативная деятельность, которая осуществляется субъектами предпринимательской или профессиональной деятельности и содержанием которой являются разработка и установление стандартов и правил указанной деятельности, а также контроль за соблюдением требований указанных стандартов и правил.



СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ ?

Системный подход предполагает, что для обеспечения успешной деятельности компании и ее стабильного развития руководитель должен оценивать и принимать во внимание большое количество факторов, связанных как напрямую с деятельностью организации, так и с деятельностью ее бизнес-окружения. Компании надо уметь встраиваться в нужные для нее инфраструктуры рынка. Одной из таких структур являются саморегулируемые организации (далее СРО).

ЧТО ТАКОЕ САМОРЕГУЛИРУЕМАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ?

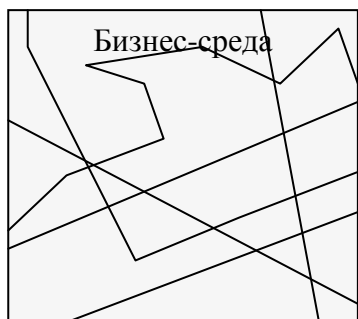
Современный бизнес уже не может себе позволить такой роскоши, как безудержная конкуренция. Конкуренция рождается тогда, когда бизнес становится пассивным в определении и предугадывании потребностей клиента. Сейчас пришло время единения. Не безудержного братания и всеобщей любви, а именно единения. Это значит:

- четкое определение своих интересов и целей;
- структурирование бизнеса и действия по его продвижению;
- формулирование своих ценностей и поиск людей, которые их разделяют и вписываются в структуру Вашего бизнеса;
- создание альянсов с ними для совместного развития.

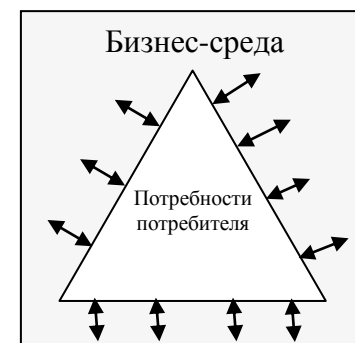
Люди всегда объединялись, чтобы снизить свои накладные расходы за счет общего труда во имя удовлетворения общей для всех потребностей. Будь то охота на мамонта или сбор ягод (потребность в еде), строительство дома (потребность в жилище и безопасности) или

создание крупного холдинга (потребность в самореализации). Мотивы этих объединений были самые разные. Принцип же объединения всегда оставался одним и тем же: развить общность для удовлетворения своих потребностей путем подбора участников и создания (понимания) условий развития.

Закон роста энтропии неумолим. Бизнес-среда — совокупность условий и участников бизнеса (государство, предприятия, общество, люди), необходимых для развития бизнеса через удовлетворение потребностей потребителей — по определению не способствует процветанию Вашего бизнеса. Но у неё можно получить нужные ресурсы. А можно эти ресурсы и утратить...



Бизнес-среда неоднородна и противоречива. Можно, например, создавать вокруг себя и своего бизнеса «защитную» среду, увеличивать транзакционные затраты и быть готовым, что все это обрушится в одночасье, когда затраты на защиту бизнеса будут съедать всю Вашу прибыль. Мы это уже прошли в 1992-94 годах. Тогда российский бизнес был молод и не было понимания, что деньги на транзакции можно превращать из затрат в прибыль. Надо было пройти через дефолт, чтобы освоить на практике простые истины — инвестиции в бизнес-среду не просто защита бизнеса. Это выгодный способ извлекать сверхприбыль и обеспечивать будущее себе и своему бизнесу. Что сейчас, в период кризиса, жизненно Важно. Локальные объединения бизнесменов в бизнес-сообщества — это способ не просто выживания, а процветания и полноценной жизни.



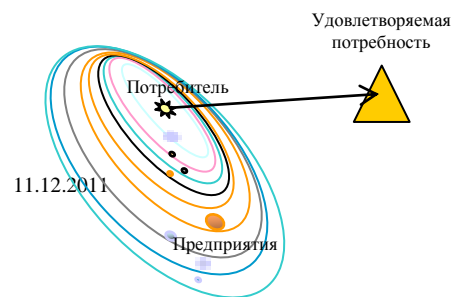
Центрами кристаллизации, формирования бизнес-среды всегда являются потребители, точнее их конкретные потребности. Это уже аксиома. Принцип активных продаж - когда бизнес начинает общаться со своими клиентами как с партнерами — вот основа объединения бизнесменов в бизнес-сообщества.

Экономической основой объединения является принцип снижения издержек за счет кооперации. При грамотном подходе объединение усилий, ресурсов и компетенций создает синергетический эффект, называемый предпринимательской рентой или сверхприбылью. Инструмент извлечения сверхприбыли — бизнес-сообщество. Для сверхприбыли для каждого предприятия — члена бизнес-сообщества — определяется его способностью «вписаться» в общую структуру бизнес-сообщества.

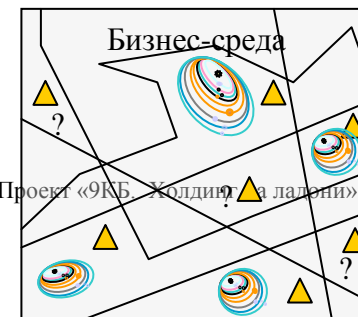
Структурной основой объединения являются различные организационные формы управления. От договоров о совместной деятельности до корпоративного управления и некоммерческих организаций. Это классика менеджмента.

Что касается СРО — то это хороший пример внешне структурированного бизнес-сообщества.

Правовой основой объединения могут служить Гражданский Кодекс РФ, ФЗ от 01.12.2007 г. № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях», ФЗ от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», а так же ряд других нормативно-правовых актов.



Комментарий. По природе и по сути своей каждое бизнес-сообщество — это группа предпринимателей, которые объединены общим интересом в сохранении прибыли, в ее увеличении за счет снижения издержек, экспансии на другие территории и организации бизнеса и, прежде всего, обеспечения удовлетворения и развития потребностей своего



потребителя. Бизнес-сообщества перманентно присутствуют в бизнес-среде. Они – основа её структуры. При этом предприятия, входящие в бизнес-сообщества зачастую даже не подозревают об этом и предпринимают титанические усилия на продвижение и рекламу своей продукции среди потребителей. Хотя можно обойтись гораздо меньшими ресурсами если осознанно подойти к анализу окружающей бизнес-среды. Надо понимать, в каких бизнес-сообществах находится Ваше предприятие, где оно лидирует, а где выполняет роль сателлита. Это помогает оптимизировать затраты при достижении финансовых целей, но сам анализ этих возможностей не прост и требует не только затрат, но и наличия подготовленных специалистов. Для малых и средних предприятий это может стать проблемой. В СРО такая проблема должна отсутствовать по определению, т.к. сама структура СРО направлена на помощь своим членам получать предпринимательскую ренту в обмен на членские взносы.

Структурированное бизнес-сообщество, в частности СРО, позволяет минимизировать издержки участников процесса удовлетворения какой-либо потребности. Деньги зарабатываются только конкретными бизнес-единицами - предприятиями. Бизнес-сообщества деньги не зарабатывают. Они позволяют их только экономить и делать короче путь от потребителя к конкретному предприятию. Происходит это за счет более четкого понимания и полноценной эксплуатации компетенций каждого предприятия при удовлетворении потребности потребителя, вокруг которой сформировано бизнес-сообщество.

Немного теории для понимания механизмов извлечения сверхприбыли. Деловые связи и взаимодействие бизнесов уже более 30 лет являются предметом многих научных исследований. В современном деловом мире выделяют три чистых типа бизнес-сообществ. И российский бизнес здесь не является исключением.

Базовый тип бизнес-сообществ – бизнес-сообщества цепочек товарно-денежных отношений. Их задача – удовлетворить текущие потребности потребителя.

Пример. Компания «Пепси-Кола» удовлетворяет базовую и беспроектную потребность человека в жажде. При этом она формирует вокруг себя цепочки поставок сырья, тары и упаковки, с одной стороны, и сеть распространения продукции, с другой стороны. С одной стороны, она экономит на стандартизации поставок, с другой стороны, она имеет сверхприбыль за счет стабильности качества своей продукции у своего потребителя.

Бизнес-сообщества второго типа – это бизнес-сообщества технологической кооперации. Их задача – совершенствовать потребности потребителей за счет повышения качества и ассортимента продуктов и услуг, создаваемых бизнес-сообществами первого типа.

Пример. Компания «Хаски» поставяет оборудование для пластиковой тары таким компаниям, как «Песи-кола», «Кока-кола», «Хайнекен», «Балтика» и т.д. Она формирует у потребителя напитков все более совершенные стандарты потребления. Она обеспечивает производителей напитков оборудованием, технологиями и обучением кадров. Она зарабатывает на распространении своих технологий на все более широкий спектр бизнес-сообществ первого типа. Хотя, казалось бы, всего лишь совершенствуют потребность потребителя в еде.

Бизнес-сообщества третьего типа – это бизнес – сообщества управленческой кооперации. Их задача – скоординировать усилия компаний – членов бизнес-сообществ первого и второго типа. Обычно эту функцию выполняют университеты или ассоциации бизнеса, дающие возможность всем участникам бизнеса разговаривать на едином языке и использовать современные инструменты управления.

Деньги зарабатываются только при наличии у Ваших бизнес-сообществ элементов первого и второго типа бизнес-сообществ. Наличие элементов третьего типа - обеспечивает устойчивость бизнес-сообществ. СРО как раз и должно являть собой пример универсального бизнес-сообщества.

Основная выгода здесь на снижении издержек за счет налаженных и тесных взаимосвязей с партнерами в своих бизнес-сообществах (СРО). Так, в частности, по оценкам редактора журнала «Банки и риски» это позволяет западным компаниям экономить до 4% средств на инвестициях в странах с развивающейся экономикой.

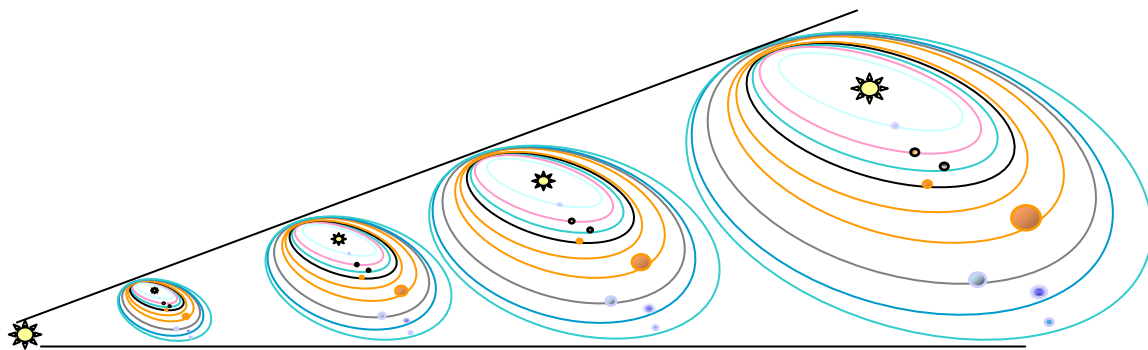
В условиях стагнации рынка и снижения норм прибыли шансы бизнеса, который не готов к снижению своих издержек, очень невелики. Такой бизнес либо скупают крупные инвесторы, либо он разваливается на мелкие предприятия и теряет деньги. Но есть и другой шанс – грамотный выбор и участие в СРО, но именно грамотное, т.к. не СРО – СРО рознь.

ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ ?

Собственно удовлетворением конкретных потребностей занимаются конкретные предприятия. Чтобы получить свою предпринимательскую ренту, сверхприбыль за счет грамотной организации бизнеса, предпринимателю необходимо каждодневно и ежечасно:

- мониторить своих стейкхолдеров и выстраивать с ними стабильные и сбалансированные взаимоотношения;
- выстраивать и поддерживать систему сбалансированного управления сферами менеджмента своего бизнеса;
- грамотно и главное осознанно «вписываться» в нужные бизнес-сообщества (СРО).

При том еще необходимо постоянно отслеживать и стараться качественно удовлетворять потребности клиента и заработать при том хорошую прибыль сложно – слишком большие издержки если работать в одиночку.



Мы предлагаем формировать бизнес-сообщества, в частности в форме СРО, и грамотно строить систему управления ими.

Для того, чтобы предприятия зарабатывали деньги, бизнес-сообщество должно не просто существовать. Оно должно развиваться. И СРО без атрибутов бизнес-сообщества это просто юридическое лицо, полезность которого для его членов весьма сомнительна.

Основа развития СРО как бизнес-сообществ – их правильное построение. Для понимания, с

чем это «едят», дадим немного теории. Независимо от типа, бизнес-сообщества регулируются одинаковыми институтами управления. Основными институтами являются:

1. Центр стратегического и тактического управления – с него начинается формирование бизнес-сообщества, он координирует его деятельность, на нем принимаются решения о составе бизнес-сообщества и стратегии его развития. При нем возможно создание центра деловой активности – клуба. Работу клуба организует лидер бизнес-сообщества.

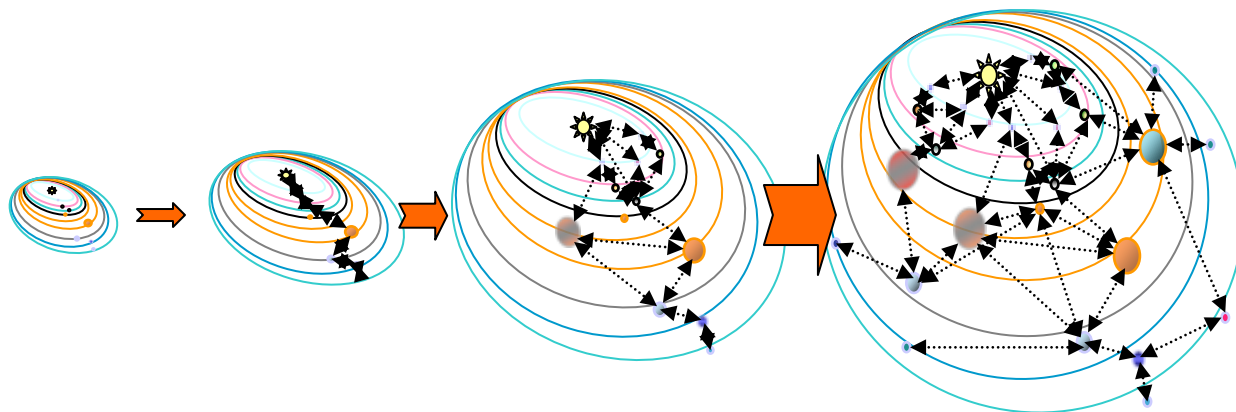
2. Центр подготовки и аутсорсинга персонала (кадровый центр) – его цель распространение компетенций внутри бизнес-сообщества.

3. Центр исследования и разработок (R&D-центр) – его задача прогнозировать, а зачастую и предугадывать развитие потребностей клиентов.

4. Центр стандартизации и аудита – его задача обеспечить слаженную кооперацию и сократить путь предприятия к конкретному потребителю.

5. Центр PR, рекламы и социального продвижения – его задача формировать потребности потребителя, обозначать сферу интересов предприятий бизнес-сообщества и создавать вокруг них позитивной среды.

В результате правильного применения институтов Вы получаете не только количественный рост бизнес-сообщества, но и существенное изменение его качественной структуры: наряду с увеличением количества его членов, их четкой сегментацией и позиционированием, происходит существенное усложнение структуры связей между ними. Это повышает устойчивость и стабильность как самого бизнес-сообщества, так и каждого предприятия бизнес-сообщества по отдельности.



По мере развития бизнес-сообщества и укрепления связи между предприятиями улучшается понимание потребности потребителя бизнес-сообщества, происходит дележка рынка этой потребности, предприятия бизнес-сообщества начинают более четко позиционироваться в цепочке добавленной ценности и прибыльности, они начинают более эффективно использовать свои ключевые компетенции. Они начинают получать прибыль адекватно своему вкладу в удовлетворении потребности. Эта прибыль увеличивается по мере развития бизнес-сообщества.

Возникает вполне закономерный вопрос: а кто же заведует всеми этими замечательными институтами регулирования бизнес-сообщества? Кто несет на себе их издержки? Ответ кроется в самой природе бизнес-сообщества - эти институты регулирования бизнес-сообщества по сути своей обычно в «чистом виде» выражены только в хорошо структурированных, сформировавшихся бизнес-сообществах. На ранних стадиях формирования бизнес-сообществ функционал этих институтов распределен между предприятиями бизнес-сообщества. И

начальные затраты по их формированию инициативно берет на себя та компания, которая обладает компетенциями по превращению результатов их деятельности в свою прибыль. И СРО здесь ничем не отличается. Инициатива по созданию СРО подкрепляется ресурсами по его регистрации – а это целый комплекс работ, которые изначально оплачиваются самими инициаторами в расчете на окупаемость этих инвестиций в ходе деятельности СРО. Окупаемости как в прямом виде, за счет членских взносов и продажи лицензий, так и в косвенном, за счет усиления собственных рыночных позиций. И второй фактор наиболее интересен, т.к. его экономический потенциал в наших условиях велик. Вопрос только в том, что конкуренция тоже высока и в рыночном марафоне выиграет тот, кто сможет сделать три дела:

- собрать «под крыло» своего СРО больше компаний;
- расчистить им «поляну» на рынке;
- удерживать разбухающую структуру от «бузы».

А для этого надо всего лишь:

- заинтересовать компании в сотрудничестве с СРО, показав на деле, что данное СРО лучше управляется, воспроизводит коммерческий потенциал, учитывает интересы своих членов, умеет «обскакать» другие СРО, что им руководят грамотные и дальновидные хозяйственники, которые вышколили слаженную команду исполнителей;

- показать в жизни, что инструменты регулирования СРО, его стандарты, его бренд, можно применять для успеха бизнеса его членов. Что СРО не надеется только на конкурентные преимущества его членов за счет качества и технологий, но и реально ставит рыночные барьеры для других игроков рынка. Т.е. руководство СРО умеет эти барьеры делать действительно барьерами.

- четко наладить делопроизводство в СРО – от работы с заявлениями до внешнего аудита. Сбалансировать сферы компетенций компаний-членов СРО и профиль рыночного спроса. Т.е. мониторить как рынок, так и деятельность компаний, строить прогнозные модели, отрабатывать с компаниями стратегемы, строить сквозную процессную архитектуру всей деятельности, нести «разумное, доброе, вечное» в строгой функциональной структуре непрерывно и постоянно.

Задача не простая, но при системном подходе – решаемая с высоким экономическим эффектом.

СРО должно жить за счет помощи компаниям, а не за счет них, тогда СРО будет жить. Экономическая модель СРО в обмене организационных знаний и возможностей на плату за их получение. Условием, а я бы сказал привилегией, за право дать плату, является членство в СРО. Для этого руководству СРО нужно научить руководителей компаний совместно управлять совместным развитием. Просто «сожительствовать» невыгодно – надо вместе работать, т.е. вместе грамотно делать деньги. А этому надо научиться...

ЧТО НАДО ДЕЛАТЬ ДЛЯ СОЗДАНИЯ СВОЕГО СРО ?

Чтобы экономический эффект от создания СРО оправдал затраты не его создание и Ваша компания стала получать дополнительную прибыль, целесообразно соблюдать следующую последовательность действий:

1. Определить проблемы «сейчас» и выгоды «в будущем» при создании СРО

- 1.1. Определить проблемы, с которыми сталкивается компания
- 1.2. Определить, какие выгоды должна приобрести компания, если решит эти проблемы
- 1.3. Варианты решения проблем как в одиночку, так и с помощью возможностей, открывающихся в рамках СРО
- 1.4. Ранжирование проблем «сейчас»
- 1.5. Ранжирование выгод «в будущем»
- 1.6. Расстановка приоритетов «проблема-выгода» по значимости для компании
- 1.7. Определение основных функций институтов регулирования СРО, выполняя которые СРО решит проблемы «сейчас» и Вы получите бонусы для Вашей компании в виде выгод «в будущем» (в контексте п.п.1 и 3-7 ст.6, ст.10, ст.15, ст.16, п.2 ст.24 ФЗ 315-Ф)

2. Поиск возможных партнеров по созданию СРО

- 2.1. Анализ ближайшего окружения Вас и Вашей компании (формирование предварительных списков)
- 2.2. Привязка кандидатов к функционалу СРО
- 2.3. Определение, кто является потребителем продукции компании «сейчас»
- 2.4. Определить, какие потребности Вы собираетесь «в будущем» после создания СРО
- 2.5. Определение нового «поля прибыли» для всех участников СРО
- 2.6. Анализ нового потребителя (взгляд на него с позиции СРО как бизнес-сообщества, а не отдельных компаний)

3. Распределение партнеров по институтам саморегулирования СРО

- 3.1. Предварительное определение состава институтов
- 3.2. Предварительное описание каждого института
- 3.3. Подготовка и проведение общего собрания потенциальных членов СРО с презентацией и обсуждением: структуры СРО, прибыли и выгод, которые оно даст ВСЕМ участникам, функционала СРО, институтов регулирования СРО и их функционала в СРО, описание нового потребителя и «поля прибыли».
- 3.4. Формирование центра стратегического управления из членов будущего СРО (коллегиальный орган)
 - 3.4.1. Обучение представителей компаний-участников института регулирования СРО – центра стратегического управления – тому, что они должны будут делать в рамках этого института для грамотного (прибыльного) управления СРО
 - 3.4.2. Создание методик и шаблонов работы института регулирования СРО - центра стратегического управления.
- 3.5. Формирование всех других институтов регулирования СРО из членов будущего СРО, включая исполнительный орган
 - 3.5.1. Обучение представителей компаний-участников всех других институтов регулирования СРО тому, что они должны будут делать в рамках этого института для грамотного (прибыльного) управления СРО
 - 3.5.2. Создание методик и шаблонов работы институтов регулирования СРО.

4. Юридическое оформление бизнес-сообщества

5. Работа СРО

5.1. Решение заявленных проблем «сейчас»

5.2. Достижение заявленных целей «в будущем»

5.3. Получение своей дополнительной прибыли за счет четкой работы институтов регулирования бизнес-сообществ.

6. Развитие компетенций СРО как полноценного бизнес-сообщества

http://www.ismss.ru/index.php?page=edu_19

http://www.ismss.ru/index.php?page=edu_22

http://www.ismss.ru/index.php?page=edu_05

В жизни соблюсти все правила сложно. Но надо. А то добавится еще один «организационный» труп...
Если у Вас уже создано СРО, сравните Ваши действия с рекомендуемыми. Посмотрите, что Вы упустили и наверстайте упущенное.

ЧТО МЫ ПРЕДЛАГАЕМ?

Мы готовы сопровождать Вас на всем пути создания и работы СРО или оказывать разовые услуги:

Предлагаемые отдельные мероприятия по формированию институтов регулирования бизнес-сообщества		Примечания
1	Первичная консультация (собеседование с первым лицом компании)	
2	Анализ деятельности компании и её окружения на предмет наличия и сформированности бизнес-сообществ.	http://www.ismss.ru/index.php?page=edu_22
3	Оценка наличия и степени сформированности институтов регулирования бизнес-сообществ	
4	Комплексный анализ деятельности компании-лидера бизнес-сообщества: - анализ сбалансированности сфер управления компанией; - анализ стекхолдеров компании - анализ ключевых бизнес-сообществ - анализ параметров бизнес-среды регион	
5	Подготовка концепции будущего СРО	http://www.ismss.ru/index.php?page=edu_19

Предлагаемые отдельные мероприятия по формированию институтов регулирования бизнес-сообщества		Примечания
6	Помощь по организации юридического оформление СРО	
7	Помощь в разработке стандартов и правил предпринимательской или профессиональной деятельности бизнес-сообщества (В контексте пункта 4 статьи 3 ФЗ «О саморегулируемых организациях» от 01.12.2007г N 315-ФЗ)	
8	Помощь по созданию органа осуществляющего контроль за соблюдением членами саморегулируемой организации требований стандартов и правил саморегулируемой организации (центра стандартизации и аудита) (В соответствии с пунктом 1 статьи 19 и пунктом 1 статьи 22 ФЗ «О саморегулируемых организациях»).	
9	Помощь в разработке положения и регламентов по рассмотрению дел о применении в отношении членов саморегулируемой организации мер дисциплинарного воздействия (В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О саморегулируемых организациях»).	
10	Помощь в создании органа по рассмотрению дел о применении в отношении членов саморегулируемой организации мер дисциплинарного воздействия за соблюдением членами саморегулируемой организации требований стандартов и правил саморегулируемой организации бизнес-сообщества (дисциплинарной комиссии) (В соответствии с пунктом 1 статьи 19 ФЗ «О саморегулируемых организациях» от 01.12.2007г N 315-ФЗ.)	
11	Помощь в подготовке документов для включения саморегулируемой организации в государственный реестр в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 29.09.2008г N 724.	
12	Помощь по созданию центра исследований и разработок СРО (В соответствии с пунктом 2 статьи 19 ФЗ «О саморегулируемых организациях»)	
13	Создание центра стандартизации подготовки и аутсорсинга персонала (кадрового центра) (В соответствии с пунктом 2 статьи 21 и пунктом 1 статьи 6 ФЗ «О саморегулируемых организациях»)	http://www.ismss.ru/index.php?page=edu_14 http://www.ismss.ru/index.php?page=edu_06
14	Разработка положения о третейском суде и регламентов по рассмотрению дел в третейском суде саморегулируемой организации (В соответствии с пункт 1 статьи 6 ФЗ «О саморегулируемых организациях»)	
15	Оказание консультаций по созданию третейского суда саморегулируемой организации в соответствии с пунктом 1 статьи 6 ФЗ «О саморегулируемых организациях» от	

Предлагаемые отдельные мероприятия по формированию институтов регулирования бизнес-сообщества		Примечания
	01.12.2007г N 315-ФЗ.	
16	Разработка этического кодекса, правил деловой этики и социальных отчетов СРО (В соответствии с пунктом 3 и пунктом 6 статьи 4 6 ФЗ «О саморегулируемых организациях»).	http://www.ismss.ru/index.php?page=edu_12
17	Оказание помощи по проведению PR, рекламы и социального продвижения СРО, а также проведение соответствующих мероприятий (В соответствии с пунктами 1 и 3 статьи 6, пунктом 1 статьи 7 ФЗ «О саморегулируемых организациях»).	http://www.ismss.ru/index.php?page=partnership
18	Разработка системы внутреннего аудита СРО (В соответствии со статьей 9 и пунктом 1 статьи 22 ФЗ «О саморегулируемых организациях»).	http://www.ismss.ru/index.php?page=edu_09
19	Проведение подготовки персонала и внутренних аудиторов СРО, компаний - членов СРО и ассоциаций саморегулируемых организаций (В соответствии с пунктами 9 и 10 статьи 9 и пунктом 4 статьи 24 ФЗ «О саморегулируемых организациях»).	
20	Проведение аудиторов компаний-членов саморегулируемых организаций (В соответствии с пунктами 9 и 10 статьи 9 ФЗ «О саморегулируемых организациях»)	
21	Разработка требований к новым членам СРО (В соответствии с пунктом 1 статьи 6 и пунктом 7 статьи 19 ФЗ «О саморегулируемых организациях»)	
22	Ведение деятельности по формированию общественной жизни СРО (в формате клуба или конгресс-центра) и проведение отдельных мероприятий (В соответствии с пунктом 2 статьи 6 ФЗ «О саморегулируемых организациях»)	
23	Помощь по реструктуризации СРО (Например, в соответствии со статьей 24 ФЗ «О саморегулируемых организациях»)	
24	Коучинг аудиторов СРО	
25	Коучинг членов институтов регулирования СРО (органов управления и специализированных органов саморегулируемой организации)	
26	Помощь в выборе и формировании экономических рыночных барьеров для не членов СРО	http://www.ismss.ru/index.php?page=edu_05
27	Помощь в формировании маркетинговой стратегии компаний – членов СРО	http://www.ismss.ru/index.php?page=education
28	Помощь в снижении издержек компаний-членов СРО	http://www.ismss.ru/index.php?page=edu_26
29	Решение определенных технических задач для компаний-членов СРО	http://www.ismss.ru/index.php?page=consulting

Для компании, которая планирует сделать выбор по вступлению в СРО, нами разработан Проект «9КБ. СРО». Проект «9КБ. СРО» это услуга по формированию системы управления, в т.ч. общественных органов управления, саморегулируемых организаций в соответствии с ФЗ «О саморегулируемых организациях» от 01.12.2007г N 315-ФЗ.

Полезность услуги для клиента в решении организационных вопросов и устранению конфликтных ситуаций при интегрировании компаний в единую структуру СРО. (Подробнее см. ВКСП.18002-01 10 18 СРО).

Структурные этапы Проекта «9КБ. СРО» спланированы на получение экономического эффекта для компании от вхождения или создания СРО.

Основные целевые функции для клиента:

- Повышение прибыльности компании от вхождения в СРО;
- Закрепление доли рынка компании через СРО;
- Использование конкурентных барьеров СРО для продвижения компании;

Основные вспомогательные функции для клиента:

- Внедрение стандартов бизнеса СРО в компании;
- Увеличение предпринимательской ренты за счет движения в сторону монополизации рынка.

Основные ограничения:

- Размер инвестиций для вступления в СРО;
- Ограниченность времени принятия решения на вступление в СРО;
- Стоимость организационных преобразований для интеграции компании в СРО;
- Пересечение сфер регулирования с другими СРО.

Контактная информация:

- Институт стратегического управления социальными системами ГУАП - www.ismss.ru

Заместитель директора по стратегическому развитию ИнСУСС
Бойцов А.А. 8-(911)- 917-74-23

