**О влиянии СРО на формирование рынка добросовестных участников, обеспечивающих повышение качества и безопасности многоквартирных домов**

Понятие саморегулирования появилось в Древнем Риме в VI веке до нашей эры. В XII веке в Новгороде появились первые СРО. Целью всех подобных сообществ всегда было контроль и повышения качества услуг. Их объединял один простой принцип: если ты не соответствуешь требованиям бизнес-сообщества, общепринятому представлению о том, что хочет клиент и не соответствуешь требованиям клиентоориентированности, то вести этот бизнес ты не можешь.

Предпосылкой всех этих явлений является потребность упорядочения общественных отношений в сферах, не урегулированных правом.

**СРО — это способ неправового регулирования рынка**, потому что сами участники СРО сами себе его регулируют в надежде на удовлетворенность их клиентов. Основные функции всех саморегулируемых компаний определены законом, а правила, стандарты и условия членства должны быть утверждены общим собранием участников конкретно этого профессионального сообщества.

Органы же управления этого СРО должны:

1. представлять и защищать интересы членов во взаимоотношениях с властью;
2. обеспечивать информационную открытость всех членов;
3. организовывать профессиональное обучение;
4. осуществлять контроль за деятельностью, чтобы клиент был удовлетворен, а все участники такого сообщества были добросовестными.

**ЖКХ — это предпринимательская деятельность**.

Лишь небольшая составляющая ЖКХ связана с социальной частью, а именно, когда государство регулирует стоимость услуг некоторых участников услуг ЖКХ (ресурсоснабжающих предприятий) самостоятельно. Услуга управления, содержания и ремонта никак не регулируется государством юридически.

То есть ЖКХ по своей юридической и экономической модели — это бизнес.

Цель бизнеса - прибыль, цель директора — это прибыль сейчас, а вот цель собственника — это прибыль постоянно. Источник прибыли — это карман жителя, залог постоянной прибыли — это удовлетворённость жителя услугой, т.е. результат внутреннего понятия справедливости и информированности в отношении оказываемых услуг. Из чего следует, что добросовестный участник рынка — это тот, кто сделал то, что обещал за те деньги, которые получил.

В противном случае будет как, зачастую, сейчас – одни делают вид что платят, а другие делают вид что работают.

**Как реализовать подобную систему?**

На данный момент мы находимся на стадии, когда мы, как участники рынка, в состоянии определить какого качества услуга и на каких условиях она должна быть. Иногда в этих правилах много специализированной информации, и клиенту трудно в ней разобраться, но популяризация и информированность клиентов об условиях работы — это главная задача и единственный залог постоянной прибыли.

**Как осуществляется контроль за деятельностью и как СРО в состоянии формировать добросовестного участника для того, чтобы клиент был удовлетворен?**

Для этого требуется производить ряд следующих действий:

1. анализ деятельности своих членов,
2. рассмотрение жалоб на их действие/бездействие
3. применение мер дисциплинарного воздействия. Самое строгое воздействие - исключение из членов СРО.

**Как должна строиться модель саморегулирования - одно СРО на один регион или на несколько. И как пройти трансформацию из большой конкурентной и неупорядоченной среды в саморегулирование.**

Во-первых, СРО без обязательности — это профанация. Ты либо участвуешь в СРО, либо не занимаешься этим бизнесом.

Во-вторых, жилищный бизнес сильно подвержен влияниям власти внутри региона, потому что, для нас житель — это клиент, а для власти — это электорат. Любое неудовольствие жителя влияет на выбранные органы. Поэтому наша взаимосвязь с органами власти неизбежна. Влияние же органов власти в субъекте и в муниципалитете на участников рынка, в том случае, если участники невнимательно относятся к тому, что они будут утверждать на общем собрании своего СРО, может быть абсолютным — это максимальная опасность для бизнеса. Возможно, идея межрегиональных СРО, или всероссийских, более демократична и стабильна.

Но, на данный момент в государстве тренд на то, чтобы на территории субъекта за всё отвечал руководитель субъекта. Так мы можем попасть в ситуацию регулирования рынка через СРО по субъектам федерации. Если предприниматели не будут обращать внимание на то, как будут формироваться те правила рынка, которые в субъекте должны работать, то они окажутся заложниками собственного бессилия при принятии решений, так как всем будут управлять чиновники в своих интересах через органы управления или через давление на членов СРО.

Власти же необходимо конструктивно участвовать в работе СРО, так как неудовольствие жителя, получившего несоответствующие услуги ЖКХ, сильно влияет на избираемость той самой власти.

Всегда во главе угла любого бизнеса находится ценообразование. Крайне необходимо, чтобы ценообразование осуществлялось предпринимателями с реальной оценкой стоимости услуг и работ в отрасли. Но это может не соответствовать популистским интересам органов власти.

Если же, власть хочет, чтобы дома не разваливались, жители платили за реальные работы реальные деньги и отрасль не умерла, то она должна помочь в популяризации и верификации этой неприятной, но необходимой для жителей информации. Тем более, что нормативной базы для определения стоимости работ и услуг более чем достаточно.

Председатель Совета директоров

Гурылев А.Г.