**1.Понятие  и  виды  недвижимости,  юридические  особенности  совершения  сделок  с недвижимостью.**

Под понятием "недвижимость" традиционно понимаю землю и все улучшения, постоянно закрепленные на ней (здания, сооружения, объекты незавершенного строительства). ст. 130 ГК РФ даёт следующее определение.

Недвижимость (недвижимое имущество) — земельные участки, участки недр, и всё, что прочно связано с землей, то есть объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе здания, сооружения, объекты незавершенного строительства.

К недвижимости также относятся подлежащие гос.регистрации воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания, космические объекты.

Вещи, которые не относятся к недвижимости, включая деньги и ценные бумаги, признаются движимым имуществом.

Можно выделить три основных типа недвижимости: земля, жильё и неживые помещения.

Земля подразделяется на:

* земельные участки, предназначенные под застройку;
* природные комплексы, предназначенные для их эксплуатации.

Жилье — это строение со всеми удобствами, предназначенное для проживания человека.

Жильё может быть:элитным;типовым;городским;загородным.

Наряду с делением на типы недвижимость классифицируется по ряду признаков, что способствует более успешному исследованию рынка недвижимости.

Общая классификация недвижимости

|  |  |
| --- | --- |
| Тип классификации | Виды недвижимости |
| По целям владения | - Для ведения бизнеса- Для проживания владельца- В качестве инвестиций |
| По степени готовности к эксплуатации | - Введенные в эксплуатацию- Требующие реконструкции или капитального ремонта- Незавершенное строительство |
| По степени воспроизводимости в натуральной форме | - Невоспроизводимые: земельные участки, месторождения полезных ископаемых- Воспроизводимые: здания, сооружения, многолетние насаждения |

юридические особенности совершения сделок с недвижимостью.

К ним относятся, ограничения оборотоспособности видов недвижимости, особые правила совершения сделок, и, условно говоря, меры юридической ответственности.

Понятие оборотоспособности введено ст. 129 ГК РФ.

Оборотоспособность объектов гражданских прав, означает допустимость совершения сделок и иных действий, направленных на их передачу в рамках гражданско-правовых отношений.

Оборотоспособность объектов гражданских прав делится на три вида: а) объекты, оборот которых свободен (подавляющее число объектов недвижимого имущества);

б) объекты, ограниченные в обороте – виды объектов, которые могут принадлежать лишь определенным участникам оборота либо нахождение которых допускается по специальному разрешению (так, например, п. 1 ст. 46. Водного кодекса РФ указывает, что «права пользования водными объектами приобретаются на основании лицензии на водопользование и заключенного в соответствии с ней договора пользования водным объектом». И далее: «продажа, залог и совершение других сделок, которые влекут или могут повлечь отчуждение водных объектов, не допускаются» (ст. 22 Водного кодекса РФ). Т.е. водные объекты, могут быть переданы лишь в пользование, и по специальному разрешению); в) объекты, изъятые из оборота – это объекты, нахождение которых в обороте не допускается (Так п. 4 ст. 27 Земельного кодекса РФ, устанавливает перечень изъятых из оборота земельных участков (объектов недвижимого имущества) – «из оборота изъяты земельные участки, занятые находящимися в федеральной собственности следующими объектами: 1) государственными природными заповедниками и национальными парками; 2) зданиями, строениями и сооружениями, в которых размещены для постоянной деятельности Вооруженные Силы Российской Федерации, другие войска, воинские формирования и органы; 3) зданиями, строениями и сооружениями, в которых размещены военные суды; и т.д. Или, вот еще пример, в ст. 12 Лесного кодекса РФ говорится, что «оборот лесного фонда не допускается»).

Правила совершения сделок, это, например процедура приватизации государственного и муниципального имущества, одобрение сделки органом опеки и попечительства по отчуждению жилого помещения, где проживают несовершеннолетние, реализация на торгах арестованного имущества и т.д. Т.е. это дополнительные публично-правовые требования, установленные императивными нормами, к сделке.

Таким образом, публично-правовой элемент в частноправовых отношениях носит производный характер, устанавливающий более жесткие правила или изъятия исходя из публичных интересов ограничения частной инициативы. Публично-правовые вкрапления определяют правовой режим конкретных объектов недвижимости.

В завершении хотелось бы отметить, что сделка – это важнейший движущий фундамент гражданских правоотношений, через нее живет и развивается имущественный оборот и рыночная экономика любого государства. Не только возможность нахождения недвижимости на том или ином праве у конкретного субъекта, но и возможность влияния на юридическую судьбу своего имущества, развивает активность и инициативность субъектов правоотношений, способствует их самоактуализации, служит мерой свободы и создает почву к созданию правового государства.

Следовательно, сделка призвана, не только изменять принадлежность прав и правовое положение субъектов правоотношений, но и их социальный, экономический и даже политический статус. Значит, необходимы право и возможности реализации этого права, необходим механизм не только правового регулирования, но и механизм обеспечения правомерности и законности при совершении сделок с недвижимостью. Необходимость эта диктуется особенностями такого важного объекта гражданских правоотношений, как недвижимое имущество, его особым «социальным положением», его ценностью для всех и каждого.

**2.Оценка экспортных возможностей предприятия.**

Оценка экспортных возможностей предприятия — оценка способности компании предложить покупателям товар, качество которого выше качества аналогичной продукции конкурирующих организаций. Как правило, основными механизмами оценки являются изучение рыночной ситуации и спроса на данный товар; анализ продукции фирмы-конкурента, ее сильных и слабых сторон. На основе сведений, полученных в результате мониторинга, принимается решение о модернизации предприятия, продолжении экспорта, внесении рациональных изменений в производственные и торговые процессы, снятии товара с производства или замене его более современным аналогом. Конечная цель подобных стратегий — улучшение качества продукции и повышение на нее потребительского спроса.

Анализ рыночных условий и конкуренции дает предприятию информацию, которая позволяет оценить свои экспортные возможности. Выявляя свои сильные и слабые стороны, предприятие должно решить две задачи. Первая состоит в том, каким возможностям отдать предпочтение. Вторая – какое состояние следует рассматривать: реальное или потенциальное.

Сначала проводят сравнительный анализ возможностей предприятия в том виде, в каком они проявляются в данный момент. Затем изучаются ресурсы, на которые предприятие и его конкуренты могут рассчитывать как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Сталкиваясь с международной конкуренцией, предприятие должно оценить свои возможности по следующим направлениям:

1) концепция товара (услуги), на которой базируется деятельность фирмы;

2) качество, выражающееся в соответствии товарам (услугам) рыночных лидеров и выявленное путем опросов или сравнительных тестов;

3) цена, к которой возможно добавлять наценку;

4) финансы собственные и заемные, их соотношение;

5) предпродажная подготовка, цель которой не только предвидеть запросы будущих потребителей, но и убедить их в исключительных возможностях фирмы удовлетворять эти потребности;

6) послепродажное обслуживание, позволяющее закрепить за собой клиентуру;

7) внешняя политика, представляющая собой способность фирмы управлять своими отношениями с политическими властями, прессой, общественным мнением.

Оценка осуществляется на основе балльной системы и привлечения компетентных экспертов. При этом сравниваются возможности фирмы и ее основных конкурентов и строятся многоугольники конкурентоспособности. Соизмеряя их, можно увидеть сильные и слабые стороны данной фирмы и определить направления дальнейшей работы.

Недостатком такого анализа возможностей фирмы является его статичность. Даже если фирма располагает конкурентными преимуществами, то необходимо знать, как долго она сможет удерживать их. Известно, что время удержания конкурентного преимущества зависит от трех факторов.

Первый фактор определяется тем, каков источник преимущества. Так, преимущества низкого ранга, такие как дешевая рабочая сила и сырье, довольно легко могут получить и конкуренты.

Преимущества более высокого порядка (патентованная технология, дифференциация на основе уникальных товаров, усиленная маркетинговая деятельность) позволяют удерживать фирме свою конкурентоспособность более длительное время.

Второй фактор – количество имеющихся у фирмы источников конкурентного преимущества. Фирма, опирающаяся на одно преимущество, быстро может его потерять. Поэтому надо стремиться обеспечить себя как можно большими преимуществами.

Третий фактор – постоянная модернизация производства и других видов деятельности. Главная задача заключается в постоянном улучшении показателей деятельности фирмы, а значит, требуется мобилизация внутренних и внешних (новых) ресурсов в случае возникновения осложнений на рынке. Возникает необходимость поиска ресурсов и умение управляющих по международному маркетингу быстро их использовать. Эффективность этой работы будет зависеть от того, насколько успешно отдел маркетинга работает с другими подразделениями фирмы, и возможной поддержки ее в среде происхождения в валютном, финансовом, политическом и социальном планах.

**3.Функциональные области логистики, их взаимосвязь**.

Выделяют пять основных функциональных областей логистики:

1. Закупочная логистика — решает вопросы связанные с обеспечением предприятия сырьем и материалами. Проводиться анализ среди поставщиков, заключаются договора и контролируется их исполнение. Используется механизм взаимодействия на поставщика в случае нарушения условий поставки и принимаются оперативные меры по исправлению сложившейся ситуации. Область взаимодействия, составляющей основное содержание закупочной логистики, определяется условиями договора с поставщиками и составом функций службы снабжения внутри предприятия.

2. Производственная логистика — решает задачи создания материальных благ или оказания материальных услуг. Основной объем работ выполняется в пределах территории одного предприятия. Участники производственного процесса взаимодействуют между собой не в результате заключенных договоров, а в результате решений, принимаемых системой управления предприятием.

3. Распределительная логистика — решает задачи реализации готовой продукции. Для решения этих задач используют два варианта продвижения готовой продукции: реализацией занимаются сами производители и торгово-посреднические предприятия.

4. Транспортная логистика — решает вопросы управления материального потока на транспортных участках. Транспортные работы, выполняемые в процессе доведения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя. Транспортные операции, осуществляемые логистикой можно разделить на две большие группы, выполняемых:

o Специальными транспортными организациями (транспорт общего пользования)

o Транспортом, находящимся в собственности производителя готовой продукции (нетранспортных предприятий)

Транспортная логистика не имеет четких границ. Она может применяется при любых перевозках.

5.Информационная логистика — рационализирует организацию движения информационных потоков. Информационные системы обеспечивают управление материальными потоками, используя микропроцессорную технику, информационные технологии и другие составляющие процесса информатизации, добиваясь эффективного управления информационными потоками.

Информационная логистика тесно переплетена со всеми функциональными областями логистики.

Между функциональными областями существует тесная взаимосвязь. Цель логистики может быть достигнута лишь при полной согласованности всех указанных областей. Например, колебания спроса на рынке потребительских товаров постоянно вносят изменения в процесс распределения (зарождение новых рынков, рост или спад спроса на действующем рынке и т.п.), что непосредственно отражается, в первую очередь, на уровне запасов готовой продукции, а это влечет за собой корректировку объемов выпуска продукции предприятием-изготовителем. Изменения, связанные с объемом выпуска, отражаются на потребностях в исходных материалах, сырье и других ресурсах, связанных с обеспечением производства, что, в свою очередь, влияет на деятельность участников процесса снабжения. Таким образом, координация действий всех областей ЛС является непременным условием ее эффективного функционирования.

Особо следует остановиться на логистической поддержке производства, приобретающей сейчас особое значение в связи с широким распространением гибких производственных процессов и производством под конкретный заказ. Сегодня на первое место выдвигаются такие критерии, как гибкость и способность быстро обновлять ассортимент продукции и производственные технологии. Логистическая поддержка производства призвана содействовать реализации подобных стратегий. Деятельность, связанная с обеспечением производства, в отличие от распределения и снабжения, остается в сфере внутреннего контроля менеджеров фирмы. Поэтому неопределенность, порождаемая случайными заказами или сбоями у поставщиков, в логистике, связанной с поддержкой производства, поддается контролю и управлению, что позволяет осуществлять операции более равномерно и своевременно, а также ведет к общему сокращению буферных запасов.

Выделение сфер материального (операционного) менеджмента и дистрибьюции (физического распределения) в западном бизнесе как функциональных сфер логистики имело большое значение для повышения ее эффективности за счет интегрирования логистических функций, координации управления, рациональной организации логистических процессов в компаниях. В организационных структурах многих фирм возникли подразделения (которыми управляют менеджеры высшего и среднего звена), за которыми закреплены интегрированные функции, например материального менеджмента и физического распределения.

Кроме того, многие логистические концепции, технологии и системы возникли и получили дальнейшее развитие именно в указанных функциональных областях. Например, в материальном (операционном) менеджменте — логистические концепции Just-in-time (точно в срок), Requirements/resource planning (планирование потребностей/ресурсов) и соответствующие модули (подсистемы) логистики: KANBAN, MRP I, ОРТ в КИС класса MRP II, ERP. В сфере физического распределения (дистрибьюции) комплекс логистических концепций Demand-driven Logistics (логистика, ориентированная на спрос) и систем DRP I, DRP II т.д.

**4.Формирование национального и региональных рынков жилья.**

*Национальный*(*отечественный*)*рынок жилья*– совокупность региональных и локальных рынков, различающихся асинхронностью развития, уровнем цен и рисков, эффективностью инвестиций в недвижимость и, особенно, состоянием законодательства, политической и социальной стабильностью. С точки зрения предпринимательской и коммерческой деятельности, которую реализуют субъекты рынка недвижимости, он имеет свои достоинства и недостатки.

Особенность рынка недвижимости заключается в том, что среднестатистический покупатель, как правило, не обладает ни опытом приобретения или инвестирования в объекты недвижимости, ни информацией о реальных ценах сделок.

Сравнительно редкие продажи, отсутствие достоверной информации о номиналах сделок, неодновременность, неоднотипность и даже неповторимость объектов недвижимости как товара позволяют сделать вывод, что на рынке недвижимости *нет условий для формирования классических непрерывных кривых спроса и предложения*. В силу длительности строительства объектов предложение на рынке недвижимости не может формироваться исходя лишь из тенденций изменения спроса, в связи с чем возникает *несбалансированность функций спроса и предложения*на рынке недвижимости*.*Отсюда следует, что цены на рынке недвижимости как точки пересечения классических кривых спроса и предложения фактически отсутствуют.

Более того, *достоверное*(*точное*)*определение рыночной цены*объектов недвижимости принципиально невозможно. Возможны только разного рода приближения, основанные на статистических распределениях вероятностей. Следовательно, неопределенность в цене будет гораздо больше, чем на других рынках. Это доказывает, что *возможности*адаптации рынка недвижимости к внешним воздействиям ниже, чем у других рынков, для которых возможно формирование классических кривых спроса и предложения.

Немаловажную роль на рынке недвижимости играет соответствие ожиданий собственников объектов недвижимости и покупателей (арендаторов) относительно друг друга. Основным фактором, влияющим на несоответствие ожиданий собственников и покупателей, является недостаток аналитической и экспертной информации о рынке недвижимости при возрастающей информации о непрерывном повышении спроса. В этой ситуации собственники объектов недвижимости поднимают цены до неопределенной высоты, количество продаж падает, а спрос останавливается в ожидании возможного снижения цен. Если разница между ожиданиями сторон в 10…15 % преодолима, то, когда она достигает 50 %, можно с уверенностью сказать, что сделка не состоится.

Время пребывания товара на рынке формирует его экономические свойства – *ликвидность*. Высоколиквидные товары могут быстро переходить из натурально-вещественной формы в денежную и наоборот. На рынке жилой недвижимости объекты экспонируются в среднем в течение 1–1,5 месяцев, на рынке коммерческой недвижимости сроки экспонирования достигают 6 месяцев и более, что свидетельствует о низкой ликвидности объектов недвижимости.

Региональный рынок жилья -сфера товарно-денежных отношений по поводу купли-продажи земли, естественных угодий, являющихся собственностью юридических и физических лиц.

Региональный рынок недвижимости включает следующие сегменты: жилой фонд, нежилой фонд, земля (земельные участки).

Жилой фонд-совокупность всех жилых помещений независимо от форм собственности, включая жилые дома, специализированные дома (общежития, приюты, дома маневренного фонда, специальные дома для одиноких престарелых, детские дома, дома-интернаты для инвалидов, ветеранов, интернаты при школах и школы-интернаты), квартиры, служебные, жилые помещения, иные жилые помещения в других строениях, пригодные для проживания. По формам собственности жилищный фонд подразделяется на частный, государственный, муниципальный, общественный, в коллективной собственности.

Нежилой фонд - находящиеся в собственности РФ, субъекта РФ, муниципальной или частной собственности отдельно стоящие здания, строения, сооружения, их части, нежилые помещения в жилых домах, включая встроенно-пристроенные, их части, а также некапитальные (временные) сооружения, находящиеся на определенном участке.

Земля- ресурс, используемый для производства сельскохозяйственной продукции, для строительства домов, городов, железных дорог; является одним из основных компонентов производства (другие компоненты: труд, капитал, природные ресурсы).

**5.Правовое регулирование пересечения товаров через таможенную границу России (общая характеристика актов таможенного законодательства).**

Правовые отношения, связанные с перемещением товаров через таможенную границу Таможенного союза, регулируются в соответствии с таможенным законодательством Таможенного союза.

Официально опубликованные международные договоры, составляющие договорно-правовую базу Таможенного союза, и решения органов Таможенного союза действуют в Российской Федерации непосредственно, если не содержат требований по изданию внутригосударственных актов для их применения. В случаях, предусмотренных таможенным законодательством Таможенного союза, Правительство Российской Федерации вправе определять порядок применения актов таможенного законодательства Таможенного союза в Российской Федерации в соответствии с настоящим Федеральным законом.

Отношения в области таможенного дела в Российской Федерации регулируются таможенным законодательством Таможенного союза и законодательством Российской Федерации о таможенном деле. Законодательство Российской Федерации о таможенном деле состоит из настоящего Федерального закона и принимаемых в соответствии с ним иных федеральных законов. Порядок фактического пересечения товарами и транспортными средствами Государственной границы Российской Федерации регулируется законодательством Российской Федерации о Государственной границе Российской Федерации, а в части, не урегулированной законодательством Российской Федерации о Государственной границе Российской Федерации, - законодательством Российской Федерации о таможенном деле.

Если иное не установлено таможенным законодательством Таможенного союза, к отношениям по взиманию и уплате таможенных платежей, относящихся к налогам, законодательство Российской Федерации о таможенном деле применяется в части, не урегулированной законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Порядок ввоза в Российскую Федерацию и вывоза из Российской Федерации валюты государств - членов Таможенного союза, валюты Российской Федерации, внутренних ценных бумаг, валютных ценностей и дорожных чеков регулируется в соответствии с таможенным законодательством Таможенного союза, международным договором государств - членов Таможенного союза, валютным законодательством Российской Федерации и с настоящим Федеральным законом.

Правовые отношения в области таможенного дела в Российской Федерации могут регулироваться также указами Президента Российской Федерации.

На основании и во исполнение федеральных законов в области таможенного дела в Российской Федерации, указов Президента Российской Федерации Правительство Российской Федерации издает постановления и распоряжения в области таможенного дела в Российской Федерации.

Федеральные органы исполнительной власти принимают нормативные правовые акты по предмету регулирования настоящего Федерального закона только в случаях, прямо предусмотренных федеральными законами, актами Президента Российской Федерации, Правительства Российской Федерации.

Нормативные правовые акты федеральных органов исполнительной власти, изданные ими по предмету регулирования настоящего Федерального закона, могут быть обжалованы в Верховный Суд Российской Федерации.

Если таможенным законодательством Таможенного союза установлены иные правила, чем те, которые предусмотрены настоящим Федеральным законом, применяется таможенное законодательство Таможенного союза.

Таможенное законодательство регулирует отношения в области таможенного дела, в том числе отношения по установлению порядка перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу, отношения, возникающие в процессе таможенного оформления и таможенного контроля, обжалования актов, действий (бездействия) таможенных органов и их должностных лиц, а также отношения по установлению и применению таможенных режимов, установлению, введению и взиманию таможенных платежей.

Порядок фактического пересечения товарами и транспортными средствами таможенной границы в местах ее совпадения с Государственной границей РФ регулируется законодательством о Государственной границе РФ, а в части, не урегулированной им, — таможенным законодательством Российской Федерации.

При регулировании отношений по установлению, введению и взиманию таможенных платежей таможенное законодательство Российской Федерации применяется в части, не урегулированной законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

На территории России действует единое таможенное законодательство. Единство таможенного законодательства обусловлено отнесением таможенного дела к федеральной компетенции и, соответственно, регулированием его только нормами единого федерального законодательства. При этом (во избежание терминологической путаницы) в Таможенном кодексе РФ (ч. 2 ст. 3 и ч. 1 ст. 4) оговорено, что термин «таможенное законодательство» следует рассматривать в узком смысле этого слова, когда «законодательство» охватывает только законы, а не в широком — когда оно включает в себя также и нормы подзаконных актов.

К таковым актам в сфере таможенного дела относятся указы Президента РФ, постановления и распоряжения Правительства РФ (которые Таможенный кодекс РФ (ч. 1 ст. 4) именует как «иные правовые акты»), а также нормативно-правовые акты федерального органа исполнительной власти, уполномоченного в области таможенного дела (в качестве такового выступает Минэкономразвития и торговли РФ), издаваемых им в пределах своей компетенции в случаях, прямо предусмотренных актами таможенного законодательства, а также соответствующими указами Президента РФ и постановлениями (распоряжениями) Правительства РФ.

Центральное место в правовом обеспечении таможенного дела занимает Таможенный кодекс РФ. Иные законодательные акты Российской Федерации, затрагивающие вопросы таможенного дела, должны соответствовать нормам Таможенного кодекса РФ, о чем прямо указано в ч. 2 ст. 3 ТК РФ. Важно отметить, что, к сожалению, подобного рода требования не было закреплено в ранее действовавшем Таможенном кодексе РФ 1993 г. и неясность на этот счет формулировки ч. 1 ст. 5 ТК РФ 1993 года нередко приводило к тому, что на практике в случаях коллизии норм Таможенного кодекса с нормами иных федеральных законов, так или иначе регулирующих правоотношения в сфере таможенного дела, и возникновении на этой почве правовых конфликтов, арбитражные суды и суды общей юрисдикции разрешали подобного рода конфликты в соответствии с правилом, что при коллизии норм права, равнозначных по юридической силе, следует применять норму, изданную позднее. Ныне такая практика исключена.

**1.Управление рисками в коммерческой деятельности.**

Принятие коммерческих решений обычно происходит в условиях неопределенности. Под неопределенностью понимается неполнота или неточность информации об условиях коммерческой деятельности, в том числе об ее издержках и доходах. Неопределенность связана с возможностью как благоприятного, так и неблагоприятного развития ситуации и является источником риска.

Под риском понимается возможность понести потери в результате осуществления коммерческой деятельности. Риск выражается в вероятности возникновения убытков, неполучения или недополучения прибыли вследствие тех или иных причин. Риск является неизбежной частью коммерческой деятельности.

Для успешной работы в условиях коммерческого риска необходимо уметь предупреждать его негативные последствия, т. е. осуществлять управление риском, или риск-менеджмент. Процесс управления риском включает:

• выявление возможных рисков, когда определяется, какие рисковые события могут повлиять на коммерческую деятельность;

• анализ риска, при котором производится оценка степени риска экспертными или статистическими методами; разработку методов реагирования на риск, когда определяются меры, которые позволят исключить возможность рискового события или сгладить последствия риска и уменьшить величину ущерба;

• контроль ситуации, когда производится отслеживание проявления неблагоприятных факторов, осуществляются запланированные контрмеры или оперативные воздействия.

Основными способами снижения риска являются: принятие превентивных мер по предупреждению внутренних рисков (установка охранной сигнализации, систем противопожарного контроля); поиск надежных партнеров, улучшение договорной работы, диверсификация закупок или продаж; создание резерва средств на непредвиденные расходы; создание заделов по срокам выполнения договорных обязательств;

• корректировка планов с учетом возможности наступления неблагоприятных обстоятельств; поиск дополнительной информации, в том числе обращение к внешним консультантам; распределение риска между участниками сделки; диверсификация деятельности предприятия; использование различных видов страхования; хеджирование (страхование риска от неблагоприятных изменений цен по коммерческим операциям, предусматривающим поставки товаров в будущих периодах, посредством встречных покупок или продаж фьючерсных контрактов).

риск в коммерческой деятельности неизбежен. Следовательно, предприятие должно выработать определенную политику в области риска в целях нейтрализации рисков и уменьшения их последствий. Методы снижения и направления весьма многообразны, поскольку зависят от профиля деятельности торгового предприятия, внешних и внутренних факторов и личностных качеств тех, кто принимает решение.

**Уклонение от риска**

Наиболее простое и приемлемое направление нейтрализации рисков заключается в том, что коммерческая организация может отказаться в процессе ведения хозяйственной деятельности от совершения финансовых операций, связанных с высоким риском, т.е.**уклониться от риска.** В таких случаях не всегда получают те результаты, которые могли быть достигнуты, но зато это позволяет полностью избежать потенциальных потерь. Но, к сожалению, это не всегда возможно.

Решения об уклонении от определенных рисков может быть принято как на предварительной стадии принятия решения, так и в дальнейшем. Но чаще всего это происходит все-таки на предварительной стадии, так как отказ от продолжения коммерческой деятельности может привести к большим финансовым и другим потерям. Поэтому уклонение от риска используют при следующих условиях:

§ если уклонение от одного вида риска не влечет за собой возникновение других видов рисков;

§ если уровень риска намного выше уровня возможных доходов коммерческой сделки;

§ если финансовые потери по данному виду риска торговое предприятие не имеет возможности возместить за счет собственных финансовых средств из-за больших размеров.

Однако не от всех видов коммерческих рисков торговое предприятие может уклониться, в большей части оно сознательно идет на риск и занимается коммерческой деятельностью. Одни виды рисков принимаются как неизбежные, другие риски принимаются потому, что несут в себе возможность прибыли.

**2.Логистический подход к организации доставки и выбору перевозчика.**

Существуют различные способы грузоперевозки, и на каждом виде транспорта установлены различные виды грузовых сообщений, отправок и скорости перевозок грузов: ж/д, автомобильный транспорт, речной, морской, трубопроводный. Ж/Д транспорт – достоинства: возможность перевозки больших объемов грузов на дальние расстояния, независимость от погодных условий, возможность перевозок в специализированных вагонов (цистерны, вагоны для жидкого металла и т.д.). ж/д перевозки являются малотрудоемкими, тяговый состав обладает высокой надежностью и долговечностью, этот вид транспорта является самым экологически чистым. Недостатки – высокая стоимость начально-конечных операций (станции и устройства в местах погрузки и выгрузки), привязка к сети ж/д, постройка которых очень дорога. Наиболее эффективное применение ж/д перевозок при транспортировке больших объемов грузов на дальние расстояния, а также в регионах с развитой сетью ж/д. Автомобильный транспорт – достоинства: мобильность, возможность производить погрузку и выгрузку практически у любого цеха, автомобили преодолевают крутые подъемы, проходят по кривым малого радиуса, не требуют сложных погруз-разгруз устройств, легко приспосабливаются к дорожным и климатическим условиям, доставка без промежуточных перегрузок. Недостатки – небольшая грузоподъемность (до 12т), потребность в жидком топливе (самом дорогом), большие трудозатраты на перевозки. Водный транспорт достоинства – большая грузоподъемность у речного до нескольких сот тонн, у морского несколько тысяч тонн. Относительно невысокая стоимость перевозок из-за дешевизны содержания судового хода в отличии от ж/д, автомобильного. Недостатки – необходимость в судоходных реках, пристанях, портах и причалах, невозможность перевозки в зимнее время, перевозки только в навигационный период, низкие скорости движения. Воздушный транспорт достоинства – высокая скорость, возможность доставки грузов в любую точку, небольшая дальность беспосадочного полета. Недостатки – высокая стоимость перевозок, ограниченный размер перевозимых грузов. Наиболее эффективно авиационное применение для дорогостоящих, особорежимных грузов. Трубопроводный транспорт достоинства – возможность его строительства в сложных геологических и климатических условиях, большая пропускная способность, низкая себестоимость, полная герметизация транспортировки, автоматизация операций налива, перекачки и слива, требует меньших кап. вложений и расходов металла. Недостатки – возможность передачи лишь 2-3х видов жидкости, технические трудности в перекачке, например гидроуголь.

С точки зрения приоритета отдельных критериев (показателей) проводится процеду­ра ранжирование при выборе отдельных видов транспорта при организации транспортировки в ЛС . При выборе транспорта в первую очередь приниают во внимаение следующие факторы: надежность соблюдения графика доставки, время доставки, стоимость перевозки.

В то же время процедуры выбора способа транспортировки (перевозки), вида транспорта и перевозчика являются взаимосвязанными и должны сопровождаться специальными технико-экономическими расчетами. Сложность многокритериального подхода к рассматривае­мой проблеме выбора заключается в разнонаправленности критериев, раз­ной размерности и качественном характере многих показателей.

Значительная часть логистических операций на пути движения материального потока от первичного источника сырья до конечного потребления осуществляется с применением различных транспортных средств. Затраты на выполнение этих операций составляют до 50% от суммы общих затрат на логистику.

Потребитель транспортных услуг может осуществлять выбор перевозчика по множеству критериев. Каждый критерий будет иметь определенный удельный вес при определении рейтинга компаний. Чем больше критериев будет учтено при осуществлении выбора, тем точнее будет этот выбор. Однако излишне большое количество критериев может привести только к потере времени, поскольку многие критерии будут оказывать минимальное (практические несущественное) влияние на результат.

Критерии, которые могут оказать существенное влияние на рейтинг перевозчика и на принятие решения потребителем:

1) стоимость услуг;

2) время перемещения груза;

3) современность флота (поскольку часто именно устаревшее оборудование на судах, а также сами суда, которые эксплуатируются очень длительный период, могут стать причиной аварий, а значит порчи или потери груза);

4) качество предоставляемых услуг

5) надежность времени прибытия (это показатель, который характеризует компанию с точки зрения выполнения сроков доставки. Минимальные сроки доставки, которые будут определены по времени рейса, еще не являются гарантией того, что они будут выполнены, поэтому следует обратить внимание и на надежность времени прибытия);

6) эффективность деятельности перевозчика (не имеет прямого отношения к заключению договора перевозки и требованиям, выдвигаемым потребителем к перевозчику, однако оказывает косвенное влияние на принятие решения и это влияние достаточно сильное. Высокая эффективность деятельности компании для потребителя ее услуг может стать дополнительным стимулом к выбору именно этой компании. В качестве критериального показателя эффективности деятельности можно рассматривать рентабельность);

7) финансовая независимость (характеризует зависимость фирмы от внешних займов; также не оказывает прямого воздействия на осуществление перевозки, но обращает на себя внимание потребителя, так как чем больше займов у компании, тем выше риск неплатежеспособности);

8) производственные мощности (дает представление о том, насколько крупная та компания, с которой будет работать потребитель);

Выбор перевозчика и оценка значимости факторов может быть осуществлен путем расчета рейтингов компаний на основе удельных весов критериев и значений показателей (ранжирование).

**3.Содержание маркетинговой политики товарного движения.**

Маркетинговая политика товарного движения – деятельность предприятия по планированию, реализации и контролю движения своих товаров к конечному потребителю с целью удовлетворения его потребностей и получения предприятием прибыли.

Процесс доведения товара до потребителя – это, как правило, процесс взаимодействия с определенными организациями и физическими лицами, которых принято называть посредниками.

Каналы распределения – совокупность фирм и отдельных лиц, которые участвуют в процессе движения товара от производителя к конечному потребителю.

К основным типам торговых посредников относятся:

-оптовые торговцы – организации, которые приобретают товары у производителей в значительных объемах для их дальнейшей продажи розничным торговцам или организациям-потребителям;

-розничные торговцы – организации, которые приобретают товары у оптовых торговцев или производителей и осуществляют их последующую реализацию конечным потребителям;

-агенты и брокеры – организации или отдельные лица, которые способствуют заключению и реализации сделок купли-продажи товаров за комиссионное вознаграждение. Брокеры чаще всего не являются постоянными посредническими партнерами для производителей или потребителей. Тех, кого называют агентами, обычно осуществляют посредническое обслуживание на относительно постоянной основе. В литературе можно встретить утверждение, что дистрибьюторы – посредники на рынках промышленных товаров, а дилеры - на рынках конечных товаров.

Основные функции, которые выполняют посредники:

- организация транспортировки, хранения и сбыта продукции;

- с бор информации, проведение рыночных исследований, которые необходимы для оценки потребительского спроса и формирования соответствующих заказов производителям;

- построение коммуникаций с покупателями;

- поиск возможных покупателей и удержание существующих покупателей;

- доведение продукции до наиболее удобного и привлекательного для покупателя вида;

- участие в процессе ценообразования – как на «выходе», так и «входе».

Каналы распределения характеризуются определенными параметрами:

Протяженность (длина) канала распределения определяется количеством промежуточных уровней.

Использование варианта прямого сбыта продукции – не является какой-то редкостью для современной экономики.

Ширина канала зависит от числа независимых участников на каждом уровне товародвижения.

Исходя из сложившейся практики, каналы распространения товаров могут иметь такие формы построения (типы каналов):

1. Традиционная система. В таких каналах наблюдается наибольшая автономность его участников, представители каждого уровня канала действует в значительной степени самостоятельно, независимо от других.

2. Вертикальные маркетинговые системы. Здесь производители, оптовые и розничные торговцы-посредники функционируют как скоординированная система. Один из участников канала выступает координатором.

Как варианты ВМС можно выделить:

- корпоративную ВМС, здесь все субъекты-участники канала контролируются одним лицом, которое имеет по отношению к ним корпоративные права собственности;

- договорную ВМС, здесь действуют независимые участники, связанные между собой особыми договорными отношениями;

- управляемую ВМС, здесь выделяется один значительный, экономически сильный участник канала распределения, который на правах лидера координирует действия всех остальных субъектов канала.

3. Горизонтальная маркетинговая системы. Здесь несколько компаний одного уровня объединяют свои усилия для достижения рыночных успехов. Совместно действуя, компании могут объединить свои ресурсы для достижения большего совместного результата за счет объединения усилий.

4. Комбинированная маркетинговая система. Использование многовариантных подходов к построению каналов распределения характеризуется как применение комбинированных маркетинговых систем.

По своему характеру взаимодействие производителя с посредниками может строится на факторах - власти, зависимости или сотрудничества.

Отношения власти (правовой зависимости) означают, что производитель имеет право выдвигать определенные требования к деятельности посредников, определять объем их полномочий и решений.

Отношения сотрудничества формируются при использовании производителем некоторых стратегий. Стратегия инициативы производителя - здесь непосредственным инициатором сотрудничества в контексте производитель-посредники выступает сам производитель, который пытается предложить посредникам привлекательные условия работы с его товаром. Стратегия инициативы посредника - здесь производитель притягивает к себе посредника косвенным путем – через успех своей продукции на рынке. Существуют и смешанные коммуникационные стратегии, в которых сочетаются элементы стратегий вталкивания и втягивания.

Эффективность товародвижения оказывает большое влияние как на уровень удовлетворения потребностей покупателей, так и на величину издержек, которые несет фирма.

Традиционное товародвижение обычно начинается со складов предприятия и заключается в том, чтобы с наименьшими затратами доставить товары с этих складов к потребителям. В современной практике многие предприятия предпочитают использовать маркетинговую логистику, которая начинается с торговых точек и действует в направлении к предприятию. Признание маркетинговой политики вызвано следующими причинами:

- удовлетворение потребностей покупателей. Сохранить имеющихся и привлечь новых потребителей можно только за счет нахождения адекватных решений по цене, качеству, обслуживанию и другим показателям;

- маркетинговая логистика требует немалых затрат. Фирма-производитель должна быть внимательной с точки зрения достижения окупаемости этих затрат, получения от них реального эффекта;

- расширение товарооборота – вызывает необходимость развития систем управления товаропотоками.

**4.Контракты аренды. Особенности лизинговых операций.**

Аренда - гражданско-правовой договор, в силу которого арендодатель обязуется предоставить арендатору определенное имущество во временное владение и пользование, а арендатор уплачивает за это арендную плату.

Характеристика договора: консенсуальный, взаимный, возмездный.

Виды договора аренды:

договор проката;

договор аренды транспортных средств;

договор аренды зданий и сооружений;

договор аренды предприятия;

договор финансовой аренды (лизинг).

Договор аренды регулируется в основном ГК РФ. Также к числу нормативных актов, регулирующих аренду, следует отнести:

Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»;

Федеральный закон от 29 октября 1998 г. № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)»;

транспортные уставы (они регулируют аренду транспортных средств);

ст. 22 Земельного кодекса РФ от 25 октября 2001 г. № 136-Ф3, регулирующего аренду земельных участков;

Лесной кодекс РФ от 4 декабря 2006 г. № 200-ФЗ, регулирующий аренду лесных участков;

Водный кодекс РФ от 3 июня 2006 г. № 74-ФЗ;

Закон РФ от 21 февраля 1992 г. № 2395-1 «О недрах».

Плоды, продукция и доходы, полученные арендатором в результате использования арендованного имущества, являются его собственностью.

Предмет договора — любое индивидуально-определенное имущество, которое в процессе использования не теряет своих натуральных свойств.

Имущество - непотребляемая индивидуально-определенная вещь в состоянии, соответствующем условиям договора и назначению вещи со всеми необходимыми принадлежностями и необходимыми документами.

При заключении договора: обязательное требование — подробное описание арендуемого имущества.

Сторонами договора аренды являются арендодатель и арендатор. В роли сторон могут выступать все субъекты гражданских правоотношений: физические и юридические лица, а также государство (последнее выступает в арендных отношениях через свои органы).

В качестве арендодателя выступают собственники имущества, а также лица, управомоченные законом или собственником. Субъект права хозяйственного ведения может выступать арендодателем движимого имущества без согласия собственника, недвижимого — только с согласия собственника.

В качестве арендатора может быть любое лицо, однако в некоторых видах аренды субъектный состав может быть ограничен законом. Так, в договоре аренды предприятия и в договоре лизинга обе стороны должны быть предпринимателями (ст. 656 и 665 ГК РФ), а в договоре бытового проката предпринимателем должна быть лишь одна сторона — арендодатель (п. 1 ст. 626 ГК РФ).

В соответствии с Временным положением о лизинге, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 29 июня 1995 г. N 633 «О развитии лизинга в инвестиционной деятельности», операциями финансовой аренды (лизинга) занимаются специализированные организации (лизинговые компании), передающие приобретенное по заказу получателя (лизингополучателя) имущество в долгосрочную аренду. Если полученное по лизингу имущество не капитализируется арендатором, то до перехода права собственности на него к арендатору учитывается последним за балансом. Арендодатель (лизингодатель), передавший имущество по лизингу, продолжает учитывать его в своем балансе как собственное, производить амортизационные отчисления, уплачивать налоги.

В соответствии с п. "М" статьи 5 Закона РФ "О банках и банковской деятельности" Банкам разрешено наряду с другими, проводить и лизинговые операции. При этом Банк может участвовать в лизинговом процессе не как ссудодатель лизинговой компании, но и непосредственно как Лизингодатель, т.е. напрямую участвовать в лизинговом процессе.

Арендная плата по каждому наступающему сроку платежа за имущество, сданное в долгосрочную аренду, содержит платежи, погашающие сумму основного долга, процентов по основному долгу за истекший период, налогов, платы за страхование контракта и маржу лизингодателя. Тем же постановлением определено, что при реализации лизингового контракта может быть применен коэффициент ускорения амортизации имущества, передаваемого в лизинг до 3-х лет.

Отличия лизинговых операций от традиционной аренды:

1. Объект сделки выбирается лизингополучателем, а не лизингодателем, который приобретает оборудование за свой счет.

2. Срок лизинга меньше срока физического износа оборудования и приближается к сроку налоговой амортизации.

3. По окончании действия договора лизингополучатель может продлить аренду по льготной ставке или приобрести имущество по остаточной стоимости.

4. В роли лизингодателя обычно выступает финансовое учреждение - лизинговая компания.

С экономической точки зрения лизинг имеет сходство с кредитом, предоставленным на покупку оборудования.

Основными параметрами лизинговой операции являются срок лизинга (период лиза) и его стоимость.

Под ***периодом лизинга***понимается срок действия лизингового договора. При определении срока лизингового договора учитываются следующие моменты:

- срок службы оборудования;

- период амортизации оборудования;

- цикл появления более производительного или дешевого аналога сделки;

- динамика инфляционных процессов;

- конъюнктура рынка ссудных капиталов т тенденции его развития.

**Стоимость лизинга.**В проекте лизинговых операций наиболее сложным моментом является определение суммы лизинговых платежей, причитающихся лизингодателю.

В состав лизингового платежа входят следующие основные элементы:

амортизация;

плата за ресурсы, привлекаемые лизингодателем для осуществления сделки;

лизинговая маржа, включающая доход лизингодателя за оказываемые услуги;

рисковая премия, величина которой зависит от уровня различных рисков, которые несет лизингодатель.

Вместе эти элементы составляют*лизинговый процент.*

**5.Субъекты коммерческого (предпринимательского) права: общая характеристика отдельных видов.**

Субъект предпринимательского права – лицо, которое в силу присущих ему признаков может быть участником предпринимательских правоотношений.

Признаки субъектов предпринимательского права

1. *Легитимация* в установленном законом порядке. Индивидуальные предприниматели и организации легитимируются в качестве хозяйствующих субъектов с помощью государственной регистрации. Российская Федерация и субъекты РФ не нуждаются в государственной регистрации в качестве субъекта предпринимательского права, так как в соответствии с Конституцией РФ и Основными законами субъектов РФ они имеют соответствующую компетенцию для осуществления хозяйственной деятельности. Легитимация муниципальных образований осуществляется путем разработки ими устава, который принимается представительным органом местного самоуправления или населением непосредственно и подлежит государственной регистрации в порядке, установленном законом субъекта РФ.

2. *Наличие хозяйственной компетенции*, т. е. совокупности хозяйственных прав и обязанностей, которыми наделен хозяйствующий субъект в соответствии с законом, учредительными документами, а в отдельных случаях – на основании лицензии.

Выделяют общую, ограниченную, специальную и исключительную компетенцию.

а) *общая*компетенция дает возможность субъектам иметь права и нести обязанности, необходимые для осуществления любых видов предпринимательской деятельности, не запрещенных законом. Общей компетенцией обладают коммерческие организации, за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий и иных видов организаций, предусмотренных законодательством (ст. 49 ГК РФ);

б) *ограниченную* компетенцию имеет субъект, который самостоятельно ограничил свою хозяйственную компетенцию в учредительных документах, закрепив цель своей деятельности в учредительных документах. Сделки, совершенные организациями в противоречии с целями деятельности, определенно (исчерпывающе) ограниченными в их учредительных документах, могут быть признаны судом недействительными в случаях, предусмотренных ст. 173 ГК РФ (по иску этого юридического лица или его учредителя (участника) или государственного органа, осуществляющего контроль или надзор за деятельностью юридического лица, если доказано, что другая сторона в сделке знала или заведомо должна была знать о ее незаконности).

в) *специальной* компетенцией закон наделяет субъектов, которые в силу прямого указания закона обязаны закрепить цель своей деятельности в учредительных документах. Они могут иметь права, соответствующие целям деятельности, предусмотренным в уставе, и нести связанные с этой деятельностью обязанности. К субъектам специальной компетенции относятся государственные и муниципальные унитарные предприятия и некоммерческие организации.

г) *исключительной*компетенцией обладают субъекты, избравшие для себя такой вид деятельности, относительно которой законодателем установлен запрет осуществлять наряду с нею какие-либо иные виды предпринимательской деятельности (страховые компании, кредитные организации, аудиторские организации и др.). Сделки, совершенные организациями, в отношении которых законом предусмотрена специальная или исключительная компетенция, с нарушением предмета и целей их деятельности являются ничтожными на основании ст. 168 ГК РФ.

3. *Наличие обособленного имущества* как базы для осуществления предпринимательской деятельности. Правовыми формами такого обособления могут быть право собственности, хозяйственного ведения, оперативного управления. Обособленное имущество учитывается субъектов на балансе и служит основой самостоятельной имущественной ответственности.

4. *Самостоятельная имущественная ответственность* – означает, что хозяйствующий субъект отвечает сам, своим имуществом перед контрагентами и государством. По общему правилу, учредитель (участник) юридического лица или собственник его имущества не отвечают по обязательствам юридического лица, а юридическое лицо не отвечает по обязательствам учредителя (участника) или собственника. Исключения из этого правила могут предусматриваться законом или учредительными документами.

Виды субъектов российского предпринимательского права:

1) Российская Федерация, субъекты РФ, муниципальные образования, государственные и муниципальные органы;

2) индивидуальные предприниматели; Индивидуальным предпринимателем признается дееспособное физическое лицо (гражданин Российской Федерации, иностранный гражданин, лицо без гражданства), состоятельно, на свой риск и под свою личную имущественную ответственность осуществляющее предпринимательскую деятельность и зарегистрированное для этих целей в установленном порядке.

3) юридические лица; Понятие юридического лица определено в ст. 48 ГК 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.

4) хозяйственные объединения. Хозяйственные объединения – объединения индивидуальных предпринимателей и юридических лиц, участники которых осуществляют согласованную предпринимательскую деятельность.

Хозяйственные объединения являются одним из видов партнерских связей между организациями. Они создаются для реализации следующих целей:

1) консолидация участников и концентрация капитала;

2) повышение устойчивости фирмы на рынке и снижение финансовых рисков за счет их дифференциации и перераспределения;

3) повышение конкурентоспособности на рынке (превращение конкурентов в партнеров);

4) оптимизация управления;

5) открытие кредитных линий с целью доступности и удешевления кредитных ресурсов