**С 25.05.2020 по 29.05.2-20 – гр.32-З**

27.05.2020

Уважаемые студенты группы № **32-З** ВНИМАТЕЛЬНО ИЗУЧИТЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ.

**После лекций находятся вопросы домашней работы. Необходимо дать на них ответы**

 **Для получения зачёта по курсу дисциплины «Экономика организации» необходимо дать ответы на вопросы всех лекций и вопросы итогового теста. Ответы на вопросы лекций №7,№8 и вопросы итогового теста отправить и** отдельным файломпо электронной почте

**Лекция 7**

**Тема : «** Функции сбытового маркетинга. Лизинг в строительстве.

Сбыт строительной продукции »

**1.Понятие сбытового маркетинга и его функции**.

**сбытовой маркетинг** – комплекс мероприятий, приемов и способов, способствующих стимулированию спроса, реализации товаров при помощи рекламы, поиска и расширения каналов сбыта. Сбытовой маркетинг, не анализируя причины колебаний спроса и возможности улучшения продукта с целью удовлетворения потребителя, занимается вопросами активного продвижения уже произведенных товаров. Согласно концепции сбытового маркетинга, потребителей можно «заставить» купить любой товар, поэтому в арсенале методов сбытового маркетинга важное место занимает агрессивная реклама и методы стимулирования сбыта, такие как лотереи, скидки, уценки, распродажи.

В условиях рыночной экономики в целях повышения эффективности сбытовой деятельности строительных организаций необходимо в стратегии маркетинга проводить исследование общих условий сбыта строительной продукции:

- развитие технологии в строительном производстве и в смежных областях; - общеэкономической ситуации; - политических факторов; - культурных и демографических факторов.

**Производственно-сбытовая деятельность строительных организаций должна основываться на следующих маркетинговых принципах**:

1)нацеленность на удовлетворение спроса потребителей. Основными объектами изучения и воздействия выступают потребители-заказчики, конкуренты, рынок;

.

первичной функцией маркетинга подрядной организации является изучение рынка инвестиционных строительных проектов, конкурентное позицирование и предложение подрядчиком своей услуги заказчику. При таком подходе маркетинговые исследования направлены:

- на изучение инвестиционно-строительного рынка;

- поиск заказчиков;

- подготовку к торгам.

2)прогнозирование вариантов возможных ситуаций на рынке разработки стратегических решений;

3)постоянный сбор и обработка информации;

4)активное воздействие на рынок строительной продукции;

5)организация и сбыт новой строительной продукции в короткие сроки;

6)выработка долгосрочных стратегических целей;

7)выбор эффективных каналов сбыта: через торговые дома, ипотеку.

**Прямой сбыт**

При реализации строительной продукции функционирует прямой сбыт, т.е. существует рынок “**строительная организация - потребитель - заказчик”**. В условиях рыночных отношений главным становится работа на заказ, на заранее известный рынок. Выпуск строительной продукции осуществляется в соответствии с портфелем заказов, заключенными контрактами, подрядами, соглашениями.

Сроки строительства, проектно-сметная документация, технико-экономические характеристики объектов, применяемые конструкции, строительные материалы заранее оговариваются.

Проблема сбыта сводится к соблюдению договорной дисциплины и взаимных обязательств. Особое направление в деятельности строительной организации должны составлять:

· Анализ рыночных условий хозяйствования; Разработка путей или методов внедрения строительной продукции на определенный сегмент рынка; Расширение объёмов сбыта строительной продукции. Многие строительные организации используют методику “портфельного анализа”. Суть ее в том, что определенные виды строительной продукции выступают в качестве стратегических единиц бизнеса, а строительная фирма является портфелем таких стратегических единиц.

**. Функции сбытового маркетинга.**

Рассмотрим три модели “портфельного анализа”:

1. рост рыночной доли определенного вида строительной продукции;

2. привлекательность строительной организации;

3. направления стратегической политики фирмы.

Модель роста рыночной доли учитывает показатели: темп роста рынка отдельного вида строительной продукции и рыночной доли. Темп расширения рынка сбыта характеризует цикл жизни строительной продукции, а рыночной доли, повышает норму прибыли.

Модель привлекательности положения на рынке основывается на двух показателях:

a) конкурентоспособность и положение на рынке строительной продукции;

b) привлекательность строительной организации.

Модель направлений стратегической политики использует критерии конкурентоспособности строительной продукции и перспектив развития сферы строительного бизнеса. Критерии конкурентоспособности: доля на рынке, сеть сбыта послепродажного технического обслуживания, доступность сырья, стройматериалов, способность совершенствовать технологию строительного производства, качество строительной продукции.

Организация собственной сбытовой сети целесообразна лишь при реализации определенных видов строительной продукции (торговые центры, жилые дома, гаражи) на сегментах рынка, где поддерживается прямой контакт с потребителями-заказчиками.

**Реализация строительных контрактов через торги**

Создание основных фондов производственного и непроизводственного назначения требует значительных финансовых ресурсов, объемы которых зависят в основном от стоимости, продолжительности и районов строительства. Стремление к снижению стоимости и сокращению продолжительности строительства требует нового подхода, по сравнению с прямым сбытом, к организации системы сбыта строительной продукции.

Таким новым подходом является **конкурентная система заключения договоров строительного подряда (тендер).**

Подрядные торги (конкурсы) можно представить тремя обособленными типами инвестиционного процесса:

1. Архитектурно-строительное проектирование (разработка проектно-сметной документации, обоснование инвестиций, разработка строительного бизнес-плана, разработка инвестиционного проекта);

2. Проектно-строительные работы (заказчик выбирает подходящую ему проектно-строительную фирму и заключает с ней контракт);

3. профессиональное управление строительством (вовлечение заказчика в процесс реализации инвестиционного строительного проекта).

Заключение контрактов на конкурентной основе показывает, что сокращение продолжительности строительства и снижение стоимости строительства достигает 15-25% по отношению к среднесрочным ценам.

Принципиальным является вопрос о том, что считать первичным на рынке подрядных строительных работ:

- предложение услуг подрядчика (конкурсные торги) или

- предложение готовой строительной продукции.

Первичным является предложение готовой продукции и поэтому необходимо перенести на подрядный рынок концепцию жизненного цикла изделий, выделяя в этом цикле 9 структурных элементов (так называемая «петля качества»):

- изучение рынка строительной продукции;

- строительное проектирование и разработка технических требований;

- материально-техническое снабжение;

- подготовка и организация строительного процесса;

- производство строительно-монтажных работ;

- контроль качества, проведение испытания готовой строительной продукции;

- реализация и распространение готовой строительной продукции;

- техническая эксплуатация готовой строительной продукции;

- капитальный ремонт и модернизация.

первичной функцией маркетинга подрядной организации является изучение рынка инвестиционных строительных проектов, конкурентное позицирование и предложение подрядчиком своей услуги заказчику. При таком подходе маркетинговые исследования направлены:

- на изучение инвестиционно-строительного рынка;

- поиск заказчиков;

- подготовку к торгам.

**Структура маркетинговой деятельности подрядной строительной организации может выглядеть следующим образом:**

1. маркетинг инвестиционных предложений;

2. маркетинг инвестиционных проектов;

3. маркетинг конкурентов;

4. маркетинг соисполнителей;

5. маркетинг поставщиков;

6. маркетинг финансовых и страховых услуг;

7. маркетинг рабочей силы.

При подготовке к проведению подрядных торгов (конкурсов) или заключению контрактов подрядная организация проводит маркетинговые исследования:

1)изучает содержание тендерной документации, анализирует предложения заказчика (договорная цена, продолжительность строительства, условия оплаты определенных работ), оценивает соответствие своих производственных возможностей заданию по строительству объектов;

2)разрабатывает производственную программу по вводу объектов в действие и объему строительно-монтажных работ, исходя из своей производственной мощности;

3)проводятся мероприятия по повышению технического уровня и интенсификации строительного производства (индустриализация производства, развитие средств труда, внедрение обязательных типовых технологий, технологических карт, карт трудовых процессов, совершенствование систем управления);

4)конкурентоспособность фирмы основывается на оценке различных конкурентных преимуществ, используемых фирмами в своей маркетинговой стратегии:

-качество и цена товара;

-обслуживание потребителей;

-сроки исполнения заказа.

Эффективность работы строительной фирмы на рынке определяется количеством и объёмом заказов на производство работ, полученных в результате открытой конкурентной борьбы с другими фирмами.

Характеристикой конкурентоспособности фирмы является коэффициент конкурентноспособности, определяемый количеством выигранных тендеров по отношению к общему количеству тендеров, в которых принимала участие фирма в каждом сегменте рынка подрядных строительных работ за определенный период:

КК= Q/n.

КК- коэффициент конкурентоспособности;

Q - количество тендеров, выигранных фирмой;

n - количество тендеров, в которых принимала участие фирма.

5)маркетинговые исследования в области финансового менеджмента фирмы должны обеспечить получение максимальной прибыли, что является критерием финансово-хозяйственной деятельности фирмы;

6)инструментом маркетинга подрядных организаций является лизинг.

**Лизинг - это комплекс экономических отношений, связанных с передачей имущества во временное пользование на основе его приобретения и последующей сдачи в долгосрочную аренду**. По договору финансовой аренды (договору лизинга) арендодатель (лизингодатель) обязуется приобрести в собственность указанное арендатором (лизингополучателем) имущество у определенного им продавца (поставщика) и предоставить арендатору это имущество за плату во временное владение и пользование для производственно-коммерческой деятельности. Договором лизинга может быть предусмотрено, что выбор продавца и приобретаемого имущества осуществляется лизингодателем. Предметом договора финансовой аренды может быть любое движимое и недвижимое имущество, используемое для предпринимательской деятельности, за исключением земельных участков и других природных объектов.

В зависимости от состава участников сделки делятся на:

1. прямой финансовый лизинг (собственник имущества самостоятельно сдает объект в аренду пользователю. Это двухсторонняя сделка);

2. косвенный лизинг (имущество передается пользователю через посредника - лизинговую компанию или банк. Это трехсторонняя сделка: поставщик - посредник - пользователь).

Взаимоотношения между участниками лизинговой сделки можно проследить так: 1 - заключение договора лизинга;

2 - поставка предмета лизинга;

3 - оплата поставки предмета лизинга;

4 - платеж (арендная плата) за лизинг имущества.

**Лизинг дает возможность подрядной организации:**

- приобрести необходимое имущество без значительных капитальных единовременных затрат;

- частично избежать потерь, связанных с моральным износом основного капитала;

- расходы по лизингу относятся на себестоимость продукции, а это снижает налогооблагаемую прибыль;

- в договоре лизинга учитываются особенности деятельности фирмы (цикличность, сезонность производства);

- получить кредит в банке намного сложнее по сравнению с заключением лизингового договора.

Лизинговая деятельность получила свое развитие в Узбекистане. Утвержден ряд законодательных и нормативных актов, регулирующих лизинговые операции, создаются финансово-экономические условия для лизинговой деятельности в строительстве.

Непрямой сбыт

Помимо распространенных систем продажи строительной продукции - прямого сбыта (собственная сбытовая сеть), подрядных торгов (конкурсов), практикуется система сбыта через независимых и зависимых посредников - дистрибьюторов, джобберов, агентов, брокеров.

Независимый посредник приобретает право собственности на продукцию.

Зависимый посредник не приобретает этого права и осуществляет сбыт продукции на основе комиссионного вознаграждения.

**Дистрибьюторы** - торговые фирмы, закупающие у производителей продукцию на основе контрактных отношений.

**Брокеры и агенты** - это фирмы или отдельные предприятия, которые осуществляют сбыт продукции на основе комиссионного вознаграждения.

**Джобберы - это торговые фирмы**, которые скупают отдельные виды продукции для быстрой перепродажи.

**Непрямой сбыт имеет преимущества в определенных ситуациях:**

1) внедрение строительной организации на новые рынки сбыта;

2) наличие сильной конкуренции сбытовым подразделениям фирмы;

3) вытеснение с рынка конкурирующих фирм;

4) заинтересованность строительной организации в обеспечении заказчика-потребителя сопутствующими услугами;

5) превратить независимую систему сбыта в систему сбыта через финансово зависимых посредников.

**В конечном счете, в маркетинговой стратегии сбыта необходимо учитывать три фактора:**

1) виды строительной продукции;

2) характеры потребителя;

3) географическую протяженность рынка.

**В системе маркетинга общая структура анализа сбыта выглядит следующим образом**:

- анализ основных результатов сбытовой деятельности;

- анализ структуры производственно-сбытовых показателей.

**Ипотечное жилищное кредитование**

Ипотечное кредитование расширяет платежеспособный спрос населения на жильё и тем самым позволяет вовлекать внебюджетные средства в жилищную сферу, жилищное строительство и производство строительных материалов.

**Ипотечное кредитование обеспечивает взаимосвязь между**:

- денежными ресурсами населения;

- банками;

- финансово-строительными компаниями;

- предприятиями стройиндустрии.

Займы предоставляются на 10-25 лет. Купленное жильё служит в качестве обеспечения займа (залога) и в случае неуплаты займа собственность изымается банком и продается, чтобы полностью расплатиться за кредит.

**На рынке ипотечных кредитов действуют четыре субъекта:**

- заемщик;

- кредитор (или банк);

- инвестор;

- -правительство (создает условия, которые позволили бы банкам заниматься ипотечным кредитованием без неоправданного риска).

**Процедура получения заемщиком ипотечного кредита.**

Значительная часть средств для финансирования покупки и строительства жилья поступает через ипотечные банки, продающие свои долговые обязательства, обеспеченные выданными ипотечными кредитами на фондовом рынке.

1. внесение средств в уставной капитал ипотечного агентства. Доля правительства (города, региона) - 51%.

2. внесение средств в уставной капитал ипотечного агентства. Доля инвесторов - 49%.

3. аванс по договору купли-продажи (вносится заемщиком через кредитующий банк).

4. целевые денежные средства заемщику по кредитному договору на приобретение жилья по ипотеке.

5. оплата договора страхования закладываемого в залог жилья, жизни, трудоспособности (генеральное страхование).

6. оплата по договору уступки прав. Зачисление средств по периодическим платежам от заемщика по кредитному договору.

7. оплата независимой оценки квартиры лицензированным оценщиком.

8. приобретение облигаций ипотечного агентства.

9. осуществление расчетов по облигациям ипотечного агентства.

10. оплата комиссионного вознаграждения за обеспечение выдачи кредита.

11. договор о взаимодействии в рамках ипотечной программы (города, региона).

**Решить жилищную проблему возможно развитием по двум направлениям:**

- обеспечение бесплатным «социальным» жильем наименее защищенных слоев населения;

- предоставление возможности остальным жителям приобрести жилье на условиях льготного кредитования.

27.05.2020

**Лекция 8**

**Тема : «**.Общие требования к эффективно поставленному контролю в строительстве »

**Эффективность контроля.**

Сюда входят: выполнение обяза­тельств, предотвращение недостатков, затраты на контроль. Ос­новными целями должны быть: уменьшение расходов, связанных с обнаружением и устранением выявленных в процессе контроля недостатков; сокращение расходов на контроль; сокращение за­трат на персонал и технику контроля.

Эффективно поставленный контроль обязательно должен:

■ иметь стратегическую направленность, т. е. быть целеу­стремленным; ■ ориентироваться на результаты; ■ соответствовать характеру деятельности предприятия; ■ быть своевременным, гибким, экономичным, полным, си­стематичным, упреждающим, объективным (справедли­вым), компетентным, деловым, доброжелательным.

Обязательным элементом любого эффективного контроля явля­ется относительная и достаточная его простота. Экономичность и простота особенно важны в современных условиях, когда органи­зации стремятся строить свою работу на принципе доверия лю­дям, а это приводит к необходимости и возможности существен­ного сокращения контрольных функций, выполняемых непосред­ственно менеджерами. В этих условиях контроль становится ме­нее жестким и более экономичным.

**Контроль будет эффективным, если менеджер учтет ряд условий:**

1) менеджеру важно самому сформировать правильное отноше­ние к контролю, понимая его сущность не с позиции «ловить, изобличать и критиковать», а с позиции конструктивной работы по устранению выявленных недостатков; 2) необходимо постоянно думать о создании благоприятных предпосылок для контроля при реализации других функций управ­ления (например, при доведении задания устанавливать срок его исполнения);

**Типичные ошибки при осуществлении функций контроля.**Не­корректно проводимый контроль достаточно часто сопровождает­ся различными инцидентами с персоналом предприятия, что, есте­ственно, негативным образом сказывается на климате в коллекти­ве, личностных взаимоотношениях, а также может привести к па­дению производительности труда.

Проведение менеджером тотального контроля за действиями подчиненных влечет за собой раздражение и, как следствие это­го, небрежность в работе.

Отрицательные последствия влечет за собой также гласный кон­троль. Никому не приятно, когда о его ошибках сообщают всем.

И, наконец, самое главное правило, которое должен соблюдать любой менеджер: контроль не может быть следствием недоверия к работнику, контроль — это функция менеджера.

Менеджер должен уметь грамотно оформлять итоговую доку­ментацию по контролю. Нужно знать критерии оценки выполне­ния задания. Если такие критерии представляют собой количе­ственные или качественные показатели, то оценить работу не так уж и сложно. Но если выполненную работу в таких показателях оценить нельзя, то возникает проблема, как проконтролировать выполнение задания. Сравните два примера.

**Пример 1**. Критерий увеличения количества неких выпуска­емых изделий — от 100 до 200 шт. в 1 ч. Рабочий длительное вре­мя продолжает выпускать ПО шт. в 1 ч и не стремится к росту производительности своего труда. В этом случае менеджер впра­ве поинтересоваться и узнать причины, по которым рабочий не может приблизиться к цифре 200 шт. в 1 ч.

**Пример 2.** Перед цехом стоит задача изготовить прототип нового автомобиля в шестимесячный срок. В этом случае процес­сы контроля и измерения индивидуальных результатов труда ста­новятся более сложными и запутанными.

Для облегчения контроля за сложными производственными процессами можно составить полный список различных этапов и действий, направленных на успешное решение. Однако суще­ствуют более современные методы. Одним из таких методов яв­ляется графическое представление проекта или задания, кото­рое делает процесс выполнения задания и контроль над ним бо­лее легким и интересным. Особенно это важно для сложных за­даний. Для этого используются линейные, потоковые и другие виды диаграмм.

**Линейные диаграммы.**Это — один из самых простых и рас­пространенных приемов, используемых для иллюстрации и конт­роля процесса выполнения задания. Такие диаграммы иногда на­зывают диаграммами Гантта, по имени инженера Г. Л. Гантта. Ме­неджеру достаточно даже бегло взглянуть на такую диаграмму, чтобы легко понять, на какой стадии находится выполнение зада­ния к любой заданной дате, а также иметь возможность сравнить реальное положение дел с планом.

Линейная диаграмма состоит из трех основных элементов.

*Ось времени*задает шкалу, на которой оценивается достигну­тый результат. На ней размещаются любые необходимые едини­цы измерения: дни, недели, месяцы или те, которые будут наибо­лее целесообразны для каждого конкретного случая. Обычно вре­мя откладывается вдоль горизонтальной оси *X.*

*Ось этапов*— этапы подразумевают отдельные действия, кото­рые работники должны выполнить, продвигаясь от одной конт­рольной точки к другой. Обычно эти этапы отмечаются в хроно­логическом порядке по оси *Y.*

*Линии*— это отрезки прямых, которые рисуются на диаграмме. Они обозначают промежутки времени, за которые по плану сле­дует выполнить определенные этапы. Короткие отрезки обознача­ют короткие интервалы времени, длинные отрезки — длинные ин­тервалы времени.

Преимуществом линейной диаграммы считается то, что, завер­шив выполнение какого-либо этапа, можно закрасить соответству­ющий отрезок и быстро получить наглядную информацию о за­вершенных и незавершенных этапах.

Диаграммы Гантта отличает от других их простота, быстрота подготовки, использования, невысокая стоимость. Они прекрасно подходят для контроля как простых, так и сложных проектов. Од­нако иногда они не могут показать последовательное развитие действий, поэтому неприемлемы для очень сложных проектов.

**Потоковые диаграммы.**Такие диаграммы очень хорошо иллю­стрируют последовательность течения событий. Внешне потоко­вые диаграммы отличаются от линейных, но они также состоят из трех основных элементов.

*Этапы*— на потоковых диаграммах этапы показывают в виде стрелок, которые ведут от одного события к другому и так далее, вплоть до завершения проекта. При этом длина стрелок не обяза­тельно должна отражать продолжительность этапа. Основная цель стрелки в поточной диаграмме — проиллюстрировать последова­тельность и взаимосвязь этапов друг с другом.

*События*представляют в виде пронумерованных кружков, обо­значающих завершение определенного этапа.

*Время*— установленные интервалы времени проставляют на потоковой диаграмме рядом с каждым этапом (стрелкой). Просум­мировав эти интервалы вдоль любого определенного пути, менед­жер может установить общее время, отпущенное на завершение данных действий.

Потоковая диаграмма иллюстрирует связь этапов друг с другом. Определив самый продолжительный по времени путь, менеджер легко находит критический путь всего проекта. При этом он мо­жет использовать несколько методов.

*Метод критического пути*предполагает, что время, необходи­мое для завершения каждого отдельного этапа, может быть уста­новлено с достаточно высокой степенью точности. Данный метод выделяет этапы, определяющие продолжительность реализации всего проекта.

*Метод программной оценки и анализа (PERT*— *program evalua­tion and review technique)*— вариант метода критического пути, ко­торый используется в том случае, если время завершения отдель­ных этапов проекта не может быть точно установлено. Этот метод определяет среднее значение времени для возможного заверше­ния проекта, учитывая методы статистической обработки данных. В этом случае продолжительность выполнения каждого этапа за­дана.

Кроме того, менеджер может ввести балльную систему контро­ля, выставляя баллы за каждый учитываемый в работе фактор или за поведение работников.

Составляя итоговую документацию по контролю, менеджер должен уметь формально документировать результаты деятельно­сти работников. Обычно работники предприятия имеют множе­ство неформальных источников информации, касающихся резуль­татов их работы. Неформальные источники обратной связи не до­кументируются. Они могут быть положительные (Работа выполне­на в срок и хорошо! Молодец!) и отрицательные (Это ты сделал? Как ты мог? Ты сошел с ума!). Существуют важные поводы для проведения регулярных формальных контрольных оценок резуль­татов работы. Менеджер должен строго документировать все за­дания, поручаемые подчиненным. Это облегчает контроль и помо­гает в случае возникновения конфликтных ситуаций, когда подчиненный начинает отказываться от полученного задания или оправ­дывать его невыполнение. Иногда подчиненный может утверж­дать, что вообще не получал задания. Менеджер должен оцени­вать выполненное задание в соответствии с нормами и стандарта­ми, принятыми на данном предприятии и в отрасли.

*Норма*— некоторое неофициальное поведение, которое рас­сматривается как общепринятое на рабочем месте.

*Стандарт*— формальное требование, относящееся к выполне­нию обязанностей непосредственно на рабочем месте. К стандар­там относятся: правила, принятые в организации; ограничения и установленные процедуры; трудовые обязанности и прочие фор­мальные схемы действий, как письменные, так и устные.

В России исторически сложилось несколько иное определение понятий «норма» и «стандарт». Так, в нашей стране стандартами называют формальные требования, утвержденные на самом высо­ком уровне управления (государственном, отраслевом, на уровне предприятия). Прочие формальные требования, устанавливаемые для участка, цеха, отдела и предприятия, называют техническими нормами. То, что мы в данной главе определяем как норму, при­нято называть этическими нормами и правилами поведения.

Рассматривая контроль как управленческую деятельность, сле­дует понять, что основной его задачей является количественная и качественная оценка и учет результатов работы любого пред­приятия. Главными инструментами выполнения данной функции, как уже говорилось, являются наблюдение, проверка всех сторон деятельности, учет и анализ. В общем процессе управления кон­троль выступает как элемент обратной связи, так как по его дан­ным производится корректировка ранее принятых решений и планов.

Контроль годовых, месячных, недельных и дневных планов дол­жен осуществляться регулярно. Итоговая документация по конт­ролю представляет собой отчет в письменной форме, содержащий следующие вопросы и ответы на них:

■ Что могло быть выполнено из задуманных задач (целей) ?

■ Какие результаты достигнуты?

■ Что осталось несделанным и почему (установить причи­ны, помехи)?

■ Где было потеряно время?

■ Какие можно сделать выводы для предварительного пла­нирования следующего периода (дня, недели, месяца) ?

■ К итоговой документации по контролю относится также отчетная документация по бухгалтерскому учету, кальку­ляция себестоимости и статистическая отчетность.

Вопросы

 по **теме : «** Функции сбытового маркетинга. Лизинг в строительстве.

Сбыт строительной продукции »

1.Что такое маркетинг?

2 Что такое **сбытовой маркетинг** ?

3.Какие исследования необходимо проводить в стратегии маркетинга для повышения эффективности сбытовой деятельности строительных организаций?

4. В чём заключаются особенности производственно-сбытовой деятельности строительных организаций?

5. Изложите сущность методики “портфельного анализа” и дайте характеристику трёх его моделей

6. Что такое тендер ?

7. Что включает в себя понятие «петля качества» ?

8.Что такое коэффициент конкурентно способности и как он определяется ?

.9.Что такое лизинг и что не может быть предметом лизинга?

 10.Что такое прямой финансовый лизинг и что такое косвенный лизинг?

11. Какие возможности лизинг дает подрядной организации?

12.Объясните такие понятия, как: дистрибьюторы , брокеры и агенты, джобберы

13 Какие три фактора необходимо учитывать в маркетинговой стратегии сбыта ?

14. Взаимосвязь между какими субъектами обеспечивает ипотечное кредитование ?

15. Изложите сущность двух направлений решения жилищной проблемы

**по теме : «.Общие требования к эффективно поставленному контролю в строительстве »**

16. Каким должен быть эффективно поставленный контроль в строительстве ?

17. Изложите типичные ошибки при осуществлении функций контроля

18. Изложите сущность использования линейных, потоковых и других видов диаграмм и как методов контроля в строительстве

19. Изложите основную задачу контроля в современном российском строительстве и укажите инструментами выполнения данной функции.

Итоговый тест

**опрос:**

**1.Укажите, какие из перечисленных ниже организаций является коммерческими**:

1.производственный кооператив;

2.потребительский кооператив;

3.благотворительный фонд.

4.товарищество

**ответ :**

 2.С **какого момента фирма считается созданной?**

1.с момента принятия устава;

2.с момента заключения учредительного договора;

3. с момента начала своей деятельности

4.с момента государственной регистрации

**ответ :**

**3.Являются ли представительства и филиалы предприятия юридическими лицами?**

Варианты ответа:

1.да;

2.нет.

3.являются,если это предусмотрено уставом

**ответ :**

**4.Что является производственным результатом деятельности предприятия?**

**1.**разница между прибылью и издержками

2.объем произведенной продукции;

3.выручка от реализации продукции;

4.прибыль от реализации продукции.

**ответ :**

**5.Укажите, какие из перечисленных услуг не относятся к услугам производственного характера**:

1.ремонт автотранспорта;

2.консультации по разработке бизнес-плана;

3.монтаж оборудования у заказчика;

4.консультации юриста.

**ответ :**

**6.При каких условиях общий объем продукции промышленной предприятия может быть определен в натуральном выражении?**

1.продукция должна быть однородной;

2.может быть определен всегда;

3продукция должна быть однородной

**ответ :**

7**.Что предполагает право собственности предприятия:**

1.право владения объектом собственности; 2.право распоряжений и использования объектов; 3.право владения, распоряжения и использования объектов собственности в целях и пределах, установленных законодательством 4.право распоряжений и управления объектами;

**ответ :**

**8.Что является общим для всех организационно правовых форм собственности?** 1.принадлежность имущества предприятия группе физических и юридических лиц; 2.принадлежность имущества предприятия одному владельцу – физическому лицу; 3.принадлежность имущества предприятия группе совладельцев собственности.

**ответ :**

9.**Какая из форм коллективной собственности основана преимущественно на личном труде членов этого коллектива:**

1.кооперативы;

2.товарищество;

3.арендные предприятия

4.фермерское хозяйство

**ответ :**

**10.Назовите главный фактор, который зависит от общей конъюнктуры рынка в конкурентной рыночной экономике:**

1.уровни качества продукции;

2.географическое положение предприятия;

3. реклама

4.цена на продукцию (услуги).

**ответ :**

**11.Назовите одну из важнейших проблем управления деятельностью предприятия:**

1.получение прибыли;

2.сокращение издержек производства;

3.снижение цен на продукцию

4.маркетинг.

**ответ :**

**12.Укажите основной и неограниченный источники валового и чистого дохода для каждого предприятия:**

1.уменьшение затрат труда в расчете на единицу продукции

2.уменьшение издержек производства в расчете на единицу продукции;

3.лучше использование имеющихся материальных ресурсов (их экономии).

4.увеличение масштабов производства продукции и оказание услуг в пределах емкости рынка;

**ответ :**

**13.В каких случаях фирма признается банкротом?**

1.резкое ухудшение финансового положения;

2 .неспособность удовлетворить за счет результатов своих текущих операций имущественные и денежные претензии кредиторов.

3.после достижения конкретной единовременной цели;

4.несвоевременное удовлетворение за счет результатов текущих операций имущественные и денежные претензии кредиторов.

**ответ :**

**14.В каких случаях ставки налогов являются дегрессивными?**

1.когда ставки налогов растут с ростом базовой налогооблагаемой величины ;

2.когда налоговая ставка устанавливаемая в процентах остается неизменной независимо от налогооблагаемой базы;

3.когда ставка налогов увеличивается с ростом налогооблагаемой величины.

4когда ставки налогов растут с ростом базовой налогооблагаемой величины, но с уменьшением прироста;

**ответ :**

**15.Когда реализуется механизм воздействия таможенной политики на деятельность предприятия?**

1.когда товар, реализуемый на внутреннем рынке, облагается НДС и акцизами;

2.когда фирма совершает операции по экспорту и импорту;

3когда фирма совершает операции по импорту;

4.когда страна-импортер в целях защиты внутреннего рынка вводит импортные пошлины.

**ответ :**

**16.В чем выражаются механизмы оптовой торговли?**

1.только в форме торгово-посреднических фирм;

2.в форме прямых связей, биржевой торговли и оптовых торгово-посреднических фирм;

3.в условиях установления между продавцами и покупателями договорных взаимоотношений.

4.в форме прямых связей оптовых торгово-посреднических фирм с реализаторами ;

**ответ :**

**17.Назовите источники финансовых ресурсов предприятия:**

1.денежные вклады учредителей в уставной фонд;

2.заемный капитал;

3.собственные средства, 4

4.коммерческий и банковский кредит.

**ответ :**

**18.Объем производственной продукции предприятия за год сократился на 10%. Как изменились цены**?

1.возросли на 10%;

2.возросли на 11,1%;

3.снизились на 10%.

4снизились на11,1%;

**ответ :**

**19.К какой категории руководителей следует отнести начальника отдела маркетинга?**

1.высшего звена;

2.эта должность **не** относится к категории руководителей

3.низшего звена.

4.среднего звена;

**ответ :**

**20.Включаются ли работники, работающие по совместительству, в списочную численность персонала?**

1.да;

2.нет.

**ответ :**

**21.Как определяется средняя списочная численность персонала за месяц, если предприятие начало функционировать только с 15 числа данного месяца?**

1делением суммы списочных чисел за дни работы предприятия на число календарных дней функционирования;

2.делением суммы списочных чисел на число рабочих дней в месяце;

3.делением суммы списочных чисел за дни функционирования предприятия на число календарных дней в месяце.

4.делением суммы списочных чисел на число рабочих дней в месяце и умножением на средний коэфициент

**ответ :**

22.В **каком документе отражаются данные учета рабочего времени в человеко-днях?**

1.ведомости на зарплату;

2.отчетах руководителей подразделений;

3.отчете главного бухгалтера

4.табеле учета рабочего времени.

**ответ :**

**23.На участке №1 средняя часовая выработка увеличилась за 2 года на 30%, на участке №2 трудоемкость снизилась на 25%. На каком участке выше темп прироста производительности труда?**

1.на первом;

2.втором;

3.одинаково.

**ответ :**

**24.Кем устанавливается размер минимальной заработной платы?**

1.минимальная ставка устанавливается предприятием; 2.минимальная ставка устанавливается регионами

3.минимальная заработная плата устанавливается правительством РФ

**ответ :**

**25 .Сколько разрядов в единой тарифной ставке, применяемой в бюджетных организациях?**

**1.10**

2.8;

3.6;

4.18.

**ответ :**

**26.К какой категории можно отнести операторов автоматических установок?**

1.к основным рабочим;

2.к служащим;

3.к вспомогательным рабочим.

**ответ :**

**27.Как определяется тарифный коэффициент при оплате труда?**

1.соотношение уровня оплаты труда конкретного разряда к предыдущему;

2. с применением среднего коффициенту.;

3.соотношение уровня оплаты труда определенного разряда к последующему.

4.соотношение уровня оплаты труда конкретного разряда к первому;

**ответ :**

**28На сколько процентов изменится производительность труда (ср. выработка), если трудоемкость сократилась на 20%?**

1.возрастет на 20%;

2.возрастет на 30%;

3.возрастет на 25%;

4.останется без изменений.

**ответ :**

**29.Какой метод измерения производительности труда используется для обобщающей оценки динамики производительности труда по фирме в целом?**

1.трудовой;

2.натуральный;

3.стоимостный.

**ответ :**

**30.Фонд оплаты труда (ФОТ) по фирме за отчетный год составил 5500 тыс. руб. Установить размер ФОТ на планируемый год, если предусмотрен рост средней заработанной платы на 20% при сокращении численности персонала на 20%:**

1.5500 тыс. руб.;

2.5580 тыс. руб.;

3.8250 тыс. руб.

4.5280 тыс. руб.;

**ответ :**

**31Объем произведенной продукции по фирме за отчетный год составил 28000 тыс. руб., а за предыдущий год – 25000 тыс. руб. Определить изменение трудоемкости единицы продукции, если средняя списочная численность персонала основной деятельности сократилась на 10%.**

1.рост на 24,4%;

2.сокращение на 10,4%;

3.сокращение на 19,6%.

4.рост на 19,6%.

**ответ**

**32.Как определяется календарный фонд времени в человеко-днях?**

1.путем умножения среднестатистической численности персонала предприятия на число календарных дней в периоде;

2.сумма явок и неявок в рабочие дни месяца;

3.путем умножения среднестатистической численности персонала предприятия на число рабочих дней в периоде.

4.сумма явок и неявок за календарный период времени

**ответ**

33.**Укажите правильное определение фактически отработанного времени (чел.-дней).**

1.табельный фонд времени минус очередные отпуска;

2.табельный фонд времени минусотсутствие по больничным листам ;

3.явочный фонд времени минус прогулы.

4.максимально возможный фонд времени минус неявки по всем причинам;

**ответ**

**34Укажите, по какой формуле можно определить показатель зарплатоемкости.**

1 .Зарплатоемкость (з) = Q;ФОТ

2. З= ФОТ: Q;

3. З= ФОТ:W× T, где W – ср. выработка, T – ср. спис. численность персонала.**о**

**ответ**

35**.Предприятие приобрело станок, стоимость которого составила 22800 тыс. руб., доставка – 7500 тыс. руб., установка – 1440 тыс. руб. Чему равна первоначальная стоимость станка?**

1. 30300 тыс. руб.;

2 22800 тыс. руб.;

3. 31740 тыс. руб.

**ответ**

**36.К какому виду имущества следует отнести товарные знаки?**

1.оборотным средствам;

2.основным фондам;

3.нематериальным активам.

**ответ**

**37.Какой показатель характеризует состояние основных фондов?**

1.коэффициент обновления;

2.коэффициент ликвидности

3.коэффициент годности;

**ответ**

**38Какие заемные средства могут использоваться фирмой длительное время?**

1.кредиторская задолженность поставщикам;

2.прочие краткосрочные обязательства;

3кратко срочные кредиты банков

4.долгосрочные кредиты банков.

**ответ**

**39.В каких конкретных формах может быть представлен капитал предприятия в целом?**

1.средства производства;

2.деньги;

3.товары.

**ответ**

**40.Что включается в имущество предприятия?**

1.основной капитал;

2.оборотный капитал;

3.производственный капитал.

**ответ**

**41Какие из перечисленных объектов относятся к пассивной части основных производственных средств?**

1.здания;

2.транспортные средства;

3.машины и оборудование.

4.сооружения

**ответ**

**42.В состав каких затрат входят амортизационные отчисления?**

1.в состав затрат на производство продукции;

2.в состав затрат на реализацию продукции;

3.в состав затрат на производство и реализацию продукции.

**ответ**

**43.По какой из формул определяется годовая норма амортизации (Ам**)?

1.Ам=(Ппс + Рл – В)/Т;

2.Ам=(Ппс – В)/Т

.3.Ам=(Ппс + Рл)/Т;

**ответ**

**44Укажите наиболее общий показатель использования основного капитала:**

1.амортизациемкость;

2.фондоотдача;

3. фондоемкость.

**ответ**

**45.Что входит в состав собственных оборотных средств?**

1.фонд, образуемый за счет прибыли;

2.депозиты, реализованные сторонними лицами;

3.выданные векселя.

**ответ**

**46. Что из перечисленного нельзя отнести к внутренним факторам, оказывающим влияние на устойчивое финансовое состояние организации**

1.наличие гибкой структуры капитала;

2.положение предприятия на финансовом рынке

3.организация движения капитала,

4 производство и выпуск дешевой, пользующейся спросом на рынке продукции

**ответ**

**47** **Какой из методов проведения анализа определения финансового состояния фирмы характеризует удельный вес показателей в общем итоге баланса предприятия**

А. вертикальный анализ

Б горизонтальный анализ

**Ответ**

**48 Сметную себестоимость строительства можно определить ,как:**

1 Сумму затрат на матералы, транспортные расходы и заготовительные расходы

2. Сумму прямых затраты и накладных расходов

3. Сумму затрат на на материалы , основной з/п ,стоимости эксплуатации машин и прочих прямых расходов

**Ответ**

**49 Если чистые активы превышают уставный капитал организации за анализируемый период, то может это считаться абсолютным показателем финансовой устойчивости организации или нет ? Ответ аргументируйте**

**1Может, потому что**

2.Не может, **потому что**

**Ответ**

50 Расшифруйте и прокомментируйте формулу**- валовой прибыли—**

 **ВП = П - С**

**Ответ**

**51 Из скольких разделов состоит** **бизнес-план строительной организации**?

1.из 4-х

 2.из7-ми

3.из 8-ми

4.из 3-х

**Ответ**

52. **В какой части бизнес-плана приводится описание ценовой стратегии организации?**

1. в1 - ой

 2 во 2- ой

3. в 3--ей

4.в 4--ой

**Ответ**

**53 Способы фиксирования цены строительной продукции в контрактах(выбрать правильный ответ)-это:**

1.твердые цены, подвижные цены, регулируемые ценны;

2 .подвижные цены, скользящие цены, твердые цены;

3.нестабильные цены ,скользящие цены ,твердые цены

**Ответ** 2 подвижные цены, скользящие цены, твердые цены;

**54.** Что такое (**ТЕР-2001)** ?

**Ответ**

**Ответ** В территориальные сборники (**ТЕР-2001)** включаются единичные расценки, привязанные к местным условиям строительства, которые применяются при строительстве в пределах территории административного образования РФ (региона). Они утверждаются и вводятся в действие администрациями субъектов РФ. Публикуются в «Строительных информационных сборниках».

**55. Задача**

**Определить**:

1) Сдельную заработную плату каждого из членов бригады;

 2) Общий заработок каждого члена бригады с учетом премиальных.

Размер премии равняется \_\_\_\_\_руб.

Данные для расчета представлены в таблице.

 Ф.И.О.

работника Иванов В.П. Петров П.Т. Сидоров А.Ю. Кузькин П.А.

Разряд V IV III I

Часовая 80,2 72,1 6 4,75 42,4

тарифная ставка, Тст. t1 t2 t3 t4

Отработанные 170 175 170 160 часы, t

 Коэффициент 1.0 0.8 1.2 1.1 трудового участия

1. Сдельная заработная плата каждого из членов бригады определяется по формуле:

Зсд = Тст. \* t,

где: Зсд - сдельная заработная плата членов бригады, руб

Тст – часовая тарифная ставка, руб

t – отработанные часы каждым членом бригады.

2.Сумму коэффициента трудового участия (КТУ) определяем:

КТУ общ = КТУ 1 + КТУ 2 + КТУ 3 + КТУ4,

где: КТУ общ - сумма коэффициента трудового участия,

КТУ 1 – коэффициент трудового участия Иванова В.П. и т.д.

3.Определяем цену одного КТУ

КТУср = Пр : КТУ общ,

где: КТУср - цену одного КТУ,

Пр – премия, руб

4. Определяем зарплату каждого члена бригады с учетом премии

Зчл = КТУср \* КТУ п + Зсд. п

 1. Определяем сдельную заработную плату каждого из членов бригады

Зсд = Тст. \* t,

где: Зсд - сдельная заработная плата членов бригады, руб

Тст – часовая тарифная ставка, руб

t – отработанные часы каждым членом бригады.

**Ответ**

**критерии оценки**

**каждый правильный ответ оценивается 1 баллом**

52-55 баллов - оценка « 5» -зачтено

47-51балл - оценка « 4 » -зачтено

30-46 баллов - оценка « 3» -зачтено

менее 28 баллов оценка « 2» не зачтено