



КУРСОВАЯ РАБОТА

Специальность СПО

**08.02.01 «Строительство и эксплуатация
зданий и сооружений»**

Учебная дисциплина

ОП.06 Экономика организации

Тема: Расчет договорной (контрактной) цены) на строительство загородный коттедж (стоимость по смете 4 500 000 руб.)

Выполнил студент 4 курса
группы Ст – 317
Бришева Анастасия Сергеевна

Проверил руководитель работы:
Шабашова Светлана Геннадьевна

Оценка
_____(_____)_____
Допустить к защите «__» _____
2020г.



Утверждаю
Зам. директора по УМР
И.И. Уренёва

«_____» _____ 20__ год

ЗАДАНИЕ
на курсовую работу
по дисциплине Экономика организации

Студенту Бритшевой Анастасии Сергеевны

Группы Ст-317 4 курса

Специальность 08.02.01 «Строительство и эксплуатация зданий и сооружений»

Тема: Расчет договорной (контрактной цены) на строительство загородного коттеджа.

Исходные данные:

Стоимость строительства загородного коттеджа по смете 4 500 000 руб.

Разрабатываемые вопросы (содержание):

1. Пояснительная записка в объеме 25-30 страниц.

1.1. Задание на выполнение раздела.

1.2. Содержание раздела.

1.3. Введение.

Теоретическая часть:

1.4. Исследование рынка строительных услуг.

1.5. Анализ потенциальных поставщиков материальных услуг.

1.6. Анализ потенциальных строительных услуг.

1.7. Анализ предприятий конкурентов и их строительных услуг.

Практическая часть:

1.8. Расчет договорной (контрактной цены) на строительство загородного коттеджа

1.9. Процедура проведения подрядных торгов.

1.10. Определение цены контракта.

1.11. Типы и модели контрактов.

1.12. Расчет экономической эффективности по проектированию объекта.

1.13. Определение рентабельности строительной фирмы.

1.14. Заключение.

1.15. Список информационных источников.

Дата выдачи задания на курсовую работу «21» сентября 2020г.

Срок выполнения работы «12» ноября 2020г.

Руководитель работы _____/Шабашова С.Г./

Задание рассмотрено и одобрено

на заседании МО ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ СТРОИТЕЛЬСТВА

Протокол № 2 «16» сентября 2020 г.

Руководитель МО _____/Н.В. Стенькина

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.		5
Теоретическая часть		8
1	Исследование рынка строительных услуг	8
1.1	Анализ потенциальных поставщиков материальных услуг	8
1.2	Анализ потенциальных строительных услуг	9
1.3	Анализ предприятий конкурентов и их строительных услуг	12
Практическая часть		15
2	Расчет договорной (контрактной) цены на строительство проектируемого объекта	15
2.1	Процедура проведения подрядных торгов	15
2.2	Определение цены контракта	16
2.3	Типы и модели контрактов	18
3	Расчет экономической эффективности по проектированию объекта	22
4	Определение рентабельности строительной фирмы	25
Заключение		28
Список информационных источников.		30

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ		
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата			
Разраб.		Бритишева А.С.			Расчет договорной (контрактной) цены) на строительство загородного коттеджа (стоимость по смете 4 500 000 руб.)	Лит.	Лист
Пров.		Шабашова С.Г					3
Реценз.		Шабашова С.Г					30
Н. Контр.		Стенькина Н.В.				ГАПОУ КТuХО	
Утверд.		Уренева И.И.					

Введение

Строительство представляет собой отдельную, самостоятельную отрасль экономики страны, которая предназначена для создания и ввода в действие новых основных фондов, а так же для реконструкции и расширения, ремонта и технического перевооружения действующих основных фондов. Как отрасль материального производства, строительство имеет ряд особенностей, отличающих его от других отраслей

Основными задачами экономики строительства являются: адекватное определение стоимости будущего строительного объекта, выбор наиболее экономичных вариантов технических и организационных решений, тщательная проработка экономической части конкурсной и договорной документации, экономное расходование ресурсов и рациональная организация заработной платы в строительных организациях.

На рынке строительных услуг, как и на любом другом конкурентном рынке, установление равновесной цены происходит под влиянием спроса и предложения.

Результаты деятельности любой фирмы зависят от типа рынка, на котором приходится продавать свои товары.

При этом имеются в виду различия между рынками не по характеру продаваемых товаров, а по сложившимся условиям конкуренции при их продаже.

В рыночном ценообразовании договорная (контрактная) стоимость строительства заменяет расчетную сметной стоимость после заключения подрядного договора на строительство.

Договорная цена строительства является основным элементом правовой основы, регулирующей производственно-хозяйственные и другие взаимоотношения субъектов инвестиционно-строительной деятельности.

Договорная (контрактная) стоимость устанавливается в результате подрядных торгов и определяется в договоре на строительство между заказчиком и подрядчиком.

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
						4
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

Актуальность курсовой работы заключается в выборе пути снижения затрат (себестоимости) на строительные-монтажные работы исходя из анализа рынка строительной продукции и применяемой технологии ведения СМР и, как следствие снижения договорной (контрактной) цены на строительство загородного коттеджа.

Целью курсовой работы является проведение сравнительного анализа экономических показателей техпроцесса организации строительства загородного коттеджа в условиях реального производства и проектируемого варианта.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

- произвести исследования рынка строительных услуг;
- проанализировать и дать оценку конкурентной среды на рынке строительных услуг;
- произвести расчет договорной (контрактной) цены на строительство здания загородного коттеджа
- произвести расчет экономической эффективности по проектному варианту строящегося объекта;
- оценить экономические результаты деятельности строительной организации;
- предложить меры и способы для повышения экономической эффективности деятельности строительной организации.

Объектом исследования выступает:

- анализ и расчет контрактной цены;
- анализ и расчет показателей экономической эффективности проектируемого варианта строительства загородного коттеджа.

Предметом курсовой работы является расчет договорной (контрактной цены) на строительство загородного коттеджа.

Гипотеза курсового проекта: Экономический эффект от строительства загородного коттеджа будет наблюдаться при снижении себестоимости СМР, уменьшении расходов на эксплуатацию машин и механизмов, росте выработки

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		5

рабочих и, как следствие, сокращении продолжительности строительства и снижении накладных расходов.

В процессе работы применялись такие общенаучные методы исследования как анализ и логический подход к оценке экономических явлений, комплексность, системность, изучение, сравнение.

Практическая значимость курсовой работы в современных условиях строительного производства заключается в следующем:

- формирование умений и навыков по определению договорной цены и расчёту экономической эффективности строительства проектируемого здания;
- в возможности применения полученных навыков и умений при разработке выпускной квалификационной работы;
- в возможности применения полученных навыков в профессиональной деятельности в различных строительных организаций;
- в возможности применения полученных навыков и умений в организации, открытии и продвижении собственного бизнеса на рынке строительных услуг.

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
						6
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

Теоретическая часть

1. Исследование рынка строительных услуг

В рыночной экономике основополагающим элементом является рынок. Понятие "рынок" по мере развития общественного производства и обращения неоднократно менялось и по-разному трактовалось. Эта категория является весьма сложной и многогранной.

Пред-проектные маркетинговые исследования должны быть нацелены на развитие и реализацию общего направления деятельности строительной фирмы, ориентируемой на рынок строительных услуг, которая должна следовать следующим принципам маркетинга:

- импульсы для своей деятельности фирма получает от рынка;
- фирма должна работать на «опережение», учитывать не только существующие, но и те потребности, которые возникают с появлением возможности их удовлетворения;
- фирма не только изучает и удовлетворяет, но и формирует спрос в нужном для себя направлении;
- фирма не руководствуется ежеминутной выгодой, а ориентируется на долгосрочное, прочное и устойчивое присутствие на рынке;
- фирма учитывает, что развитие рынка идет по пути выделения все более узких групп потребителей с все более специфическими вкусами и запросами, по пути индивидуальной работы с каждой отдельной категорией;
- конечные цели фирмы, состоящие в устойчивом получении высоких прибылей в течение длительного времени, выражаются в постановке конкретных заданий на определенный период времени.

1.1 Анализ потенциальных поставщиков материальных услуг.

Факторы маркетинговой микросреды — это те факторы, с которыми фирма непосредственно соприкасается и взаимодействует в своей деятельности, а именно:

- 1) поставщики;
- 2) конкуренты;

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
						7
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		

- 3) посредники (состояние системы распространения товаров);
- 4) потребители (спрос и мотивация предпочтений отдельных групп заказчиков).

Изучить поставщиков — значит, выявить не только фирмы, поставляющие сырье, комплектующие и другую продукцию, но также поставщиков услуг и финансовых ресурсов (банки).

Изучить конкурентов — значит выяснить сравнительные позиции действующих на рынке фирм, особенности используемых ими стратегий, сильные и слабые стороны.

Конкурентная борьба происходит сразу на всех уровнях:

Функциональная – между всеми способами удовлетворения данной потребности (например: приобретение жилья);

Видовая — между предложениями одного типа, различающимися некоторыми основными характеристиками (например, между различными типами малоэтажных проектов);

Предметная – между разными предприятиями со сходными основными характеристиками (например, проектами домов из кирпича).

Для успешной борьбы с конкурентами необходимо внимательно изучить их маркетинговую стратегию и стараться прогнозировать их действия.

В частности, наша фирма должна постоянно искать и находить убедительные ответы на вопрос, чем их продукция (услуги) лучше нашей, которую предлагают конкуренты. При этом часто употребляются, следующие признаки продукции (услуг):

- 1) уникальные свойства;
- 2) гарантированное качество;
- 3) низкая (с учетом эксплуатации расходов) стоимость товара (услуг);
- 4) прогрессивность товара и большой срок до его морального старения;
- 5) известная торговая марка;
- 6) послепродажное обслуживание;
- 7) простота использования.

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		8

Поведенческие характеристики, которые необходимо учитывать при изучении заказчиков включают:

- рационализм или рациональность;
- экстравагантность или сдержанность в поведении: жизнь «напоказ» или «для себя» (по своим законам);
- активный или «домоседский» образ жизни; «спортивный», «светский» или другой способ проведения досуга;
- отношение к новизне, готовность к восприятию новинок.

По данному признаку можно выделить несколько категорий:

Новаторы — те, кого привлекает все новое, кто охотно пробует неизвестный товар (услуги), невзирая на связанный с этим риск. Значение данной категории заказчиков состоит в том, что они формируют общественное мнение о новом товаре (услуге) на начальном этапе их вывода на рынок, следовательно, могут определить их судьбу.

Последователи — те, кто начинают потреблять товар (услугу) лишь, после того как получают достаточное число отзывов о них.

Консерваторы — те, кто последними присоединяются к числу пользователей, когда товар (услуга) уже становится полностью традиционными.

Строительная фирма может последовательно переносить рекламу и усилия по продвижению своих услуг на соответствующую категорию заказчиков.

2) Сколько. Частота покупки (заказа) данного товара (услуги) и средний объем одной покупки у покупателей в целом и у отдельных групп покупателей.

3) Почем. По какой цене покупают и могли бы покупать товар (услугу) фирмы и конкурирующие товары, представители различных социальных и демографических слоев населения, жители разных регионов и типов населенных пунктов.

4) Каким образом. Сбор данных, в частности, о том, откуда те или иные заказчики обычно черпают информацию, каковы их критерии выбора, как они принимают решения о заказе.

Процесс покупки (заказа) в широком смысле слова принято представлять в

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		10

виде последовательности следующих стадий:

- осознание проблемы;
- поиск информации;
- оценка вариантов;
- принятия решения о покупке (заказе);
- реакция на покупку (заказ).

Процесс принятия решения не всегда проходит все эти этапы, все зависит от степени вовлеченности заказчика в процесс принятия решения, насколько большое значение он придает этому. Принято различать три степени вовлеченности:

- низкая вовлеченность, когда сбор информации отсутствует;
- ограниченное принятие решения, когда сбор информации присутствует в ограниченном объеме;
- углубленный процесс принятия решения, когда товар (услуга) малознакомы и велика ответственность, связанная с их приобретением.

5) Почему. Цель и мотивы совершения покупки (заказа) различными категориями потребителей, изучаются путем опроса и в анкету обычно включают блок вопросов на эту тему. Однако такой метод позволяет лишь узнать, что люди говорят или думают о причинах, по которым они выбирают тот или иной товар. Действительные же механизмы выбора часто совсем иные, нередко неосознанные, это:

- наиболее глубинные психологические потребности (голод, жажда, холод и т.д.);
- потребность в самосохранении;
- социальные потребности (любовь, дружба, принадлежность к какой-либо группе);
- потребность в высокой оценке (самоуважение, достижение высокого социального статуса);
- потребность в самоуважении (развитие и реализация своих способностей, человеческого потенциала).

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		11

Считается что, удовлетворив первичные потребности, человек переходит к потребностям все более высокого порядка. Поэтому, выбирая форму предъявления своей продукции (услуг) потребителю, фирма должна четко представлять, какую его потребность она хочет удовлетворить, и в зависимости от ответа на этот вопрос выбирать свою стратегию.

6) Где. Выбор наилучших способов распространения товара (услуг) на подписке и на торгах.

7) Когда. Наличие сезонных, суточных колебаний объемов продаж, связь продаж с теми или иными социальными событиями.

Анализ рынка строительных услуг необходимо проводить постоянно. Взгляды потребителей меняются, и это надо непрерывно отслеживать, чтобы понять, каким образом эти изменения во взглядах повлияют на объемы продаж.

1.3. Анализ предприятий конкурентов и их строительных услуг.

Необходимо выполнить:

– произвести сбор информации по фирмам поставщикам строительных материалов и комплектующих изделий, необходимых для реализации проекта; результаты свести в таблицу и дать их анализ с целью выбора наиболее выгодных с точки зрения достижения необходимого качества строительства при минимальных затратах на него;

– произвести анализ потенциальных заказчиков, которые могут, по открытой подписке заказать проектируемые объекты с максимальной выгодой для строительной фирмы; данные сбора информации, по исследованию рынка заказчиков строительной продукции следует свести в таблицу 2, на основании анализа которой следует сделать вывод о предполагаемом объеме продаж, и определить стратегические цели строительной фирмы;

Таблица 2 – Анализ предприятий конкурентов

Кто	Сколько	Почем	Каким образом	Когда	Где
Мои конкуренты: ООО «ТлтПро-	Здание заготовный кот-	Для комфортного проживания людей и возможностью	Объявления в газетах, на листовках.	В летний период объем заказов увеличивается в	по каталогам на бирже

катСтрой» Предлагает строитель- ство жилых домов, кот- теджей.	тедж	хозяйственно- бытового ис- пользования усадебного участка, при- ближающего жителей к природе..	Реклама по телевие- нию и ра- дио.	1,5-2 раза. В дни представ- ления скидок, а также при застройке но- вых заводов предприятия.	
ООО «Строй- конструк- ция» Предлагает строитель- ство жилых домов, кот- теджей.	Здание заго- родный кот- тедж	Для comfort- ного прожива- ния людей и возможностью хозяйственно- бытового ис- пользования усадебного участка, при- ближающего жителей к природе.	Объявле- ния в газе- тах, на ли- стовках. Реклама по телевие- нию и ра- дио.	В летний пе- риод объем заказов уве- личивается в 1,5-2 раза. В дни представ- ления скидок, а также при застройке но- вых заводов предприятия.	по ката- логам на бир- же
ООО «МК- Спец- строй» Предлагает строитель- ство жилых домов, кот- теджей.	Здание заго- родный кот- тедж	Для comfort- ного прожива- ния людей и возможностью хозяйственно- бытового ис- пользования усадебного участка, при- ближающего жителей к природе.	Объявле- ния в газе- тах, на ли- стовках. Реклама по телевие- нию и ра- дио.	В летний пе- риод объем заказов уве- личивается в 1,5-2 раза. В дни представ- ления скидок, а также при застройке но- вых заводов предприятия.	по ката- логам на бир- же

Произвести анализ предприятий конкурентов и их продукции с точки зрения конкурентоспособности строительной фирмы на рынке строительных услуг. Информацию по данному вопросу следует свести в таблицу 3, на основании анализа которой следует, сделан вывод по каким конкретно техническим и экономическим параметрам ваша строительная фирма сможет вести активную конкуренцию.

Таблица 3 - Анализ предприятия конкурента и его продукции

Наименование предприятия кон- курента	Ассортимент продукции	Способы привле- чения заказчиков	Цена
---	--------------------------	-------------------------------------	------

Мои конкуренты: ООО «Строй кон- струкция» Предлагает стро- ительство жилых домов, детских садов, школ, коттеджей	Здание загород- ный коттедж	Объявления в га- зетах, на листов- ках. Реклама по телевидению и радио.	Цена проекта ко- леблется в зави- симости от эколо- гической ситуа- ции, сложности объекта, сезона, а также района строительства лучшего проекта Цк = 6,2 млн. руб.
---	--------------------------------	---	--

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		14

Практическая часть

2. Расчет договорной цены.

2.1 Процедура проведения подрядных торгов.

Процедура проведения подрядных торгов состоит из следующих этапов:

-на первом этапе заказчик уведомляет претендентов о своем намерении вступить в сделку.

При этом составляется документ, именуемый «предложением» или «приглашением к торгам», и разрабатывается тендерная документация (тендер), состоящая из технической и коммерческой частей;

-на втором этапе претенденты представляют заказчику свои предложения, именуемые офертой;

-третий этап — определение победителя торгов, оформляемое протоколом тендерного комитета, который не является актом юридического скрепления сделки;

-четвертый этап в случае успешного проведения окончательных торгов завершается подписанием контракта.

По способам проведения торги подразделяются на:

-открытые торги (о них даются объявления в периодической печати), в которых могут принимать участие все желающие иностранные и российские строительные фирмы претенденты. Они выкупают за определенную плату тендерную документацию с подробным описанием требований заказчика;

-закрытые торги (негласные), на которые приглашаются определенные, известные в данной области фирмы. При их проведении допускаются торги по ряду цен и согласование других условий, предложенных оферентами.

Подробные условия, по каждому конкретным, торгам содержатся в тендерной документации, которая предоставляется претендентам и содержит:

- указания места, дня и числа открытия и закрытия торгов;
- названия организации, которая их проводит;
- характер объекта и его мощность, производительность и др;
- основные технико-экономические характеристики объекта;

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		15

-сведения о том какая дополнительная техническая и пояснительная документация должна прилагаться оферентом к его предложению (оферте);

-основные коммерческие и технические условия, в том числе сроки строительства;

-условия платежа (например, предоставление экспортного кредита), внесения гарантийных залогов (их величина, возможность замены банковской гарантией);

-указания то, в каких цепях должно продаваться предложенное оферентами, и допускаются ли скользящие цепи для крупных объектов;

-условия арбитража, штрафов, гарантий, возможность представления альтернативных предложений и требований, связанных с обеспечением технического обслуживания.

2.2. Определение цены контракта

Определение цены контракта с позиции подрядчика состоит в следующем. Прежде всего подрядчик должен определить, в какую сумму обойдется для него осуществление контракта и по какой цене, он будет продавать свою будущую продукцию (объект или его часть) заказчику. Следует просчитывать несколько вариантов цены (таблица 5). Решение вопроса о том/какую цену внести в оферту, зависит от умения подрядчика ориентироваться в ситуации, владеть информацией о потенциальных возможностях других соискателей на получение контракта. После тщательного анализа всей имеющейся информации и оценки потенциала конкурентов подрядчик предлагает свою расчетную цену контракта.

Цена контракта Цк в общем виде определяете следующим образом:

$$Цк = Зпр + Сн \quad (1)$$

$$Цк = 4\,500\,000 + 637\,200 = 5\,137\,200 \text{ руб.}$$

где. Зпр - затраты на производство (стоимость работ, сметная стоимость, минимальная стоимость);

Сн - сумма надбавок по капиталу данной фирмы.

Затраты на производство (выполнение контракта) рассчитываются по формуле:

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		16

$$З_{пр} = Мз + З_{оп.т} + А + Пз \quad (2)$$

$$З_{пр} = 2\,520\,000 + 630\,000 + 495\,000 + 855\,000 = 4\,500\,000 \text{ руб.}$$

где Мз, — материальные затраты, в том числе оплата услуг сторонних организаций, осуществляющих транспортировку грузов, поставку топлива, энергии, запасных частей, ГСМ и др. (53-57% от сметной стоимости)-56%;

Зоп. т — затраты на оплату труда, в том числе учебный отпуск и отчисления на социальные нужды (12-17% от сметной стоимости) – 14%;

А - амортизационные отчисления; (11-13% от сметной стоимости) – 11%;

Пз — прочие затраты (арендная плата; страховые платежи; проценты по кредитам банков; суточные и подъемные; налоги, включаемые в себестоимость работ; отчисления в фонды — внебюджетный, ремонтный; оплата за услуги: связи, информационно-вычислительные, пассажирского транспорта, охраны, банков, аудиторных организаций, служб коммунального хозяйства, управленческих организаций и др.) - 19%

Расчеты надбавки (наценки) по капиталу выполняются на уровне подрядчика с учетом его постоянных расходов и желаемой прибыли. Руководство акционерного общества или собрание акционеров определяют процент ежегодной прибыли (П) на капитал строительной фирмы (Кф) (из зарубежной практики известно, что величина этого процента колеблется в пределах 12—20 %).

Сумма надбавки по капиталу рассчитывается по формуле:

$$С_{н} = Р_{п} + \frac{Кф * П_{пр}}{100} \quad (3)$$

$$С_{н} = 630\,000 + \frac{720\,000}{100} = 630\,000 \text{ руб}$$

где Рп - постоянные расходы на содержание управленческой структуры (до 20% - от сметной стоимости) – 14%

(Кф * Ппр) – (величина этого процента колеблется в пределах 12—20 % - от сметной стоимости) – 16%

Наценка к стоимости работы Нс.р определяется как

$$Нс.р = \frac{С_{н}}{Ор * 100} \quad (4)$$

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		17

$$H_{C.P} = \frac{637\,200}{1035000 * 100} = 0,006 \text{ руб}$$

где O_p объем СМР подрядной фирмы в планируемом году, (23–30 % от сметной стоимости) – 23%

Эта наценка должна учитываться в стоимости работ, но каждому контракту, заключаемому данной подрядной строительной фирмой.

В таком случае цена контракта составит:

$$Цф = П_{C.H.} * (З_{ПР} + H_{C.P.} * З_{ПР}), \quad (5)$$

$$Цф = 1,20 * (4\,500\,000 + 0,006 * 4\,500\,000) = 5\,432\,400 \text{ руб.}$$

где $П_{C.H.} = 1,20$ (учитывает НДС).

2.3. Типы и модели контрактов.

Строительная фирма, получившая подряд торгов или иным способом, заключает контракт с заказчиком.

Форма контрактов в значительной мере зависит от характера сооружаемого объекта. Контракты, как правило, имеют два раздела:

1) Общие условия включают следующие положения:

- функции строительной фирмы и ее представителей;
- распределение работы;
- строительные материалы и качество работы;
- срок начала строительства и задержки, изменения и дополнения;
- оборудование;
- временные работы и материалы;
- изменение объема работ;
- предварительные авансы сертификаты и платежи;
- полномочия;
- особый риск;
- урегулирование споров;
- уведомления;
- невыполнение условий по вине заказчика;
- изменение стоимости;

-законодательные положения;

-валюта и валютные курсы.

2) Конкретные условия зависят от особенности данного контракта и включают положения, касающиеся нормативов, гарантий, страхования, рабочей силы субподрядчиков, материалов, оборудования, завершения работ, льгот, убытков, эксплуатационных расходов и др.

Контракт для придания ему обязательной силы должен быть юридически оформлен. На рынке объектов капитального строительства в инвестиционной сфере применяются четыре модели контрактов, отличающихся способами оценки стоимости выполняемых подрядчиком работ и степенью ответственности участвующих в выполнении работ.

Тип А — контракт (остановленной твердой ценой (суммой) без дифференцирования ее частей (слагаемых).

Контракт А предусматривает выплату заказчиком подрядчику заранее обусловленной суммы после выполнения последним работ, к определенным чертежами или спецификациями, которая не подлежит пересмотру, за исключением случаев внесения самим заказчиком для изменения проекта в ходе его выполнения.

Для заказчиков преимущество контракта А проявляется в точном определении издержек реализации проекта, отсутствии (для заказчика, но не подрядчика) финансовых рисков, простоте выбора подрядчика и управления проектом.

Определение издержек по проекту осуществляется на ранней стадии, что дает возможность заказчику принимать решения с учетом F предстоящих затрат и сроков выполнения работ до того, как будут сделаны крупные фиксированные капиталовложения.

Финансовый риск в этом случае для заказчика минимален. Поскольку подрядчик гарантирует не превышение договорной цены, в то время как для подрядчика финансовый риск может возникнуть с увеличением затрат на субподрядные работы, ростом цен на материалы, оборудование, проектно-конструктивные работы, рабочую силу, а также строительный риск выполнения

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		19

работ в оговоренные сроки вследствие погодных факторов, ошибок и расчетов.

Заказчик может ограничиться только контролем за соблюдением сроков и за качеством выполняемых работ. Кроме того, действует ее естественный стимул для полного завершения работ, но проекту в установленные сроки или досрочно, так как увеличение сроков строительства ведет в данном случае только к росту издержек у подрядчика.

Тип В — контракт с оплатой по объему работ. В контрактах этого типа стоимость работ определяется исходя из объемов работ и рыночных расценок. Первоначально оцениваются предварительные объемы предлагаемых работ, фактические объемы замеряются и оцениваются по завершении работ.

Тип С — контракт с возмещением издержек. Основан на оплате подрядчику фактических расходов, которые он понесет в ходе выполнения работ. Этот контракт содержит также дополнительные выплаты на покрытие накладных расходов и т.д. Дополнительные выплаты определяются либо как фиксированный процент от фактических расходов, либо в виде фиксированной суммы, либо как переменная колеблющаяся величина.

Контракты А В и С могут выступать как серийные и как контракты на проектирование и строительство. К серийным контрактам относятся контракты, заключаемые с одними и теми же подрядчиками для последовательного выполнения ряда проектов. При этом первый контракт заключается с обычной процедурой, а последующие служат как бы продолжением первого. По контракту на проектирование и строительство один и тот же подрядчик осуществляет и проектирование, и строительные работы.

Тип D — срочный контракт, предусматривающий выполнение подрядчиком определенной работы в установленный срок, при этом оплата может производиться на основе выполненного объема работ и по конкретным срокам (этапам).

Контракты А, В, С и В могут быть с фиксированной или корректируемой ценой.

По контракту с фиксированной ценой стоимость контракта согласовывает-

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		20

ся и фиксируется в момент его подписания. При этом подрядчик берет на себя весь риск, связанный с инфляционным повышением стоимости работ и фиксируемая сумма не должна пересматриваться, за исключением случаев внесения изменения в спецификацию либо в чертежи, а также случаев, предусмотренных условиями контракта (например, при несовпадении планируемых и фиксированных работ).

Контракт с корректируемой ценой заключается на длительный срок (свыше года) и содержит положение, позволяющее повышать или понижать стоимость контракта в зависимости от размеров издержек, которые несет подрядчик.

Субконтракты заключаются генеральным подрядчиком с субподрядными фирмами, выполняющими, как правило, специализированные работы. При этом субподрядчика может назначить заказчик либо его может выбрать подрядчик по своему усмотрению.

Необходимо:

- 1) произвести выбор типа контракта, заключаемого в случае успешного проведения подрядных торгов;
- 2) рассчитать контрактную цену с учетом формул (1) - (5);
- 3) определить фактическую цену контракта исходя из сопоставлений цен, предусмотренных таблицей 4.

В данной комплексной курсовой работе я предлагаю контракт типа С «Контракт с возмещением издержек»

Таблица 4 - Определение фактической цены контракта

Вид строительной услуги	Цена потребителя	Цена конкурента	Расчетная цена контракта	Минимальная цена	Фактическая цена контракта
1	2	3	4	5	6
Здание загородного коттеджа	5,5 млн. руб.	6,2 млн. руб.	5 137 200 руб.	4 500 000 руб.	5 432 400 руб.

3. Расчет экономической эффективности по проектированию объекта.

Определение размера снижения стоимости строительно-монтажных работ по крупным элементам планируемых издержек может быть осуществлено в следующем порядке:

а) снижение себестоимости СМР (C_m , %) как следствие уменьшения затрат на строительные материалы и конструкции рассчитать по формуле:

$$C_m = U_{m.o} \left[1 - \frac{(1 - U_p) \cdot U_{\pi}}{1 - U_{\pi}} \right] \quad (6)$$

$$C_m = 55\% \left[1 - \frac{(1 - 0,03) \cdot 0,01}{1 - 0,01} \right] = 2,1\%,$$

где $U_{m.o}$ — удельный вес затрат на материалы и конструкции (на данный материал или вид конструкции) в процентах к сметной стоимости всех строительно-монтажных работ (53-57%);

U_p , U_{π} — соответственно процент снижения нормы расхода и цены материалов и конструкций (на данный материал или вид конструкции).

(1-3%) — U_p - 3%; U_{π} - 1%.

б) уменьшение расходов на эксплуатацию строительных машин на планируемый период ($C_{мех}$, %) можно прогнозировать исходя из планируемого повышения норм выработки машин по формуле:

$$C_{мех} = \frac{U_{мех} \cdot P_{у.п.} \cdot P_{мех}}{(100 + P_{мех})100} \quad (7)$$

$$C_{мех} = \frac{12 \cdot 50 \cdot 2}{(100 + 2)100} = 0,12\%,$$

где $U_{мех}$ - уровень расходов на эксплуатацию строительных машин в общей стоимости, выполненных работ, (11-13%);

$P_{у.п.}$ - доля условно-постоянных расходов на эксплуатацию строительных машин в общей стоимости работ, (50%);

$P_{мех}$ - планируемый процент увеличения выработки машин, (2-5%).

Эту формулу можно использовать для оценки затрат как в целом по производственной программе работ, так и при оценке изменения себестоимости в случае замены отдельной машины.

					Лист
					22
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата	

в) снижение себестоимости строительно-монтажных работ за счет роста производительности труда (Сп. т, %) происходит лишь при опережении этим показателем темпов роста заработной платы. Расчет производится по формуле:

$$\text{Сп. т} = (1 - \frac{\text{Из.п.}}{\text{Ин.т.}}) \text{Уз.п} \quad (8)$$

$$\text{Сп. т} = (1 - \frac{7}{10}) \cdot 15 = 4,5\%,$$

где И з.п - рост заработной платы в сравнении с заложенной в сметах, (5-10%);

где И н.т - рост производительности труда в сравнении с предусмотренной в себестоимости строительно-монтажных работ, (8-13%).

г) сокращение продолжительности строительства вызовет уменьшение накладных расходов на величину (Сп. %) и находится, по формуле:

$$\text{Сп} = \text{Кп} \cdot \text{Нн. р.} (1 - \frac{\text{Тпл}}{\text{Тн}}) \quad (9)$$

$$\text{Сп} = 0,5 \cdot 20\% (1 - \frac{8}{9}) = 1,2\%,$$

где: Кп - коэффициент, определяющий долю условно-переменной (зависящей от продолжительности строительства) составляющей накладных расходов (0,5%);

Н.р. - величина накладных расходов в процентах к себестоимости работ, (17,2 - 23,7%);

Тпл, Тн - плановая и нормативная продолжительности строительства, (Тпл.-8%), (Тн-9%).

д) рост выработки рабочих в сравнении со сметой снизит накладные расходы на величину Св

$$\text{Св.} = \text{Кв.} \cdot \text{Нн. р.} (1 - \frac{\text{Впл}}{\text{Всм}}) \quad (10)$$

$$\text{Св.} = 0,16 \cdot 20\% (1 - \frac{10}{12}) = 0,6\%,$$

где Кв. - коэффициент, определяющий долю накладных расходов, зависящих от выработки (до 30%);

Впл - средняя выработка одного рабочего по плану;

Всм - средняя выработка одного рабочего по смете.

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		23

е) снижение уровня накладных расходов от уменьшения удельного веса основной заработной платы рабочих (Сз. п., %) можно определить по формуле:

$$Сз.п = Кз \cdot Нн.р \left(1 - \frac{З_{пл}}{З_{см}}\right), \quad (11)$$

$$Сз.п = 0,15 \cdot 20\% \left(1 - \frac{15}{16}\right) = 0,3\%,$$

где Кз - коэффициент, определяющий долю накладных расходов, зависящих от удельного веса основной заработной платы величина накладных расходов в процентах к себестоимости работ;

Нн. р. - величина накладных расходов в процентах к себестоимости работ;

З_{пл} - удельный вес заработной платы по плану;

З_{см} - удельный вес основной заработной платы по смете.

Коэффициенты Кп, Кв., Кз, входящие в состав трёх последних формул, определяются для каждой строительной организации исходя из ее себестоимости. Ориентировочно можно принять Кп = 50 %, Кв. = 16 %, Кз = 22 % общей суммы накладных расходов.

Экономический эффект от применения новых технологических решений, методов производства работ, организации строительства, обеспечивающих экономию ресурсов (Э), составил:

$$\mathcal{E} = \text{Ор}_{\text{БАЗА}} - \text{Ор}_{\text{ПРОЕКТ}} - Н_{с.р.} \cdot З_{\text{пр}}, \quad (12)$$

где Ор_{БАЗА} – объем СМР подрядной фирмы по базовому варианту (руб),

Ор_{ПРОЕКТ} – объем СМР подрядной фирмы по проектному варианту (руб),

Н_{с.р} – наценка к стоимости работы,

З_{пр} – затраты на производство.

$$\mathcal{E} = 1\,800\,000 - 1\,035\,000 - 0,006 \cdot 4\,500\,000 = 738\,000 \text{ рублей}$$

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		24

4. Определение рентабельности строительной фирмы

Для характеристики прибыльности строительной фирмы используют не только массу прибыли, но и уровень рентабельности.

Рентабельность — это обобщающий показатель, на который влияют как экстенсивные, так и интенсивные факторы.

К экстенсивным факторам относится рост массы прибыли за счет увеличения объемов работ и влияния инфляции на уровень цен.

Наиболее важные интенсивные факторы:

- совершенствование организации труда и производства;
- технологический прогресс сокращение сроков строительства;
- повышение качества строительно-монтажных работ и т.д.

Сметный уровень рентабельности рассчитывается как отношение плановых накоплений Π_n , к сметной стоимости объекта C :

$$P_c = \frac{\Pi_n}{C} * 100\% \quad (13)$$

$$P_c = \frac{900000}{4500000} * 100\% = 20\%,$$

где Π_n — плановые накопления (она определяется нормативным методом в % отношении к сметной себестоимости оцениваемых работ или в размере 50% к фактической величине средств на оплату труда рабочих-строителей и рабочих, обслуживающих строительные машины, независимо от места расположения и вида строительной организации.)

Плановый уровень рентабельности определяется, по формуле:

$$P_{пл} = \frac{\Pi_n}{Ц_k} * 100\%, \quad (14)$$

$$P_{пл} = \frac{900000}{5137200} * 100\% = 17,5\%$$

где $Ц_k$ — расчетная цена контракта на строительство объекта.

Фактическая рентабельность объекта определяется по окончании строительства и завершении расчетов по формуле:

$$P_{ф} = \frac{\Pi_{ф}}{Ц_{ф}} * 100\% \quad (15)$$

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		25

$$P_{\text{ф}} = \frac{902\,484}{5432400} * 100\% = 16,6 \, \%$$

где Пф - фактическая прибыль от сдачи объекта с учётом экономии и компенсации;

Цф - фактическая стоимость строительного объекта.

Фактическая прибыль определяется с учетом рассчитанной экономической эффективности по строящемуся объекту, исходя из величины объемов СМР (Ор):

$$P_{\text{ф}} = P_{\text{н}} + \frac{C_{\text{мр}}}{100} \quad (16)$$

$$P_{\text{ф}} = 900\,000 + \frac{2,1 \cdot 0,12 \cdot 4,5 \cdot 1,2 \cdot 0,3 \cdot 0,6 \cdot 1\,035\,000}{100} = 902\,484 \text{ руб.}$$

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		26

Заключение

В ходе выполнения курсовой работы был произведен анализ и расчет контрактной цены на строительство здания загородного коттеджа.

Сравнительный анализ экономических показателей техпроцесса организации строительства здания двухквартирного жилого дома для усадебной застройки в условиях реального производства и проектируемого варианта показал снижение затрат в проектируемом варианте, который был достигнут путем применения современных технологий, экономии всех видов ресурсов, потребляемых в производстве и при проведении строительно - монтажных работ при возведении загородного коттеджа.

На основании экономических расчётов и исследования рынка строительных услуг можно сделать вывод о том, что предприятие ООО «СтройМастер» конкурентно способно, его услугами будут пользоваться граждане в возрасте 30-65 лет со средним достатком.

Продукция данных предприятий удовлетворяет требуемым параметрам соотношений цены к качеству, и покрывает все потребности в строительных материалах.

В процессе расчета технико-экономической эффективности проектируемого варианта, показатели экономической эффективности дали положительную динамику, за счет повышения производительности труда и снижения затрат при возведении здания двухквартирного жилого дома для усадебной застройки.

Экономический эффект от применения новых технологических решений, методов производства работ, организации строительства, обеспечивающих экономию ресурсов составил 738 000 руб.

Целью любой организации является получение прибыли за счет оптимизации объемов производства, а также за счет снижения издержек производства.

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		27

Фактическая прибыль, с учетом рассчитанной экономической эффективности по строящемуся объекту, исходя из величины объемов СМР составила 902 484 руб.

Для характеристики прибыльности строительной фирмы используют не только массу прибыли, но и уровень рентабельности.

Расчёт этих рентабельностей представлен в курсовой работе: сметный уровень рентабельности составил 20%; плановый уровень рентабельности составил 17,5 %; фактическая рентабельность объекта составила 16,6 %.

Экономический расчёт доказал прибыльность и конкурентоспособность строительной фирмы, ООО «СтройМастер».

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		28

Список информационных источников.

Основные источники:

1. Бакушева Н.И, Гусарская О.В. Экономика строительной отрасли. Учебник для студентов учебных заведений. - М.: Издательский центр «Академия», 2014.
2. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебник для студентов учебных заведений. - М. Издательский центр «Академия», 2013.
3. Раицкий К.А. Экономика предприятий. Учебник для вузов.-М. Информационно-внедренческий центр»Маркетинг»,2014.
4. Степанов И.С. Экономика строительства -М.: Юрайт, 2014

Дополнительные источники:

1. Горфинкеля В.Я. и проф. Швандара. В.А. Экономика организаций (предприятий): Учебник.-М.: ЮНИТИ, 2013
2. Маркетинг в строительстве: Учебник/ под редакцией д.н.э., проф. И.С. Степанова и проф. В.Я. Шайтанова.-М.: Юрайт, 2014

Интернет-ресурс:

Защита зданий и сооружений//Режим доступа:
http://www.caparol.ua/club_caparol

Российское образование. Федеральный портал//Режим доступа:
<http://www.edu.ru/>

Современные фасадные продукты//Режим доступа:
http://www.caparol.ua/club_caparol

Строительные нормы и правила// Режим доступа: http://www.know-house.ru/gost/gost3_1

Управление качеством в строительстве//Режим доступа:
<http://www.staratel.com/iso/ISO9000/>

					КР. 08.02.01 Ст -317.03.20.10.2020.ПЗ	Лист
Изм.	Лист	№ докум.	Подпись	Дата		29