

СПО

**СРЕДНЕЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ**

**РЕКОМЕНДОВАНО
ДЛЯ ТОП-50 СПО**

**УЧЕБНОЕ
ПОСОБИЕ**

И.А. Гербер

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

КНОРУС

BOOK.ru
ONLINE МАТЕРИАЛЫ



УДК 658(075.32)
ББК 65.290-5я723
Г37

Гербер, Ирина Александровна.

Г37 Экономические и правовые основы профессиональной деятельности : учебное пособие / И.А. Гербер. — Москва : КНОРУС, 2020. — 336 с. — (Среднее профессиональное образование).

ISBN 978-5-406-01289-5

Главной задачей пособия является ознакомление студентов с основами рыночной экономики организации, методами рационального использования ресурсов. В первом разделе изложены основы функционирования предприятия с учетом модернизации экономики. Во втором разделе рассматриваются различные аспекты правового обеспечения трудовых отношений.

Соответствует ФГОС СПО последнего поколения.

Рекомендовано для освоения профессий из списка ТОП-50 наиболее востребованных на рынке труда, новых и перспективных профессий.

Для студентов и преподавателей начального и среднего профессионального образования, слушателей курсов повышения квалификации и переподготовки, а также всех интересующихся проблематикой экономики производственного предприятия.

**УДК 658(075.32)
ББК 65.290-5я723**

Гербер Ирина Александровна
**ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Изд. № 556967. Формат 60×90/16. Гарнитура «Petersburg».

Усл. печ. л. 21,0. Уч.-изд. л. 17,8.

ООО «Издательство «КноРус».

117218, г. Москва, ул. Кедрова, д. 14, корп. 2.

Тел.: +7 (495) 741-46-28.

E-mail: welcome@knorus.ru www.knorus.ru

Отпечатано в АО «Т8 Издательские Технологии».

109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5.

Тел.: +7 (495) 221-89-80.

ISBN 978-5-406-01289-5

© Гербер И.А., 2020

© ООО «Издательство «КноРус», 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	4
Раздел 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	6
Тема 1.1. КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	6
Тема 1.2. ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	53
Тема 1.3. УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ. ПОНЯТИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	67
Тема 1.4. МАРКЕТИНГ	72
Раздел 2. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	77
Тема 2.1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ТРУДОВОГО ПРАВА	77
Тема 2.2. ТРУДОВОЙ ДОГОВОР	87
Тема 2.3. РАБОЧЕЕ ВРЕМЯ И ВРЕМЯ ОТДЫХА	118
Тема 2.4. ВРЕМЯ ОТДЫХА	146
Тема 2.5. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ОПЛАТЫ ТРУДА	157
Тема 2.6. МАТЕРИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ РАБОТНИКА И РАБОТОДАТЕЛЯ	200
Тема 2.7. ДИСЦИПЛИНА ТРУДА	203
Тема 2.8. ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ТРУДА ЖЕНЩИН И МОЛОДЕЖИ	215
Тема 2.9. ОХРАНА ТРУДА	243
Тема 2.10. ЗАЩИТА РАБОТНИКОМ ТРУДОВЫХ ПРАВ И СВОБОД	248
Литература	264
Приложения	270

ВВЕДЕНИЕ

Предметом изучения курса «Экономические и правовые основы производственной деятельности» являются процессы и явления, возникающие при осуществлении хозяйственной деятельности предприятий и организаций. Это процессы производства продукции, ее распределения и обмена на рынке, расчеты с поставщиками и покупателями, взаимоотношения с государством и банками, финансирование и наем рабочей силы, маркетинг и управление.

Целью освоения дисциплины является изучение теории и практики хозяйственной деятельности предприятий, их взаимодействия с другими участниками экономического процесса.

Основными задачами освоения дисциплины являются изучение:

- функций и целей предприятия как первичного звена национальной экономики;
- современных методов хозяйствования на предприятиях;
- процессов функционирования предприятий;
- ресурсов и факторов производства, методов оценки эффективности их использования;
- формирования и оценки результатов деятельности предприятий;
- факторов развития предприятия.

Дисциплина «Экономические и правовые основы производственной деятельности» является общественной наукой и изучает производственные отношения в тесной связи с производительными силами общества. Она активно взаимодействует с естественными и техническими дисциплинами, совместно с другими гуманитарными науками описывает человека и общество. Дисциплина помогает понимать окружающую хозяйственную жизнь, оценивать пользу от одних экономических явлений и вред от других, учит новым способам познания экономических явлений. Она, наконец, позволяет предвидеть некоторые последствия наших практических действий, а предвидение способствует разумному действию, дает ключ к решению многих социально-экономических и политических проблем.

Освоение дисциплины ориентировано на формирование у студента экономического и правового мировоззрения, предпринимательского типа мышления, повышение производственной мобильности работника. Все более востребованными становятся выпускники учебных

заведений, способные эффективно работать в новых динамически изменяющихся социально-экономических условиях.

Освоение дисциплины тесно связано с профессиональными предметами, практикой на производстве и написанием дипломной работы.

Рекомендуемый список литературы приведен в приложении 1.

РАЗДЕЛ 1

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ТЕМА 1.1

КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

ПОНЯТИЕ ОТРАСЛИ И ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Отрасль общественного питания — это совокупность предприятий, занимающихся производством, реализацией и организацией потребления кулинарной продукции.

Предприятие общественного питания — это объект хозяйственной деятельности, предназначенный для изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации продукции общественного питания и покупных товаров (в том числе пищевых продуктов промышленного изготовления) как на месте изготовления, так и вне его по заказам, а также для оказания разнообразных дополнительных услуг, в том числе по организации досуга потребителей [5].

СТРУКТУРА ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Пищевая промышленность — одна из важнейших составляющих агропромышленного комплекса страны, в том числе продовольственного.

В состав пищевой промышленности входит свыше двух десятков отраслей. При таком многообразии объединяющими признаками являются сельскохозяйственное сырье, технологические процессы переработки, оборудование для приготовления пищи и назначение продукции.

Однако если одни отрасли заняты производством готовых пищевых продуктов, непосредственно потребляемых населением, то другие, например мукомольная, маслособойная и т.д., производят изделия, которые подвергаются дальнейшей переработке и одновременно представляют собой пищевые продукты.

Пищевая промышленность включает в себя следующие отрасли:

- 1) мясомолочная, в которую входят мясная, подотрасль колбасного производства, молочная, маслосырдельная, подотрасли мясных и молочных консервов;
- 2) пищевкусовая, которая, в свою очередь, состоит из сахарной, хлебопекарной, кондитерской, масложировой, макаронной, спиртовой, винодельческой, ликеро-водочной, поваренной, безалкогольных напитков, дрожжевой, крахмало-паточной, соляной, производства плодово-овощных консервов, табачной, чайной, производства пищевых концентратов;
- 3) рыбная, включающая производство рыбных консервантов, копчение рыбы (горячее и холодное), заморозку, приготовление рыбьего жира и рыбьей муки и др.

Для пищевой промышленности характерны связи с сельским хозяйством, химической промышленностью, машиностроением. Вместе с тем эта отрасль в значительной мере обеспечивает население продуктами питания, приготовленными из сельскохозяйственного сырья [96, с. 246-247].

ОСОБЕННОСТИ ОТРАСЛИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Общественное питание представляет собой отрасль народного хозяйства, основу которого составляют предприятия, выпускающие кулинарную продукцию, характеризующиеся единством форм организаций производства и обслуживания потребителей и различающиеся по типам, специализации, наценочным категориям.

Специфика отрасли заключается в максимальном обеспечении услугами предприятий общественного питания различных групп населения, что достигается при максимальном приближении предприятий непосредственно к потребителям.

Особенность деятельности предприятий общественного питания заключается в том, что процессы производства, реализации и организации потребления органически связаны и, как правило, совпадают во времени. Именно в единстве производства и организации потребления заключается специфическая особенность общественного питания, его функциональная цель.

При этом предприятия общественного питания должны решать главную задачу — наиболее полно удовлетворить потребности населения в продуктах питания в соответствии с требованиями научно обоснованного сбалансированного питания.

Различие между розничной торговлей продовольственными товарами и общественным питанием состоит в том, что торговля осуществляет продажу продуктов и товаров, а общественное питание организует их потребление.

Предприятия общественного питания в силу специфики реализуемой продукции, как правило, имеют дело с непосредственными потребителями (за исключением отдельных случаев продажи обедов на дом). Магазины (отделы) кулинарии выполняют функции, аналогичные функциям предприятий торговли.

Отличительной особенностью общественного питания является сочетание в нем функций производства и потребления. Торгово-производственная деятельность предприятий общественного питания имеет следующие особенности:

- неравномерная загрузка производства, обусловленная потоком потребителей;
- режим работы предприятий, во многом зависящий от особенностей обслуживаемого контингента;
- наличие широкого ассортимента готовой кулинарной продукции для полного удовлетворения спроса отдельных потребителей;
- производство в основном скоропортящейся продукции, небольшая продолжительность между изготовлением и реализацией продукции;
- влияние сезонных факторов, обуславливающих ассортимент продукции;
- необходимость строгого соблюдения санитарно-гигиенических норм и правил [88, с. 6].

Некоторые особенности работы предприятий носят временной характер. Одно из основных правил, которое следует соблюдать при составлении меню порционных блюд, — разнообразие закусок, блюд, кулинарных изделий как по видам сырья и продуктов, из которых они приготовлены, так и по способам кулинарной обработки. Необходимо чередование блюд по дням недели, одно и то же обеденное блюдо не следует включать в меню ежедневно. Неравномерность работы отдельных цехов может быть устранена за счет выпуска других кулинарных изделий и полуфабрикатов в часы минимальной загрузки.

МЕСТО ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В СТРУКТУРЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Общественное питание относится к производственной сфере национальной экономики и является динамично развивающейся отраслью. В связи с тем, что она затрагивает интересы практически всего населения (как населения, проживающего на данной территории, так и приезжих), общественное питание быстро реагирует на потребности рынка.

Поскольку предприятия общественного питания играют важную роль в удовлетворении потребностей населения, в системе инфраструктуры национальной экономики они рассматриваются как общественно-организованная форма удовлетворения потребностей людей в готовой пище.

Общественное питание является отраслью социальной сферы, качество функционирования которой во многом определяет не только уровень удовлетворенного спроса потребителя, но и характер решения многих социальных проблем в рамках социальной политики государства.

Общественное питание является важным структурным элементом социальной инфраструктуры, роль общественного питания достаточно значима, оно ориентировано на выполнение главных функций социальной инфраструктуры — обеспечение нормальной жизнедеятельности человека и создание комплекса условий для развития экономики.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Российский рынок общественного питания пока не развит так сильно, как в США и Европе (например, в США доля затрат на питание вне дома в общих затратах на питания составляет 48%, а в России — только 11%). В России насчитывается около 88 тыс. кафе, ресторанов и других предприятий общественного питания, в то время как общее количество сетевых ресторанов равно около 11 тыс. Около половины из них находятся в крупнейших городах России — Москве и Санкт-Петербурге. По исследованиям РБК, около 29% рынка общественного питания РФ занято сегментом быстрого питания (фастфуда), более 25% рынка представлено предприятиями так называемой уличной еды, доля ресторанов составляет 19%, доля кофеен и кафе-кондитерских — 14%, около 7% предприятий производят «еду навынос», 6% представлены ресторанами fast casual [75].

Таблица 1.1

Производство важнейших видов продукции пищевой промышленности за 2015 и 2016 гг. [56]

Продукция	2015 г., т	2016 г., т	Динамика, 2016 г. к 2015 г., т	Динамика, 2016 г. к 2015 г., %
Кондитерские изделия	3 475 800	3 553 000	77 200	102,2
Печенье, пряники и вафли	1 375 200	1 411 500	36 300	102,6
Хлеб и хлебобулочные изделия	6 818 900	6 644 400	174 500	97,4

Предприятия сегмента быстрого питания — это предприятия с самообслуживанием, небольшим средним чеком (до 250 руб.), небольшим временем приема и исполнения и заказа.

В более обобщенном плане можно сказать, что возникновение и развитие системы быстрого питания явилось своеобразным ответом на ускорение ритма жизни населения и поиски таких форм обслуживания, которые соответствовали бы нынешним реалиям трудовой и общественной жизни. Одной из основных тенденций на рынке общественного питания России является наличие крупных иностранных сетевых предприятий, а именно McDonald's, Subway, Burger King, KFC, Pizza Hut, Cinnabon, Starbucks. Быстро развиваются и российские сети общественного питания, такие как «Пельменная дюжина», «Шоколадница», «Кофе Хауз», «Блинофф», «Планета Суши», «Крошка-картошка» и др. Эти заведения популярны ассортиментом блюд и доступными ценами. Вместе с тем хочется отметить, что официальные статистические данные об инвестициях в сетевые предприятия питания не публикуются, точнее, они публикуются только в общей массе с отраслями торговли или туризма, чего недостаточно для проведения объективного анализа развития рынка общественного питания в России [51; 52]. Толчком для развития данного сегмента рынка стало развитие франчайзинга. Предприниматели зачастую не рискуют открывать свое собственное предприятие, они предпочитают купить франшизу и работать с уже известной компанией. Клиенты также предпочитают посещать знакомые сетевые заведения, так как им хорошо известны бренд и репутация заведения. Кроме того, сетевые рестораны быстрого питания используют продукты местных производителей (около 70-85%). Ярким примером является McDonald's (около 450 предприятий в РФ), который закупает 85% продуктов у местных производителей.

Сейчас в России становятся все более популярными следующие виды питания.

Фуд-корт — комплекс нескольких сетей быстрого питания в одном месте (в «ресторанном двореке»). Чаще всего такой «дворик» организуется в больших торговых центрах или в развлекательных комплексах.

Drive-through (англ.: оборудованный для наблюдения из автомобиля) — обслуживание посетителей в автомашине, когда клиенту не нужно выходить из автомобиля, используются автокассы. Это быстро, просто и удобно, особенно для больших городов. Такое обслуживание используется в ресторанах фастфуда.

Кейтеринг — обслуживание на выезде, которое сейчас быстро набирает популярность. Кейтеринг сконцентрирован преимущественно в Москве и Санкт-Петербурге, на эти два города приходится более 80% от общего объема рынка кейтеринга в России.

Street food («уличное питание») — рестораны быстрого обслуживания, специализирующиеся на монопродукте с зоной питания, расположенной на улице, или без таковой. Средний чек — 70–150 руб.

Fast food («быстрая еда») — предприятия быстрого обслуживания, в которых покупатель делает заказ, оплачивает его и затем получает заказанное. Средний чек — 100-250 руб. Предприятия данного формата также специализируются на монопродукте, а также предлагают своим клиентам сезонные меню, новинки и др. Высокая оборачиваемость столиков в данном формате заведения — основной показатель эффективности, поэтому рестораны должны находиться в высокопроходимых местах. Главное правило работы такого предприятия общественного питания — как можно скорее «вытолкнуть» человека и принять другого.

Fast casual (англ.: быстро и демократично) — нечто среднее между ресторанами фастфуда и демократичными ресторанами. Данный формат является наиболее перспективным сейчас как в Европе, так и в России. Fast casual является быстро растущим сегментом в индустрии общественного питания. Главное достоинство формата — возможность в одном заведении за сравнительно небольшую цену (средний чек — 250–400 руб.) получить услугу питания (поесть) и дополнительные услуги (провести время). Ресторан из данного сегмента стремится к быстрому обслуживанию клиента, при этом создавая комфортные условия для проведения времени [53].

К перспективным тенденциям развития общественного питания в нашей стране можно отнести следующие: предоставление услуги Wi-Fi, разработка специальных приложений (они позволяют найти ресторан, забронировать столик, ознакомиться с меню, узнать отзывы клиентов и проч.), предоставление возможности безналичной оплаты, использования различных скидочных и бонусных карт. Для привлечения клиентов предприятия часто расширяют ассортимент предоставляемых

услуг: доставка еды, кейтеринг, проведение кулинарных курсов для взрослых и детей, развлекательных мероприятий, услуг шеф-повара и официантов на дому и многое другое. Часто можно увидеть специальные меню, предлагающие выгодные предложения в отношении завтраков и бизнес-ланчей.

Становятся очень популярными русская кухня и более простые блюда в целом. Если несколько лет назад открывалось огромное количество заведений с экзотичной кухней, то сейчас мы видим, что люди стремятся к простым блюдам. Можно сказать, что потребителя интересуют «более домашние» рестораны, рестораны национальной кухни. Тяжелее же всего приходится ресторанам из категории «выше среднего», но при этом без изюминки и с высокими ценами.

В 2015 году сектор общественного питания столкнулся с большим количеством трудностей: доходы населения падают, растет задолженность населения по кредитам, падает уровень жизни людей [51; 52]. В целом россияне стремятся экономить, не тратить много денег на еду. Значительно ухудшают сложившуюся ситуацию санкции и неопределенность будущего. Негативными факторами также являются общая неопределенность в экономике страны, ослабление курса рубля, спад покупательской способности, кризис, колебания курсов валют, а также запрет курения в ресторанах. До кризиса рестораны зарабатывали до 40% выручки на корпоративных мероприятиях, сейчас, по оценкам экспертов, данный показатель снизился до 20%. Постепенно рестораторы отказываются от состоятельных клиентов и от ресторанов самого высокого уровня и предпочитают более массовые форматы. Предприятиям общественного питания приходится бороться за выживание и за устойчивое положение на рынке. Вместе с тем кризис может стать мощным стимулом оздоровления рынка общественного питания в России, привлечения иностранного капитала и укрепления экономики в целом.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В системе общественного питания в достаточной степени развиты рыночные отношения. Это способствует формированию эффективного механизма удовлетворения потребностей населения в услугах по организации внедомашнего питания и досуга. В настоящее время предназначение предприятий общественного питания заключается в удовлетворении персонифицированных потребностей населения не только в услугах по организации питания, но и по организации его досуга и отдыха.

В связи с преобразованиями в стране изменилась сущность общественного питания. Термин «общественное питание» в большинстве случаев рассматривается как «отрасль национального хозяйства, специфический вид экономической деятельности по удовлетворению потребностей населения в сфере внедомашнего питания и организации досуга путем производства, реализации и организации потребления продукции собственного производства и покупок товаров, оказания разнообразных услуг населению с целью получения прибыли» [5]. Услуги общественного питания занимают все большую долю в отрасли. Выделение в отдельный сегмент услуг общественного питания обусловлено их значимостью для современных потребителей. Помимо организации питания, реализации продукции все большую долю в структуре функций занимают разнообразные услуги, которые являются основополагающими при выборе населением предприятий питания. По мнению ряда авторов, сущность услуги общественного питания следует понимать как «совокупность действий и/или результат деятельности предприятий и граждан предпринимателей, связанных или не связанных с продукцией общественного питания, направленных на удовлетворение потребностей населения в питании и проведении досуга и являющихся объектом купли-продажи» [51; 52]. Данными авторами также представлена наиболее полная систематизированная классификация услуг предприятий общественного питания, в основу которой положены современные требования к услугам, направленные на повышение их качества и их интенсивное развитие:

- по назначению услуги: для потребителей, поставщиков, предприятий других отраслей экономики;
- по функциональному содержанию услуги: производственные, торговые, информационно-консультативные, сервисные, досуговые;
- по вещественному содержанию: материальные, нематериальные;
- по платности: услуги, стоимость которых входит в цену заказа, услуги, предоставляемые за отдельную плату;
- по месту оказания услуги: оказываемые непосредственно на предприятии, вне предприятия;
- по частоте предоставления услуг: постоянного, сезонного характера;
- по характеру спроса на услуги: массовые, сегментные, персонализированные;
- по степени участия потребителя в процессе обслуживания: с пассивной степенью участия, с умеренной степенью участия, с активной степенью участия [74].

Общественное питание представляет собой вид деятельности, связанный с производством, переработкой, реализацией и организацией потребления продуктов питания, оказанием услуг населению. Оно играет важную роль в обществе. Широкая сеть столовых, кафе, закусочных, ресторанов, использующих современное оборудование и применяющих научно обоснованную технологию приготовления блюд, обеспечивает население разнообразной пищей с учетом рода занятий, возраста и состояния здоровья. Особое социально-экономическое значение имеет организация общественного питания по месту работы граждан, в учебных, детских и лечебных учреждениях, домах отдыха и т.д. Общественное питание способствует восстановлению затраченной на производстве энергии, повышению производительности труда, укреплению здоровья людей.

В современных условиях общественное питание постепенно становится на путь индустриализации. Создаются новые современные предприятия, оснащенные совершенными техническими средствами, на предприятиях используются прогрессивные технологии, внедряется научная организация труда, осуществляются специализация и комбинирование предприятий, совершенствуется их внутри- и межотраслевое кооперирование.

Предприятия общественного питания имеют ряд особенностей. Если большинство предприятий других отраслей ограничивается выполнением лишь одной, максимум двух функций (например, предприятия пищевой промышленности осуществляют производство, а предприятия торговли — реализацию продукции), то предприятия общественного питания выполняют три взаимосвязанные функции [69]: производство кулинарной продукции, реализацию кулинарной продукции, организацию ее потребления.

Сроки реализации изготавливаемой предприятиями общественного питания продукции ограничены. Так, при массовом изготовлении срок реализации горячих блюд составляет 23 часа, холодных блюд — 1 час. Это требует выпуска продукции партиями по мере их потребления. Ассортимент выпускаемой предприятиями общественного питания продукции очень разнообразный, для его приготовления используются разные виды сырья. Разнообразие выпускаемой продукции позволяет более полно удовлетворять спрос потребителей, однако усложняет организацию производства: многие виды сырья требуют особых условий хранения, разных помещений для механической кулинарной обработки. Широта ассортимента изделий зависит от характера спроса и особенностей обслуживаемого контингента, его профессионального, возрастного, национального состава, условий труда, учебы и других факторов.

На предприятиях общественного питания любого типа и класса должны обеспечиваться безопасность жизни и здоровья потребителей, сохранность их имущества и соблюдение действующих правил оказания услуг общественного питания [51; 52]. На предприятиях общественного питания должны выполняться требования нормативных правовых актов РФ и нормативных документов федеральных органов исполнительной власти [89, с. 33–35; 91, с. 17–18; 93, с. 16–17].

Предприятия общественного питания любого типа должны иметь удобные подъездные пути и пешеходные доступы к входу, необходимые справочно-информационные указатели. Территория, прилегающая к предприятию, должна быть благоустроена и освещена в темное время суток. Архитектурно-планировочные решения, конструктивные элементы зданий предприятий общественного питания и используемое техническое оборудование должны соответствовать строительным нормам и правилам. На предприятиях общественного питания должны быть предусмотрены аварийные выходы, лестницы, инструкции о действиях в аварийной ситуации, а также хорошо заметные информационные указатели, обеспечивающие свободную ориентацию потребителей как в обычной, так и в чрезвычайной ситуации. Предприятия общественного питания всех типов и классов должны быть оснащены инженерными системами и оборудованием, обеспечивающими необходимый уровень комфорта по ГОСТ 30494–2011 «Здания жилые и общественные», в том числе иметь искусственное и естественное освещение, горячее и холодное водоснабжение, канализационную, отопительную, вентиляционную системы, телефонную связь. При размещении предприятий общественного питания в жилых зданиях их помещения должны соответствовать требованиям строительных правил по уровню шума, вибрации и требованиям звукоизоляции по ГОСТ 30494–2011. Предприятия общественного питания, занимающие часть жилого здания, должны быть оборудованы отдельным входом (выходом) [4]. Предприятия общественного питания всех типов обязаны в наглядной и доступной форме довести до сведения потребителей необходимую и достоверную информацию об оказываемых услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора, в том числе фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес), тип, класс и режим работы, размещая указанную информацию на вывеске и в других местах, удобных для ознакомления потребителей.

На строящихся и реконструируемых предприятиях общественного питания для обслуживания инвалидов должны быть предусмотрены наклонные пандусы у входных дверей для проезда инвалидных колясок, лифты, площадки для разворота инвалидной коляски в залах,

специально оборудованные туалетные комнаты согласно действующим строительным нормам и правилам. На предприятиях общественного питания в соответствии со спецификой обслуживаемого контингента могут быть предусмотрены зоны специального обслуживания, например диетического, лечебно-профилактического, детского питания и др. Размещение производственных помещений и оборудования в этих помещениях должно обеспечивать последовательность (поточность) технологических процессов производства и реализации продукции, а также соблюдение технологических, санитарно-эпидемиологических норм и правил [51; 52]. На предприятиях общественного питания должно обеспечиваться стилевое единство интерьера зала, мебели и сервировки столов или отражаться специализация предприятия общественного питания (тематическая или национальная направленность).

Основными задачами дальнейшего развития предприятий общественного питания являются:

- индустриализация общественного питания;
- совершенствование организации общественного питания по месту работы и учебы населения;
- расширение сети специализированных предприятий общественного питания, в том числе предприятий быстрого обслуживания;
- повышение уровня организации труда и управления, внедрение моральных и материальных стимулов, способствующих активизации человеческого фактора;
- экономия топливно-энергетических и других ресурсов;
- повышение качества продукции и культуры обслуживания.

В основе развития сети предприятий общественного питания лежит принцип соответствия структуры и типов предприятий потребительского рынка основным моделям потребления товаров и услуг в группах населения с разным уровнем доходов. Чтобы обеспечить территориальную доступность торговых и бытовых услуг, предполагается усовершенствовать размещение, улучшить материально-техническую базу и развивать видовое разнообразие предприятий потребительского рынка.

УЧРЕДИТЕЛЬНЫЙ ДОГОВОР

Опираясь на нормы Гражданского кодекса РФ, *учредительный договор* можно определить следующим образом: в соответствии с учредительным договором его участники (учредители) принимают на себя обязательство создать юридическое лицо и определяют порядок совместной деятельности по его созданию, условия передачи ему своего

имущества, участия в его деятельности и управления этой деятельностью, условия и порядок распределения между собой прибыли и убытков, а также выхода из состава юридического лица [30].

Участники. Состав участников учредительного договора зависит от организационно-правовой формы создаваемого юридического лица. По общему правилу участниками учредительного договора могут выступать граждане и юридические лица. В ряде случаев законодатель устанавливает ограничения на участие отдельных категорий субъектов в учредительных договорах о создании некоторых видов юридических лиц. Например, учредительный договор об образовании полного товарищества вправе заключать только граждане-предприниматели и коммерческие организации (п. 4 статьи 66 Гражданского кодекса РФ). Если иное не установлено законом, участниками учредительного договора о создании товарищества на вере или общества с ограниченной (дополнительной) ответственностью не могут являться государственные органы и органы местного самоуправления (абзац третий пункта 4 статьи 66 Гражданского кодекса РФ). Финансируемое собственником учреждение может участвовать в учредительном договоре о создании товарищества на вере или хозяйственного общества только с разрешения собственника его имущества, если иное не установлено законом (абзац четвертый пункта 4 статьи 66 Гражданского кодекса РФ) [30].

Государственные органы и органы местного самоуправления не могут быть участниками хозяйственных обществ и вкладчиками в товариществах на вере, если иное не установлено законом. На практике в качестве учредителей отдельных видов хозяйственных обществ выступает Министерство государственного имущества РФ в лице его уполномоченных органов, а также органы местного самоуправления, распоряжающиеся муниципальным имуществом [34, с.285].

Участниками учредительного договора о создании объединения юридических лиц могут по отдельности выступать коммерческие или некоммерческие организации, но не граждане (ст. 121 Гражданского кодекса РФ) [30].

Порядок заключения и форма. Учредительный договор является учредительным документом юридического лица, поэтому он заключается в простой письменной форме. Порядок заключения учредительного договора подчиняется общим правилам о совершении сделок и заключении многосторонних договоров.

Содержание. Содержание учредительного договора (в том числе его существенные условия) также в значительной степени определяется тем, какое юридическое лицо создается на его основе.

Существенные условия любого учредительного договора независимо от организационно-правовой формы создаваемого юридического лица закреплены в пункте 2 статьи 52 Гражданского кодекса РФ. К ним относятся условия: об организационно-правовой форме создаваемого юридического лица; о порядке совместной деятельности учредителей по его созданию; о передаче учредителями имущества юридическому лицу; об участии учредителей в деятельности юридического лица; о порядке управления этой деятельностью; о порядке выхода учредителей из его состава.

При создании коммерческой организации существенным для учредительного договора является условие о распределении прибыли между учредителями (п. 1 статьи 50 Гражданского кодекса РФ).

Для учредительных договоров о создании отдельных видов юридических лиц перечень существенных условий может быть расширен. Так, помимо условий, названных в статье 52 Гражданского кодекса РФ, существенными для учредительного договора полного товарищества являются также условия: о размере и составе складочного капитала товарищества; о размере и порядке изменения долей каждого из полных товарищей в складочном капитале; о размере, составе, сроках и порядке внесения ими вкладов; об ответственности участников за нарушение обязанностей по внесению вкладов (п. 2 статьи 70 Гражданского кодекса РФ).

В дополнение к сведениям, указанным в статьях 52 и 70 Гражданского кодекса РФ, учредительный договор товарищества на вере должен содержать условие о совокупном размере вкладов коммандитистов (п. 2 статьи 83 Гражданского кодекса РФ).

В учредительном договоре о создании общества с ограниченной или с дополнительной ответственностью должны присутствовать следующие существенные условия: о составе учредителей (участников); о порядке совместной деятельности по созданию общества; о размере уставного капитала общества и доле в нем каждого учредителя; о размере, составе, порядке и сроках внесения вкладов учредителей в уставный капитал; об ответственности учредителей за нарушение обязанности по внесению вкладов; об условиях и порядке распределения между учредителями прибыли; о составе органов общества; о порядке выхода учредителей из состава общества (п. 2 статьи 89 Гражданского кодекса РФ; пункт 1 статьи 12 Федерального закона от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (далее — Федеральный закон № 14-ФЗ)).

Следует учесть, что существенным условием учредительного договора о создании общества с дополнительной ответственностью

является также условие о порядке распределения между учредителями убытков от деятельности общества (п. 1 статьи 95 Гражданского кодекса РФ) [30].

Признаки. Юридические признаки учредительного договора во многом совпадают с признаками договора простого товарищества¹. Учредительный договор является консенсуальной², многосторонней, взаимной, возмездной и фидуциарной³ сделкой. Вместе с тем учредительный договор отличается от договора простого товарищества, поскольку цель заключения учредительного договора состоит в создании нового субъекта права (юридического лица) и регламентации его отношений с учредителями.

Заключая учредительный договор и совершая действия по созданию и регистрации юридического лица, его участники действуют в первую очередь в своих интересах, суть которых состоит в создании субъекта, в результате деятельности которого учредители (участники) могут получить имущественные выгоды. Вследствие этого учредительный договор является возмездной сделкой. Когда создается юридическое лицо, имеющее право заниматься коммерческой деятельностью, каждый учредитель, внося вклад в его имущество, юридически закрепляет возможность получения прибыли от деятельности такого юридического лица. Поэтому можно утверждать, что каждый учредитель юридического лица действует в интересах других учредителей и одновременно в своих собственных интересах. Даже если посредством заключения учредительного договора создаются такие некоммерческие организации, как объединение юридических лиц (ст. 121 Гражданского кодекса РФ) [30] и некоммерческое партнерство (ст. 8 Федерального закона от 12 января 1996 г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях») [38], также можно говорить о возмездности учредительного договора. Поскольку указанные юридические лица могут действовать в интересах учредителей, в том числе в форме оказания им безвозмездных услуг (п. 1 статьи 123 Гражданского кодекса РФ), учредители не лишены возможности получить удовлетворение за имущественные расходы, понесенные ими при создании юридического лица.

О консенсуальном характере учредительного договора можно говорить только в том смысле, что он вступает в силу с момента его подписания участниками (ст. 432 Гражданского кодекса РФ) [30].

¹ Подробнее о договоре простого товарищества см.: *Ем В.С., Козлова Н.В.* Договор простого товарищества (комментарий главы 55 Гражданского кодекса Российской Федерации) // Законодательство. — 2000. — № 1. — С. 6-19.

² Сделка, для признания совершения которой требуется лишь согласие ее участников.

³ Сделка, которая основана на доверительных отношениях участников.

Функции. Заключение учредительного договора устанавливает обязанности его участников по созданию юридического лица, формированию его уставного капитала, часть которого оплачивается до регистрации (ст. 73 Гражданского кодекса РФ [30], пункт 2 статьи 16 Федерального закона № 14-ФЗ [36]). Следовательно, условия, относящиеся к совместной деятельности участников до регистрации юридического лица, вступают в силу с момента заключения учредительного договора. На этой стадии учредительный договор порождает обязательственные отношения между его участниками, а его функция состоит в регламентации данных обязательственных отношений учредителей по созданию юридического лица.

Государственная регистрация юридического лица, созданного во исполнение учредительного договора, порождает комплекс прав и обязанностей как между юридическим лицом и участниками учредительного договора, так и между самими участниками. Данный комплекс составляет содержание относительного правоотношения, которое является не обязательственным, а корпоративным (см. [36, с.103]).

Вследствие этого после государственной регистрации вновь созданного юридического лица функцией учредительного договора становится регламентация корпоративного правоотношения. Наряду с ней после государственной регистрации вновь созданного юридического лица учредительный договор выполняет также функцию определения правового статуса самого юридического лица.

Особенно ярко данная функция учредительного договора проявляется в отношении полных и коммандитных товариществ, для которых учредительный договор является единственным учредительным документом (ст. 70, 83 Гражданского кодекса РФ), хотя некоторые ученые считают, что в полных и коммандитных товариществах корпоративные отношения не возникают.

В соответствии с пунктом 2 статьи 52 Гражданского кодекса РФ учредительным договором общества с ограниченной ответственностью могут быть установлены предмет и определенные цели деятельности общества даже в тех случаях, когда по закону этого не требуется. Более того, можно утверждать, что все существенные условия учредительного договора так или иначе касаются правового статуса юридического лица [30].

Изменение и расторжение. До момента государственной регистрации юридического лица учредительный договор может быть изменен или расторгнут на общих основаниях, а вытекающие из него обязательства могут быть прекращены в силу норм статей 407–419 Гражданского кодекса РФ. В частности, учредительный договор может быть прекра-

шен вследствие наступившей невозможности создания юридического лица.

После факта государственной регистрации юридического лица всякое изменение или расторжение учредительного договора непосредственно связано с изменением или прекращением корпоративных правоотношений между учредителями, а также между учредителями и юридическим лицом.

При этом учредительный договор, лежащий наряду с фактом регистрации в основании возникновения этих отношений, сохраняет свойства фидуциарной сделки. Вследствие этого любой участник юридического лица, созданного на основе учредительного договора, вправе свободно выйти из него независимо от согласия других участников (п. 1 статьи 77, пункт 1 статьи 94, пункт 2 статьи 123 Гражданского кодекса РФ). Законом могут быть установлены лишь порядок и сроки выхода участников. Например, отказ от участия в полном товариществе, учрежденном без указания срока, должен быть заявлен не менее чем за 6 месяцев до фактического выхода из товарищества; досрочный отказ от участия в товариществе, учрежденном на определенный срок, допускается лишь по уважительной причине (п. 1 статьи 77 Гражданского кодекса РФ). Участник договора о создании объединения юридических лиц вправе выйти из него по окончании финансового года (п. 2 статьи 123 Гражданского кодекса РФ).

Участники товариществ и обществ с ограниченной (дополнительной) ответственностью вправе распоряжаться своей долей путем совершения различного рода сделок по ее отчуждению (купли-продажи, дарения и проч.). По общему правилу участники товариществ могут совершать такие сделки с согласия других товарищей (ст. 79 Гражданского кодекса РФ). Участники общества могут совершать эти сделки без согласия других участников или самого общества, если иное не предусмотрено его учредительными документами (ст. 93 Гражданского кодекса РФ [30], статьи 21 и 22 Федерального закона № 14-ФЗ [36]).

Когда доля отчуждается в полном объеме, место участника, изъявшего свою долю, занимает приобретатель этой доли, к которому переходят корпоративные права и обязанности. При частичном отчуждении доли участник, изъявший часть доли, остается наряду с приобретателем этой части доли участником корпоративного правоотношения. Иными словами, приобретая долю (часть доли), субъект становится правопреемником лица, отчуждающего долю (часть доли). Однако преемство возможно в отношении не всех прав, которыми обладало лицо, отчуждающее долю. Согласно норме пункта 2 статьи 8 Федерального закона № 14-ФЗ [36] дополнительные права (например,

право на безвозмездное получение услуг общества), предоставленные определенному участнику общества с ограниченной ответственностью, в случае отчуждения его доли (части доли) не переходят к приобретателю доли (части доли). Приведенная норма иллюстрирует принцип непередаваемости особых прав отдельного члена корпорации, предоставленных ему учредительными документами.

Гражданин или юридическое лицо может потерять свое право на участие в товариществе или обществе в результате обращения взыскания на его долю со стороны его кредиторов (ст. 80 Гражданского кодекса РФ [30], статья 25 Федерального закона № 14-ФЗ [36]). Аналогичным образом юридическое лицо может утратить право на участие в ассоциации или объединении. В этих случаях участниками корпоративного образования становятся лица, приобретшие долю на торгах.

Изменение состава участников учредительного договора может произойти также вследствие вступления в общество или товарищество наследников умершего гражданина-участника либо правопреемников реорганизованного участника юридического лица (п. 2 статьи 78 Гражданского кодекса РФ [30], пункт 7 статьи 21 Федерального закона № 14-ФЗ [36]). Для вступления в общество указанных наследников и правопреемников согласие других участников необходимо, если это предусмотрено учредительным договором, а для их вступления в товарищество согласие других участников во всех случаях обязательно.

Участник полного товарищества, общества с ограниченной ответственностью, ассоциации или союза может быть исключен из состава юридического лица в случаях и порядке, установленных учредительными документами (п. 2 статьи 76, пункт 2 статьи 123 Гражданского кодекса РФ) [30]. Согласно статье 10 Федерального закона № 14-ФЗ участник общества, который грубо нарушает свои обязанности либо своими действиями (бездействием) делает невозможной деятельность общества или существенно ее затрудняет, может быть в судебном порядке исключен из общества по иску одного или нескольких участников общества, доли которых в совокупности составляют не менее чем 10% уставного капитала общества [36]. Исключение участника из состава юридического лица равносильно расторжению с ним учредительного договора (ст. 450 Гражданского кодекса РФ).

Изменения учредительного договора по причине перемен в составе участников вступают в силу для третьих лиц с момента государственной регистрации этих изменений (п. 3 статьи 52 Гражданского кодекса РФ).

Прекращение действия учредительного договора может явиться следствием ликвидации созданного на его основе юридического лица.

Причины и основания такой ликвидации в данном случае значения не имеют. Поэтому действие учредительного договора будет считаться прекратившимся как в случае ликвидации юридического лица в связи с достижением цели, ради которой оно было создано, или истечения срока, на который оно создавалось, так и в случаях его ликвидации по соглашению участников, по решению суда вследствие признания его банкротом и т.п. [30].

ПОНЯТИЕ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА

Согласно части 1 статьи 48 Гражданского кодекса РФ *юридическим лицом* признается организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде [30; 90, с. 48].

ВИДЫ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ

В зависимости от характера деятельности среди юридических лиц выделяют:

- 1) коммерческие организации (п. 2 статьи 50 Гражданского кодекса РФ): коммерческие корпоративные, унитарные;
- 2) некоммерческие организации (п. 3 статьи 50 Гражданского кодекса РФ): некоммерческие корпоративные, некоммерческие унитарные [30].

В зависимости от прав учредителей (участников) юридических лиц на его имущество выделяют:

- 1) юридические лица — собственники, в отношении которых их учредители (участники) имеют лишь обязательственные (или корпоративные) права требования, реализуемые за счет имущества этих юридических лиц;
- 2) юридические лица — несобственники, на имущество которых учредители сохраняют право собственности (унитарные предприятия и учреждения);
- 3) юридические лица — собственники, в отношении которых их учредители (участники) не сохраняют ни обязательственных, ни вещных прав.

Сейчас малый бизнес является ведущим сектором в рыночной экономике нашей страны, он определяет темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. Малый бизнес является своего рода флагманом в сфере экономики как России, так и любой другой страны. От эффективного развития малого предпринимательства в различных отраслях — от экономики до сферы услуг — зависит экономическое развитие государства.

Предпринимательская деятельность — это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Основной принцип предпринимательства — найти потребность и удовлетворить ее.

По российскому законодательству критерием отнесения предприятия к малым является численность всего персонала — как состоящего в штате, так и работающего по гражданско-правовым договорам.

Субъектами малого предпринимательства являются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля участия РФ, субъектов РФ, общественных и религиозных организаций, благотворительных и иных фондов не превышает 25%, физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, у которых средняя численность работников за отчетный период не превышает предельных уровней, например в розничной торговле и бытовом обслуживании населения — 30 человек [78, с. 39–40; 91, с. 84–87; 92, с. 15–17].

КЛАССИФИКАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫХ ФОРМ ПРЕДПРИЯТИЙ

Классификация организационно-правовых форм юридических лиц приведена на рис. 1.

ТИПЫ ПРЕДПРИЯТИЙ

Тип предприятия общественного питания — вид предприятия с характерными особенностями кулинарной продукции и номенклатуры предоставляемых услуг потребителям. Согласно ГОСТ 30389–2013 «Услуги общественного питания. Предприятия общественного питания. Классификация и общие требования» основные типы предприятий общественного питания — это рестораны, бары, кафе, буфеты, кафетерии, столовые, закусочные, магазины кулинарии [31]. Предприятия общественного питания классифицируются по стадиям производства,

поэтому существуют такие типы заготовочных предприятий, как фабрика-заготовочная, комбинат полуфабрикатов, кулинарная фабрика; исходя из большого объема выпускаемой кулинарной продукции выделяются такие типы предприятий общественного питания, как фабрики-кухни, комбинаты питания. Для расширения услуг, предоставляемых в общественном питании, организуются буфеты, предприятия по отпуску обедов на дом, магазины-кулинии.

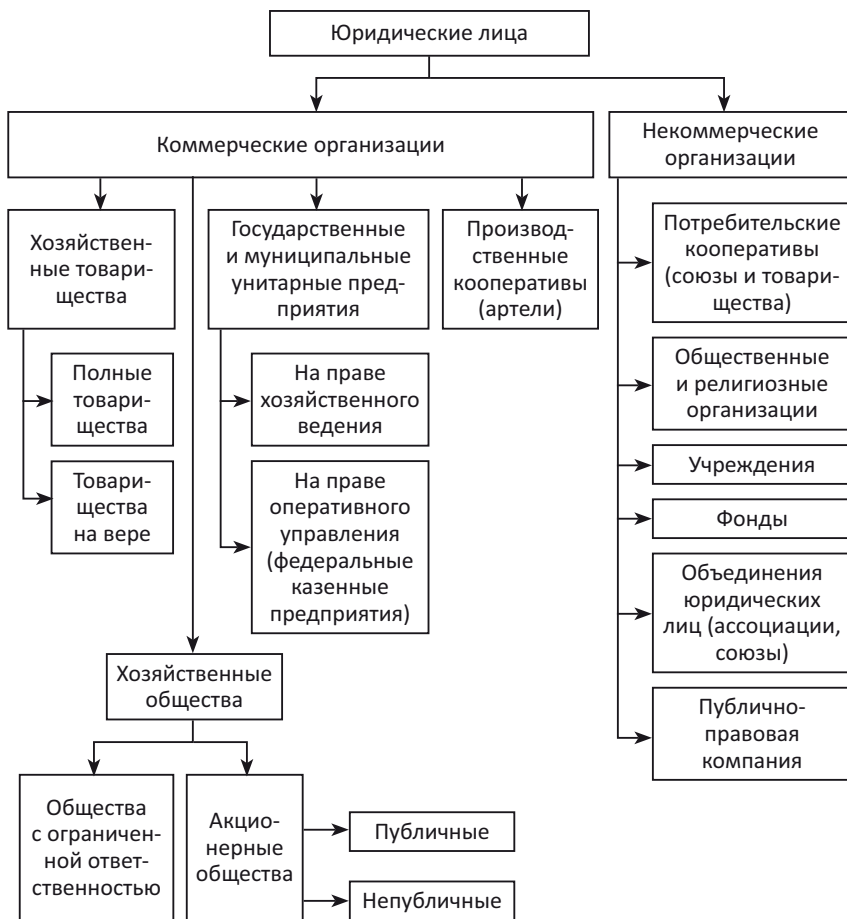


Рис. 1. Классификация организационно-правовых форм юридических лиц

[55, с. 11-19; 57, с. 8-13; 78, с. 40-55; 83, с. 16-18; 89, с. 13-19; 90, с. 50-53, 62-83; 91, с. 45-68; 92, с. 9-15; 93, с. 42-70]