**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 и 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.По целям влаения: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.

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.

 в) объекты, изъятые из оборота – это объекты, нахождение которых в обороте не допускается.

**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.

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

Выделяют пять основных функциональных областей логистики:

1.Закупочная логистика — решает вопросы связанные с обеспечением предприятия сырьем и материалами. Область взаимодействия 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 операции, осуществляемые логистикой можно разделить на две большие группы, выполняемых: Специальными транспортными организациями (транспорт общего пользования) и Транспортом, находящимся в собственности производителя готовой продукции (нетранспортных предприятий)

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. Особо следует остановиться на логистической поддержке производства, приобретающей сейчас особое значение в связи с широким распространением гибких производственных процессов и производством под конкретный заказ. 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.

**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. 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.

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.

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. Время пребывания товара на рынке формирует его экономические свойства – *ликвидность*.

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:

1)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.

2)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.

3)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.

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 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.

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 РФ, указов Президента РФ Правительство РФ 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 РФ, Правительства РФ.

К таковым актам в сфере таможенного дела относятся указы Президента РФ, постановления и распоряжения Правительства РФ (которые Таможенный кодекс РФ 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.

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

Под риском понимается возможность понести потери в результате осуществления 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.

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

Существуют различные способы грузоперевозки: 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.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. 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. 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. 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.

Потребитель транспортных услуг может осуществлять выбор перевозчика по множеству критериев. Критерии, которые могут оказать существенное влияние на рейтинг перевозчика и на принятие решения потребителем:стоимость услуг; время перемещения груза; современность флота, качество предоставляемых услуг ,надежность времени прибытия ,эффективность деятельности перевозчика ,финансовая независимость, производственные мощности 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.

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.

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.

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.

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

**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.

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

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.

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.

**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.

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.

3. *Наличие обособленного имущества* как базы для осуществления предпринимательской деятельности. 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.

Виды субъектов российского предпринимательского права:

1) 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.

2) юридические лица; 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.

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