Конспект лекций по дисциплине «Правовое регулирование профессиональной деятельности» предназначен для обучающихся специальности 38.05.01, Экономическая безопасность, специализация 38.05.01 «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности» всех форм обучения. Является ориентиром (примерные краткие ответы позволяющие понять вектор развития умозаключений по экзаменационным вопросам с акцентом на обязательную корректировку посредством нормативно-правовых актов – использование информационно-правовых систем «Гарант» и «Консультант Плюс») для подготовки к экзаменационным вопросам.

Примерные (ориентировочные) краткие ответы на экзаменационные вопросы:

1. **Понятие и предмет регулирования коммерческого права. Принципы коммерческого права.**

Коммерческое право является одной из отраслей права, которая регулирует коммерческую или торговую деятельность. Коммерческое право принято считать подотраслью гражданского права. Гражданское и коммерческое право регулируют сходные между собой отношения. Коммерческое право регулирует товарный оборот, который является частью имущественного оборота.

Коммерческое право – совокупность правовых норм, разработанных для обслуживания товарного оборота и регулирующих взаимоотношения между профессиональными предпринимателями. Коммерческое право представляет собой комплекс норм частного права. Оно регулирует отношения между предпринимателями или с их участием в процессе осуществления последними предпринимательской деятельности.

Следует различать науку «Коммерческое право» и учебную дисциплину «Коммерческое право». Учебная дисциплина – это краткий свод основных положений науки «Коммерческое право». Учебная дисциплина «Коммерческое право» служит для ознакомления с данной отраслью права студентов, специалистов, которые получают первоначальное знание о науке и самой отрасли.

Наука «Коммерческое право» – это наиболее глубокое теоретическое знание об отрасли «Коммерческое право», полученное научными методами. Наука коммерческого права изучает саму отрасль права, ее закономерности, принципы, становление, развитие.

[Предмет, метод и принципы коммерческого права.](https://ur-consul.ru/Bibli/Kommyerchyeskoye-pravo.html#Q-125-2-Pryedmyet-myetod-i-printsipy-kommyerchyeskogo-prava-Link)

Слово «коммерция» произошло от латинского слова «соmmеrсium» – «торговля».

Предмет ком.права можно определить как общественные отношения, складывающиеся в процессе торговой деятельности или деятельности по продвижению товаров от производителя к потребителю.

Предметом любого вида правового регулирования являются общественные отношения. Если правовое регулирование этих отношений нуждается в особом нормативно-правовом аппарате для обеспечения специального юридического режима правового регулирования, то этот аппарат и будет являться содержанием отрасли права. Наибольшее количество споров связано с определением отраслевой принадлежности коммерческого права по отношению к праву гражданскому и предпринимательскому. Областью правового регулирования коммерческого права являются общественные отношения только в сфере оптовой торговли.

Предмет гражданского права составляют две группы общественных отношений: имущественные отношения, возникающие по поводу материальных и иных благ, имеющих экономическую форму товара, и личные неимущественные отношения, возникающие по поводу нематериальных благ, тесно связанных с личностью их обладателей. Личные неимущественные отношения являются предметом коммерческого права постольку, поскольку они опосредуют отношения, складывающиеся в рамках интеллектуальной и промышленной собственности, связанной с осуществлением торговой деятельности. Это могут быть права на товарные знаки, знаки обслуживания, торговые марки, права ноу-хау, передаваемые на основании договора франшизы, и др. Имущественные права складываются из материальных и некоторых нематериальных благ товарного характера. Коммерческое право охватывает имущественные отношения, возникающие по поводу товаров в сфере оптовой торговли.

Таким образом, отношения, подлежащие правовому регулированию коммерческим правом, значительно уже регулируемых гражданским правом: в них включаются только те имущественные отношения, которые возникают в процессе продвижения товаров на оптовых рынках и по поводу только тех работ или услуг, которые непосредственно связаны с организацией и обслуживанием этого процесса

Метод правового регулирования – способы и приемы регулирования отношений между субъектами с учетом отличительных черт предметов правового регулирования. Для коммерческого права характерен в большей степени диспозитивный метод регулирования торговых отношений.

Диспозитивный метод регулирования подразумевает:

1) равенство по отношению друг к другу участников торговых отношений;

2) возможность выбора участниками торговых отношений вариантов своих действий в процессе организации торговой деятельности;

3) возможность включения в договоры обязательств по взаимному усмотрению сторон.

Для некоторых отношений, которые регулируются коммерческим правом, характерен императивный метод. Он предполагает наличие между субъектами отношений власти и подчинения, а также наличие правовых норм, которые обязательны для исполнения. Императивным методом, к примеру, регулируется торговая деятельность в государственной сфере. Таким образом, в коммерческом праве в качестве метода правового регулирования используются как диспозитивный, так и императивный метод, однако с преобладанием диспозитивного.

Сущность коммерческого права раскрывают его принципы– основные положения, на которых оно базируется. Особых принципов коммерческого права не существует, есть лишь особенности проявления принципов тех отраслей права, которые его образуют. Это:

Принципы коммерческого права:

* принцип дозволительной направленности частноправового регулирования. Подавляющее большинство норм, относящихся к регулированию торгового оборота, носит диспозитивный характер, то есть применение указанных норм оставлено на собственное усмотрение участников коммерческих отношений. Таким образом, принцип дозволительной направленности правового регулирования способствует обеспечению свободы предпринимательства и развитию торгового оборота в целом;

 • принцип равенства участников регулируемых гражданским законодательством отношений. Они взаимно не подчинены и обладают равными полномочиями в отношениях торгового оборота;

• принцип неприкосновенности собственности. Никто не может быть лишен своего имущества иначе как по решению суда и в случаях, прямо предусмотренных законом. Приведенный перечень оснований прекращения права собственности в принудительном порядке является закрытым.

• принцип свободы договора предусматривает свободу усмотрения субъектов коммерческого права как в выборе контрагентов по договору, так и в выборе вида договора и условий, на которых он будет заключен;

• принцип беспрепятственного осуществления гражданских прав. Субъекты ком.права могут совершать любые действия, не запрещенные законом, в том числе заниматься любым видом ком. деят-ти, реализовывать свою правоспособность по своему усмотрению, выбирать конкретный способ приобретения субъективных прав, регулировать по своему усмотрению содержание правоотношений, участниками которых они являются, распоряжаться принадлежащими им субъективными правами, прибегать или не прибегать к мерам защиты нарушенного права и т. д.;

• принцип недопустимости произвольного вмешательства в частные дела. Органы гос.власти и местного самоуправления, а также любые иные лица не вправе вмешиваться в частные дела субъектов ком.права, если последние осуществляют свою деятельность в соответствии с требованиями законод-ва;

• свободное перемещение товаров, услуг, капиталов;

• принцип восстановления нарушенных прав. Восстановление нарушенных прав участника коммерческих отношений обеспечивается применением способов их защиты, предусмотренных ГК РФ. Потерпевший решает сам, предъявлять ли ему требование о восстановлении нарушенного права или нет;

• принцип судебной защиты нарушенных прав. Споры между юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, между юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями рассматриваются в арбитражно-процессуальном порядке. В случаях, когда спор подведомственен арбитражному суду, сторонам торговых договоров предоставлено право передать спор на разрешение соответствующего третейского суда;

Таким образом ,коммерческое право - это совокупность общих и специальных правовых норм, регулирующих отношения по осуществлению коммерческой деятельности. Данное право призвано регулировать весь комплекс общественных отношений, возникающий на рынках оптовой продажи товаров и связанных с нею работ и услуг.

1. **Коммерческие отношения**.

Коммерческие отношения – это отношения, регулируемые гражданским правом, участниками которых являются специальные субъекты гражданского права – предприниматели (лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность).

Под коммерческим правоотношением следует понимать отношения между субъектами торгового оборота, складывающиеся в результате осуществления или оптовой торговли деятельности, урегулированные нормами торгового (коммерческого) права.

Субъектами коммерческих правоотношений являются коммерческие организации, а также индивидуальные предприниматели.

Коммерческому правоотношению как одному из видов правоотношений присущи общие признаки, характерные для всех правоотношений:

1) возникновение, изменение или прекращение только на основе правовых норм, которые непосредственно порождают правоотношения и реализуются через них;

2) связанность субъектов правоотношений взаимными правами и обязанностями;

3) волевой характер;

4) охрана со стороны государства;

5) индивидуализированность субъектов, строгая определенность их взаимного поведения, персонификация прав и обязанностей.

Коммерческие правоотношения имеют ряд специфических, присущих только им особенностей:

1) эти отношения возникают в особой сфере человеческой деятельности - в сфере оптовой торговли, они имеют специальный направленный характер;

2) эти отношения возникают между профессионалами, в них исключается наличие участников, действующих на непрофессиональной основе;

3) эти отношения существуют всегда на возмездной основе, их отличительной особенностью является обязательное извлечение прибыли одной или несколькими сторонами правоотношения;

4) эти отношения складываются в условиях действия торгового рынка товаров, что обусловливает необходимость их специальной организации;

5) эти отношения протекают в особом режиме конкуренции, в условиях конкурентной среды, нуждаясь в формировании правовой защиты;

6) эти отношения нуждаются в специальном правовом режиме контроля со стороны государства.

Среди всего разнообразия общественных отношений в сфере торговли можно выделить несколько групп коммерческих правоотношений:

1. Обязательственные правоотношения составляют основную часть коммерческих правоотношений. Поскольку под объектом любого правоотношения в праве понимаются действия (или бездействие), которые должна совершить обязанная сторона (или, соответственно, воздержаться от их совершения), то объектом коммерческого правоотношения соответственно является деятельность сторон договора направленная на достижение правовой цели коммерческой сделки.

Исходя из этого, можно выделить несколько групп обязательственных коммерческих правоотношений:

1) отчуждательные коммерческие обязательства, к числу которых следует относить некоторые виды купли-продажи, мену, товарный кредит и иные. Из всего многообразия купли-продажи признакам коммерческих правоотношений отвечают только конструкции поставки, мены, дистрибуции, поставки для государственных нужд и контрактации;

2) посреднические коммерческие обязательства - это отношения товаровладельцев с различными коммерческими представителями, действующими на оптовых рынках с целями продвижения товаров: коммерческими посредниками, комиссионерами, агентами, биржевыми посредниками и др.;

3) отношения в сфере интеллектуальной собственности, связанные с использованием коммерческих и фирменных наименований, товарных знаков и иных средств индивидуализации товаров, включая исключительные права на товар;

4) сервисные (обслуживающие) обязательства - это группа отношений, способствующих сбыту и продвижению товаров на оптовых рынках, в которую включаются отношения в сфере страхования, хранения, транспортировки товаров и связанных с ней услуг (например, транспортной экспедиции), а также маркетинговые работы, распространение рекламы, иные виды услуг в этом направлении;

5) кондикционные и деликатные обязательства, возникающие в коммерческих отношениях, связаны с возможностью причинения вреда здоровью человека при изготовлении, обороте и употреблении (использовании) продукции, а также при утилизации или уничтожении некачественной и опасной продукции. Такого рода отношения также могут возникать в связи с вероятностью угрозы жизни или здоровью граждан, имуществу физических или юридических лиц, государственному или муниципальному имуществу, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений.

2. Организационные правоотношения участников коммерческой деятельности с органами исполнительной власти и местного самоуправления по вопросам организации торговли. Взаимоотношения коммерсантов и органов государственной и муниципальной власти обоюдовыгодны:

1) для коммерсантов создаются условия для более выгодной торговли, укрепления и расширения торговых сетей, развития малого и среднего бизнеса;

2) для государственных и муниципальных образований содействие продвижению товаров позволяет в большей степени удовлетворить запросы потребителей, организовать и контролировать торговлю, вкладывать бюджетные средства в коммерческие рынки с целью их быстрого и эффективного возвращения. Кроме того, такая политика местной и государственной власти создает дополнительные рабочие места, способствует развитию здоровой конкуренции, а полученные дополнительные средства в бюджет направляются и на развитие коммерческого дела, и на социальные нужды граждан.

1. **Источники КП. Характеристика современного торгового законодательства России.**

Источник права – нормативный акт, содержащий правовые нормы, которые регулируют общественные отношения. В Российской Федерации принято большое количество нормативных актов, регулирующих отношения участников торгового оборота. Коммерческое законодательство представляет собой нормативные акты, которые содержат нормы различных отраслей права, регулирующих предпринимательскую деятельность.

По юридической силе источники коммерческого права подразделяются следующим образом:

1) Конституция РФ;

2) Федеральные законы;

3) подзаконные нормативно-правовые акты;

4) законы и иные акты субъектов РФ;

5) международные договоры, действующие в РФ.

Конституция РФ является базой для любой отрасли права, определяет фундаментальные положения и основополагающие принципы коммерческого права. Это:

1) единство экономического пространства на территории России;

2) свобода предпринимательской и иной экономической деятельности;

3) свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств;

4) поддержка конкуренции;

5) закрепление права частной собственности наравне с другими формами собственности;

6) свободное использование способностей на труд;

7) право граждан на судебную защиту нарушенных прав и т. д.

Гражданский кодекс РФ содержит ряд норм, универсальных как для гражданского, так и для коммерческого права. Гражданский кодекс РФ закрепляет базовые принципы коммерческих отношений.

В области коммерческого права можно привести примеры следующих федеральных законов:

1) Закон РФ «О защите прав потребителей». Он гарантирует основные права потребителей товаров и способы защиты этих прав; регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, продавцами при продаже товаров; устанавливает права потребителей на приобретение товаров надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья потребителей; регламентирует получение информации о товарах и об их изготовителях; определяет механизм реализации этих прав.

2) Федеральный закон «О защите конкуренции». Им определяются организационные и правовые основы защиты конкуренции, в том числе предупреждения и пресечения:

* монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции;
* недопущения, ограничения, устранения конкуренции. Целями этого закона являются обеспечение единства экономического пространства, свободного перемещения товаров, свободы экономической деятельности в РФ, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков.

3) Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании». Этот закон обязывает производителей тары обеспечивать требования, которые отвечают безопасности и высокому качеству; он также обязывает производителей ряда товаров сертифицировать свою продукцию.

4)  К подзаконным нормативным актам относятся:

1) Указы Президента РФ, дополняющие законы при наличии в них пробелов;

2) Постановления Правительства РФ, принимаемые для развития и исполнения законов;

3) государственные стандарты на продукцию, работы, услуги, строительные объекты, установленные Госстандартом и другими компетентными органами;

4) акты министерств и ведомств, направленные на исполнение законов, указов Президента РФ, постановлений Правительства РФ

**4 Понятие субъекта торговой деятельности. Виды субъектов коммерческого права.**

Субъектами коммерческого права могут являться не все участники гражданско-правовых отношений. В торговой деятельности имеют право участвовать только те субъекты (участники), которые имеют специальное разрешение на проведение профессиональной торговли или в уставах которых торговля является одной из уставных задач. К таким субъектам относятся:

1) юридические лица;

2) граждане-предприниматели;

3) специальные субъекты.

Физические лица не являются субъектами коммерческого права. Субъектами коммерческой деятельности являются лишь те физические и юридические лица, которые осуществляют профессиональную деятельность по доведению товара от производителя к потребителям.

В Российской Федерации профессиональной коммерческой деятельностью могут заниматься граждане, если они в установленном законом порядке зарегистрированы в качестве предпринимателей. Такая регистрация в качестве гражданина-предпринимателя дает право гражданину заниматься коммерческой деятельностью, если такое право предусмотрено в выдаваемом ему свидетельстве о регистрации. Помимо прав, регистрация в качестве гражданина-предпринимателя налагает на него и ряд обязанностей, а также специальную гражданско-правовую ответственность. Гражданин-предприниматель может участвовать в арбитражном суде как в качестве истца, так и в качестве ответчика.

Субъектами коммерческого права могут быть юридические лица. Юридическое лицо – 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, исполнять обязанности, быть истцом и ответчиком в суде

Специальные субъекты товарного рынка не совершают сделок, а создают возможности другим лицам совершать сделки. К таким организациям относятся, к примеру:

1) товарные биржи;

2) оптовые ярмарки;

3) посреднические организации (торговые дома, дилерские фирмы, трейдеры, дистрибьюторы, брокеры, стокисты, агентские фирмы).

Всех специальных субъектов торговой деятельности можно объединить в две группы:

1) специальные субъекты товарного рынка, которые непосредственно не участвуют в совершении сделок, а создают возможности и условия для операций другим лицам. К таким организациям можно отнести:

* товарные биржи – организации, формирующие оптовый рынок в виде гласных и публичных торгов, проводимых в определенном месте и по определенным правилам;
* валютные биржи;
* фондовые биржи;
* выставки-ярмарки;
* торгово-промышленные палаты.

2) предпринимательские организации или индивидуальные предприниматели, которые непосредственно занимаются заключением сделок. Они классифицируются следующим образом:

а) независимые посредники – действуют от своего имени и за свой счет:

* дилеры – специальные торгово-посреднические организации, специализирующиеся на продаже определенного товара, совершающие определенные операции с определенным видом товара;
* торговые дома – многопрофильные организации, которые занимаются торговлей и производственной деятельностью по обработке, расфасовке и упаковке реализуемых товаров, строятся как единое юридическое лицо или объединение юридических лиц, занимающихся торговлей, складской и производственной деятельностью;
* трейдеры – специализированные посредники, которые совершают сделки по поручению клиентов, но от своего имени и за свой счет. Трейдерами могут быть юридические лица и индивидуальные предприниматели. Они специализируются на коротких операциях;
* стокисты – особый вид специализированных посредников, которые осуществляют экспортно-импортные операции на основе договора комиссии, по которому они осуществляют исключительную продажу товара определенного поставщика. Они сначала получают на товарный склад товар экспортера, а затем реализуют его по договору комиссии средним и мелким покупателям.

б) посреднические организации, не приобретающие собственности на товар, а оказывающие в качестве основного вида деятельности услуги по доведению товара от изготовителя к потребителю. К данному виду посредников относятся дистрибьюторы. Это организации, реализующие полученные по импорту товары на территории своей страны. Их характеризует долгосрочный характер отношений, создание собственной сбытовой сети, осуществление деятельности, не связанной непосредственно с торговыми операциями (изучение спроса, реклама продукции и др.).

Дистрибьюторы классифицируются на:

* регулярные – имеют собственные склады, где накапливаются и хранятся товары, заключают договоры на поставку в будущих периодах, оказывают услуги по подбору ассортимента групп товаров;
* нерегулярные – арендуют склады, участвуют в основном в транзитных поставках.

в) организации, не совершающие операции с товаром, а оказывающие разнообразные услуги, содействуя продвижению товара. Они заключают сделки, целью которых является продвижение товара:

* брокеры – организации, физические лица, которые заключают на бирже договоры от имени и за счет клиента, действуют на бирже в качестве контор или независимых брокеров;
* агентские фирмы – подыскивают покупателей для фирмы-продавца (торговые агентства) или изучают спрос и предложение на рынке определенного товара с перспективой его сбыта (маркетинговые агентства). Перечень участников товарного рынка не является исчерпывающим. В связи с постоянным развитием торговых отношений, торгового законодательства возможно совершенствование уже существующих и возникновение новых форм участников торгового рынка.

1. **Организаторы товарного рынка.**

[Федеральный закон от 21.11.2011 N 325-ФЗ "Об организованных торгах"](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121888/)

Статья 5. Организатор торговли

1. Организатором торговли может являться только хозяйственное общество, созданное в соответствии с законодательством Российской Федерации.

2. Лицо, не имеющее лицензии биржи или лицензии торговой системы, не вправе проводить организованные торги.

3. Организатор торговли не вправе заниматься производственной, торговой и страховой деятельностью, деятельностью кредитных организаций, деятельностью по ведению реестра владельцев ценных бумаг, деятельностью по управлению акционерными инвестиционными фондами, паевыми инвестиционными фондами и негосударственными пенсионными фондами, деятельностью специализированных депозитариев инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов, деятельностью акционерных инвестиционных фондов, деятельностью негосударственных пенсионных фондов по пенсионному обеспечению и пенсионному страхованию.

4. Организатор торговли не вправе являться центральным контрагентом.

5. Организатор торговли, совмещающий деятельность по организации торгов с иными видами деятельности, обязан создать для осуществления деятельности по проведению организованных торгов одно или несколько отдельных структурных подразделений.

6. Организатор торговли, совмещающий деятельность по проведению организованных торгов с иными видами деятельности, обязан принимать меры по предотвращению и урегулированию конфликта интересов, возникающего у организатора торговли в связи с таким совмещением. Если конфликт интересов организатора торговли, совмещающего деятельность по проведению организованных торгов с иными видами деятельности, о котором участники торгов или лицо, осуществляющее функции центрального контрагента, не были уведомлены заранее, привел к действиям организатора торговли, нанесшим ущерб интересам участника торгов или лица, осуществляющего функции центрального контрагента, организатор торговли обязан за свой счет возместить убытки в порядке, установленном гражданским законодательством Российской Федерации.

7. Организатор торговли обязан осуществлять контроль:

1) за соответствием участников торгов требованиям, установленным правилами организованных торгов, соблюдением участниками и иными лицами указанных правил;

2) за соответствием допущенных к организованным торгам товаров, ценных бумаг и их эмитентов (обязанных лиц) требованиям, установленным правилами организованных торгов;

3) за соблюдением эмитентом и иными лицами условий договоров, на основании которых ценные бумаги были допущены к организованным торгам;

4) за операциями, осуществляемыми на организованных торгах, в случаях, установленных федеральными законами и принятыми в соответствии с ними нормативными актами Банка России, в том числе в целях предотвращения, выявления и пресечения неправомерного использования инсайдерской информации и (или) манипулирования рынком.

8. При осуществлении контроля организатор торговли вправе проводить проверки, в том числе на основании обращения Банка России, требовать от участников торгов и эмитентов представления необходимых документов (в том числе полученных участником торгов от его клиента), объяснений, информации в письменной или устной форме.

9. Организатор торговли обязан составлять годовую консолидированную финансовую отчетность в соответствии с требованиями Федерального [закона](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_330071/#dst0) от 27 июля 2010 года N 208-ФЗ "О консолидированной финансовой отчетности".

10. Годовой отчет организатора торговли должен содержать годовую бухгалтерскую (финансовую) отчетность, а также консолидированную финансовую отчетность.

11. [Годовая бухгалтерская (финансовая)](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_329320/8371a11b36ceb760845c08b175e05d000c9012f4/#dst110354) отчетность организатора торговли, а также его консолидированная финансовая отчетность подлежат обязательному аудиту.

12. Организатор торговли обязан осуществлять хранение информации и документов, которые связаны с проведением организованных торгов, и ежедневное резервное копирование таких информации и документов в соответствии с требованиями, установленными нормативными актами Банка России.

13. Организатор торговли обязан обеспечить возможность предоставления в Банк России электронных документов, а также возможность получения от Банка России электронных документов в [порядке](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_347816/#dst0), установленном Банком России.

14. Организатор торговли обязан вести реестр участников торгов и их клиентов, реестр заявок и реестр заключенных на организованных торгах договоров в соответствии с нормативными актами Банка России.

15. Организатор торговли вправе застраховать риск своей ответственности перед участниками торгов за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязательств.

16. Организатор торговли обязан утвердить внутренний документ по корпоративному управлению, который должен соответствовать требованиям, установленным нормативным [актом](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_322047/#dst0) Банка России. Указанный документ утверждается советом директоров (наблюдательным советом) организатора торговли.

Необходимыми субъектами товарных рынков являются организаторы торговли, обеспечивающие взаимодействие изготовителей, посредников и потребителей по купле-продаже товаров. Их назначение заключается не в совершении сделок, а в предоставлении необходимых условий для совершения торговых операций.

Организаторами торговли являются товарные биржи, торгово-промышленные ярмарки и выставки, оптовые продовольственные рынки, коммерческие торги. Не все из них являются правосубъектными образованиями.

Нормативная база функционирования многих из них либо отсутствует, либо устарела.

Товарные биржи выполняют целый ряд функций в качестве организаторов торговли. На товарных биржах концентрируется спрос и предложение. Биржа является механизмом установления рыночных цен. Торговля на бирже осуществляется регулярно, по установленным правилам. Биржа предоставляет определенные гарантии исполнения сделок, организует расчетное обслуживание участников биржевой торговли, что позволяет свести к минимуму неплатежи по сделкам. Являясь организованным товарным рынком, биржа позволяет осуществлять государственный контроль за биржевой деятельностью, обеспечивает прозрачность заключаемых договоров.

В развитии биржевой торговли в России можно выделить несколько этапов.

Первый этап - дореволюционный период. Товарные биржи в России были созданы довольно поздно по сравнению с западными товарными биржами - в XVIII в., причем по инициативе государства.

Специальное законодательство о биржах отсутствовало. Их деятельность регулировалась Уставом торговым. Находились в прямом ведении Министерства торговли. Биржи самостоятельно разрабатывали устав биржи.

Государство стремилось использовать передовой зарубежный опыт организации биржевой деятельности. С этой целью в 1899 г. была создана комиссия, призванная использовать зарубежный опыт. Однако это намерение не осуществилось.

Второй этап составляет период нэпа. Именно в это время после революции велась биржевая деятельность. В 1921 году стали открываться биржи, игравшие достаточно важную роль в налаживании связей между городом и деревней. Однако в связи с отказом от новой экономической политики и переходом к административно-плановой экономике товарные биржи были закрыты и в советское время не функционировали.

Биржей является организатор торговли, имеющий лицензию биржи.

Биржей может являться только акционерное общество.

Целью деятельности товарных бирж является организация и регулирование биржевой торговли. Сама биржа не вправе заниматься деятельностью, непосредственно не связанной с организацией биржевой торговли.

В развитых государствах товарные биржи функционируют как бесприбыльные учреждения, и в качестве некоммерческих организаций пользуются существенными налоговыми льготами .

Участниками биржевой торговли являются члены биржи и посетители биржевых торгов. Служащие биржи не имеют права участвовать в биржевых сделках или создавать брокерские фирмы.

Членами биржи являются лица, участвующие в формировании уставного капитала биржи (учредители) или внесшие членские или иные целевые взносы в ее имущество. Членам биржи предоставляется право участвовать в биржевой торговле, принимать решения на общих собраниях и участвовать в работе других органов управления, получать дивиденды, если они предусмотрены учредительными документами, и другие права.

Неполные члены вправе участвовать в биржевых торгах в соответствующей секции (отделе, отделении) биржи и на определенное учредительными документами биржи количество голосов на общем собрании членов биржи и на общем собрании секции биржи.

Члены биржи, являющиеся брокерскими фирмами или независимыми брокерами, осуществляют биржевую торговлю непосредственно от своего имени и за свой счет, или от имени клиента и за его счет, или от своего имени за счет клиента, или от имени клиента за свой счет.

Члены биржи, не являющиеся брокерскими фирмами или независимыми брокерами, участвуют в биржевой торговле:

* непосредственно от своего имени - только при торговле реальным товаром, исключительно за свой счет, без права на биржевое посредничество;
* через организуемые ими брокерские конторы;
* на договорной основе с брокерскими фирмами, брокерскими конторами и независимыми брокерами, осуществляющими свою деятельность на данной бирже.

Участие в биржевых торгах помимо членов биржи вправе принимать посетители, которые приобретают это право на определенный срок и за соответствующую плату.

Посетителями являются юридические и физические лица, не являющиеся членами биржи и имеющие в соответствии с учредительными документами биржи право на совершение биржевых сделок.

Посетители биржевых торгов могут быть постоянными и разовыми.

Постоянные посетители не участвуют в формировании уставного капитала и управлении биржей. Они пользуются услугами биржи и обязаны вносить плату за право на участие в биржевой торговле в размере, определенном соответствующим органом управления биржи.

Предоставление постоянному посетителю права на участие в биржевых торгах на срок более трех лет не допускается.

Разовые посетители биржевых торгов имеют право на совершение сделок только на реальный товар, от своего имени и за свой счет.

Отличительными признаками биржевой торговли являются торговля в заранее определенном месте по установленным правилам, гласность и публичность торгов, регулярность их проведения, торговля по рыночным ценам, торговля только биржевыми товарами посредством биржевых брокеров, аукционный способ определения цены.

По территории действия биржи подразделяются на международные, общероссийские, межрегиональные и региональные.

По назначению - на универсальные и специализированные по торговле отдельными видами товаров (например, цветными металлами, пшеницей, сахаром и т.п.).

По характеру биржевых операций - на биржи реального товара, фьючерсные биржи.

Оптово-промышленные ярмарки способствуют демонополизации производства и обращения товаров, снижению товарного дефицита, увеличению конкурентоспособных товаров, выявлению спроса потребителей.

Ярмарочная торговля была развита в дореволюционной России. Так, только на Нижегородской ярмарке, пользовавшейся международным авторитетом, в середине XIX в. стоимость привезенных товаров составляла 60% от общей стоимости товаров, ввозимых в Россию .

В настоящее время общие правила по организации ярмарок продовольственных товаров содержатся в Законе о госрегулировании торговли. Согласно ст. 11 Закона о госрегулировании торговли, организаторами ярмарки вправе выступать органы государственной власти и местного самоуправления, юридические лица и индивидуальные предприниматели. Порядок проведения и продажи товаров на ярмарках устанавливается субъектами РФ, на территории которых ярмарки организуются, либо федеральным органом государственной власти, если он выступает организатором ярмарки, с учетом правил, установленных федеральным законодательством (о пожарной безопасности, в области охраны окружающей среды, о защите прав потребителей, санитарно-эпидемиологического благополучия населения и др.). Для организатора ярмарки установлена обязанность публикации информации о ее проведении в средствах массовой информации и размещения на сайте в сети Интернет. Торговые места должны предоставляться не только юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, но и гражданам, ведущим крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства или занимающимся садоводством, огородничеством, животноводством. Размер платы за предоставление оборудованных мест и за оказание услуг, связанных с обеспечением торговли, устанавливается организатором ярмарки с учетом необходимости компенсации понесенных затрат на ее проведение.

Торговля на ярмарках осуществляется, как правило, по образцам и моделям товаров, а также в отдельных случаях по каталогам, проспектам и другим материалам, характеризующим товары. Представители участников ярмарки должны иметь надлежаще оформленные доверенности для заключения договоров. Заключение договоров производится непосредственно на ярмарке. Возникающие разногласия между покупателями и продавцами оперативно устраняются с помощью специально образуемого на время работы ярмарки органа по разрешению споров - арбитража ярмарки.

В зависимости от состава участников проводимые ярмарки бывают международными, общероссийскими, межрегиональными, региональными и местными.

Участие в специализированных выставках-ярмарках - неотъемлемый элемент маркетинговой деятельности коммерческой организации.

В настоящее время по существу различий между ярмарками и выставками не проводится.

Организацией выставок и ярмарок занимаются различные субъекты. Ярмарочно-выставочную деятельность организуют около 100 фирм, объединенных в Союз выставок и ярмарок СНГ, а на территории России действует Российский союз выставок и ярмарок (РСВЯ).

Однако в нормативном порядке выставочная деятельность не урегулирована. Правительством РФ утверждено лишь Положение о проведении международных выставок образцов продукции военного назначения на территории Российской Федерации и об участии российских организаций в таких выставках на территориях иностранных государств <1>.

Отсутствует координация в планировании выставок.

Для упорядочения выставочно-ярмарочной деятельности, превращения выставок и ярмарок в эффективный рыночный механизм организации торговли необходимо принятие специального нормативного акта, регламентирующего их деятельность.

Как показывает опыт, нужна государственная поддержка отечественных товаропроизводителей для участия их в международных выставках и ярмарках. Целесообразно в бюджете устанавливать размер средств, выделяемых государством на проведение выставок и ярмарок.

Необходимо утверждать план проведения выставок и ярмарок для устранения их дублирования.

Организаторы оптового рынка могут быть образованы в любых организационно-правовых формах, предпочтительной является открытое акционерное общество.

Организаторы торговли на оптовых продовольственных рынках предоставляют производителям сельскохозяйственной продукции специально оборудованные места для торговли, оказывают услуги по хранению товаров, обеспечивают контроль за безопасностью и качеством товаров, соблюдением санитарных, ветеринарных и иных правил и норм.

Участниками оптового продовольственного рынка являются оптовые продавцы и оптовые покупатели - предприятия торговли и общественного питания, перерабатывающие предприятия.

Всем участникам должно быть предоставлено право равного и свободного доступа на рынок. Продавцы обязаны пройти аккредитацию и документально подтвердить безопасность и качество продаваемых товаров.

Купля-продажа сельхозпродукции носит публичный характер. Продавцы не вправе отказываться от заключения договоров с теми или иными покупателями, оказывать предпочтение определенным покупателям. Цены на сельскохозяйственные товары определяются, как правило, по соглашению сторон.

Оптовые продовольственные рынки и товарные биржи являются близкими по характеру формами организации оптовой торговли. Однако они не дублируют, а взаимно дополняют друг друга, поскольку между ними имеются различия.

Так, торговля на биржах осуществляется на периодических торговых сессиях, а на продовольственных оптовых рынках - ежедневно. На биржу допускается ограниченный круг субъектов. Все виды биржевых сделок вправе совершать биржевые посредники, имеющие соответствующие лицензии. На оптовых рынках сделки купли-продажи заключают непосредственно продавцы и покупатели без посредников.

К биржевой торговле допускаются биржевые товары, соответствующие установленным законом требованиям. На оптовых рынках отсутствуют такие жесткие требования к сельскохозяйственной продукции. По-разному определяются цены на продаваемые товары на бирже и оптовом рынке.

Широкое распространение оптовых продовольственных рынков сдерживает отсутствие законодательного регулирования их деятельности.

В качестве организаторов торгового оборота можно рассматривать и торги, проводящиеся в форме конкурса или аукциона. Общие правила проведения торгов предусмотрены в ГК РФ (ст. ст. 447 - 449). В настоящее время применение торгов для реализации имущества широко используется не только в торговой практике, но и в других различных сферах (при приватизации, банкротстве и др.). Торги проводят как специализированные, так и иные организации, если в учредительных документах предусмотрено их проведение.

**6 Оптовые торговые и посреднические организации**

От организационно-правовой формы субъектов торго­вой деятельности, регламентируемой гражданским законо­дательством, следует отличать их функциональный вид, определяемый местом в торговом обороте и основным со­держанием деятельности. Эти различия почти не разрабо­таны юридической наукой, хотя уже стали общепринятыми в практике. Итак, следует различать юридический вид (или, иначе говоря, организационно-правовую форму) и функци­ональный вид организации как субъекта торгового права.

Выше были указаны виды специальных участников рынка, являющихся организаторами торговой деятельности. Наряду с ними достаточно четко функциональные различия закрепи­лись в оптовой торговле и посреднической деятельности. Это объяснимо, поскольку на посредников приходится 75% това­рооборота — как внутреннего, так и внешнего.

Торгово-посреднические организации подразделяются на виды в зависимости от выполняемых ими на товарном рынке функций, характера совершаемых с товаром операций, основ­ных видов используемых договоров и других оснований.

В зависимости от того, приобретает ли торгово-посред­ническое звено право собственности на товар, выделяют: 1) оптовые торговые и посреднические организации, приобре­тающие право собственности на реализуемый с их участием товар; 2) посреднические организации, не приобретающие прав собственности на товар, а оказывающие в качестве ос­новного вида своей деятельности услуги по доведению то­вара от изготовителя к потребителю.

В группу независимых торгово-посреднических звень­ев входят организации, приобретающие и реализующие товар от своего имени и за свой счет. С учетом характера со­вершаемых операций среди них различают: фирмы-диле­ры, торговые дома, дистрибьюторы, трейдеры и ряд других.

Прохождение через них товаров от изготовителей к потре­бителям оформляется цепочкой договоров.

Дилерами называются оптовые организации, специали­зирующиеся на торговле товарами определенных видов (товарных групп). При принятии на себя обязанностей продажи товаров какой-либо организации-изготовителя по соглашению с ней посредник становится дилером этой фир­мы или, как чаще говорят, ее официальным дилером. Дилеры должны быть юридическими лицами. Другой их признак — самостоятельное, т.е. от своего имени и за собственный счет, совершение покупок и продаж товара. Они могут прини­мать на себя по договору с изготовителем сервисные обя­занности, обеспечение покупателей сменными узлами и де­талями к техническим изделиям.

Торговые дома представляют собой многофункцио­нальные организации. Наряду с приобретением и последу­ющей продажей товаров они осуществляют производствен­ную деятельность по обработке, расфасовке, упаковке, подсортировке реализуемых товаров и др. Они работают по широкой номенклатуре товаров.

Торговый дом строится как единое юридическое лицо либо в форме контрактного объединения, т.е. связанного договора­ми о совместной деятельности сообщества торговых, произ­водственных, складских, транспортных и иных организаций.

В качестве достоинств торговых домов в литературе отмечается оперативное реагирование на изменения конъюн­ктуры рынка, выполнение важных дополнительных функций в связи с производством и сбытом товаров, объединение мел­ких и средних оптовых организаций, достигаемое на этой ос­нове снижение издержек обращения, стоимости маркетинго­вых исследований и рекламных мероприятий.

Трейдеры— специализированные посредники, соверша­ющие сделки по поручению клиентов, но от своего имени и за свой счет. В отличие от дилеров трейдерами могут быть не только юридические лица, но и индивидуальные пред­приниматели. Другое важное отличие в том, что трейдеры специализируются на краткосрочных сделках, коротких операциях.

Дистрибьюторские фирмыявляются участниками внешне­торгового оборота. Дистрибьюторы выступают реализаторами закупленного по импорту товара на территории своей страны. Для них показательным является долгосрочный характер от­ношений с иностранным поставщиком. Дистрибьюторы созда­ют свою сбытовую сеть, формируют складские запасы товаров, занимаются изучением спроса и рекламой. Крупные произво­дители и сбытовые фирмы нередко осуществляют реализацию своих товаров в других странах, подыскивая дистрибьюторов и заключая с ними дистрибьюторский контракт.

В коммерческой практике дистрибьюторов подразделя­ют в зависимости от наличия складских площадей на: 1) имеющие склады (регулярные) и 2) арендующие склады либо не имеющие складских помещений. Регулярные дист­рибьюторы выполняют функции накопления и хранения товаров, заключают договоры на поставку в будущих пери­одах, оказывают услуги по подсортировке и подбору ассор­тиментных групп товаров. Дистрибуторы, не имеющие складов, в основном участвуют в транзитных поставках.

Организации вышеперечисленных видов занимаются самостоятельной покупкой и последующей продажей това­ров. От них следует отличать субъектов, не приобретаю­щих прав собственности на товар, а лишь содействующих реализации товаров. Таковы комиссионеры, фирмы-стоки­сты, брокеры, торговые агенты и др.

Так, фирмы, действующие во внешнеторговом обороте, не­редко выступают в качестве комиссионеров, совершая сделки от своего имени, но по поручению клиентов и за их счет.

Специализированными посредниками являются фир­мы-стокисты. Они осуществляют по договору комиссии ис­ключительную продажу товара определенного экспортера. Поступающий от иностранного комитента товар хранится на так называемом консигнационном складе. Но в отличие от товара, получаемого дистрибьютором, право собствен­ности на этот товар сохраняется за иностранным постав­щиком (консигнантом). Этот товар реализуется по догово­рам средним и мелким покупателям.

Распространенный вид посредников — брокеры. Они заключают договоры от имени и за счет принципала. На биржах товары продаются в основном при посредничестве брокеров. Они действуют в качестве фирм, нередко имею­щих свою филиальную сеть, либо в качестве независимых брокеров. Роль брокеров на рынке определяется доскональ­ным знанием спроса и предложения на определенные това­ры и способностью оперативно выполнять поручения.

Важная группа субъектов — торговые агентства и аген­ты.Их функции состоят в подыскивании покупателей для фирмы-продавца, в пользу которой работает агент. Агент проводит переговоры с возможным покупателем и сообща­ет информацию фирме-продавцу для заключения договора.

Имеется ряд других видов организаций, специализиро­ванных по функциям в сфере торгового оборота.

Конечно же, не очень удобно пользоваться иноязычными терминами «дилер», «дистрибьютор», «стокист» и др. Од­нако обозначать субъектов необходимо, а российских экви­валентов, синонимов при всем богатстве русского языка по­просту нет.

**7 Понятие и виды объектов торгового права. Товарораспределительные документы.**

Объектами торгового права являются те ценности, по поводу которых возникают отношения, регулируемые коммерческим правом:

1) товары;

2) товарораспорядительные документы;

3) средства индивидуализации товаров (товарный знак, наименование места происхождения товара).

К товарораспорядительным документам относятся:

1) складские свидетельства;

2) коносамент;

3) накладные на перевозку грузов.

Складские документы бывают трех видов:

1) двойное складское свидетельство;

2) простое складское свидетельство;

3) складская квитанция.

Двойное складское свидетельство состоит из двух частей: складского свидетельства и залогового свидетельства (варранта), которые могут отделяться друг от друга. В каждой части двойного складского свидетельства указываются наименование и местонахождение товарного склада, текущий номер складского свидетельства, наименование юридического лица или гражданина, являющегося поклажедателем, и его местонахождение, наименование принятого товара, его количество с указанием числа или меры товара, срок хранения товара, размер вознаграждения либо тарифы, дата выдачи свидетельства. Обе части должны иметь идентичные подписи.

Простое складское свидетельство состоит из одного документа, выдаваемого на предъявителя, содержит те же реквизиты, что и двойное складское свидетельство, кроме наименования юридического лица, которое является поклажедателем. Оно также не содержит место нахождения поклажедателя, реквизиты, подписи и печати.

Складская квитанция (складская расписка) – документ, вручаемый складом поклажедателю, подтверждающий прием товара на хранение на определенный срок и за установленную плату. Она выдается либо владельцу товара, либо лицу, которое действует по доверенности.

Двойное складское свидетельство и простое складское свидетельство являются ценными бумагами. Они могут при соблюдении установленной формы удостоверять имущественные права и могут осуществлять передачу данных прав. Товар, принятый на хранение по двойному складскому свидетельству, может быть предметом залога, т. е. пока товары на складе, можно оставить залоговое свидетельство в обмен на какие-либо средства, но также можно взять товары со склада до погашения кредита. Передача залогового свидетельства осуществляется по передаточной надписи (индоссаменту). Держатель такого залогового свидетельства имеет право на товар в размере кредита, выдаваемого по залоговому свидетельству. Распорядиться товаром можно только в двух частях двойного складского свидетельства. Выдача товара может производиться только при наличии двух частей свидетельства.

Коносамент – товарораспорядительный документ в морской перевозке грузов, на основании которого перевозчик получает товар и передает его грузополучателю. При купле-продаже коносамента возможна передача имущественных прав на груз, в отношении которого выдан коносамент. Коносамент бывает следующих видов:

1) именной – выдается на имя определенного получателя;

2) ордерный – выдается приказу отправителя или получателя товара;

3) коносамент на предъявителя.

Коносамент должен иметь обязательные реквизиты:

1) наименование перевозчика и его место нахождения;

2) наименование порта погрузки и дата приема груза перевозчиком в порту погрузки;

3) наименование отправителя и его место нахождения;

4) наименование порта выгрузки;

5) наименование получателя;

6) наименование груза, необходимого для идентификации товара;

7) основные марки, указание в соответствующих случаях на опасный характер или особые свойства груза, число мест или предметов и масса груза или обозначенное иным образом его количество;

8) внешнее состояние груза и его упаковки;

9) фрахт в размере, подлежащем уплате получателем, или иное указание на то, что фрахт должен уплачиваться им;

10) время и место выдачи коносамента;

11) число оригиналов коносамента;

12) подпись перевозчика или действующего от его имени лица;

13) иные данные, включенные по соглашению сторон в коносамент.

Коносамент по желанию отправителя может быть выдан сразу в нескольких экземплярах, которые являются оригиналами. После выдачи груза на основании первого из предъявленных оригиналов коносамента остальные его оригиналы теряют силу.

**8 Классификация товаров**.

Классификация товаров необходима для формулирования маркетинговой стратегии продвижения товаров.

**Классификация по материальной осязаемости**, товарному признаку:

* товар - как предмет, товар;
* товар - как [услуга](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_u/usluga/index.php).

Классификация товара по значимости для потребления:

* Основной товар – товар, составляющий основную ценность для потребителя, предмет потребления.
* Дополнительный товар – товар расширяющий функционал основного товара.
* Аксессуар – товар необязательной, но сопутствующий основному товару.
* Расходный материал – товар, потребляемый в процессе пользования основного товара.
* Запасная часть (ЗИП, запчасть) – товар для ремонта и продления эксплуатационного периода основного товара.

Классификация по взаимосвязи товаров:

* Взаимозаменяемые товары (субституты).
* Взаимодополняющие товары (комплементарные).
* Не связанные.

**Классификация товаров на основе длительности потребления**:

* товары длительного пользования;
* товары кратковременного пользования.

Товары длительного пользования – материальные изделия, обычно выдерживающие многократное использование. Примерами подобных товаров могут служить холодильники, станки, одежда.  
Товары кратковременного пользования – товары, полностью потребляемые за один или несколько циклов использования. Примерами подобных товаров могут служить пиво, мыло, соль.

**Классификация товаров в зависимости от ритма** совершения покупки:

* товары повседневного спроса;
* товары длительного обращения;
* товары предварительного выбора;
* товары импульсной покупки;
* товары для экстренных случаев;

Товары повседневного спроса -– товары, которые потребитель обычно потребляет повседневно, покупает часто, без раздумий и с минимальными усилиями на их сравнение между собой. Примерами подобных товаров могут служить табачные изделия, мыло и газеты;  
[Товары предварительного выбора](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/product-pre-selection/) – товары, которые потребитель в процессе выбора и покупки, как правило, сравнивает между собой по показателям пригодности, качества, цены и внешнего оформления. Примерами подобных товаров могут служить мебель, одежда, подержанные автомобили и основные электробытовыеприборы.  
 Товары особого спроса – товары с уникальными характеристиками и/или отдельные марочные товары, ради приобретения которых значительная часть покупателей готова затратить дополнительные усилия.  
Товары для экстренных случаев покупают при возникновении острой нужды в них, например зонтики во время ливня, сапоги и лопаты после первых снежных заносов, новогодние игрушки;

**Классификация товаров по назначению:**

* товары для потребления (все товары, производимые с целью потребления);
* товары производственного назначения (для промежуточного использования, потребляемые в процессе производства);
* материалы и комплектующие: сырье, полуфабрикаты, детали, заготовки, покупаемые с целью дальнейшей переработки, улучшения,с целью создания товаров;
* капитальное имущество: оборудования, здания и сооружения;
* вспомогательные товары и услуги: деловые услуги, вспомогательные материалы.

**Классификация товаров по активности спроса**:

* Товары активного спроса;
* Товары пассивного спроса.

Товары активного спроса - то же, что товары повседневного спроса, сезонные товары, товары особого спроса, товары экстренных случаев;  
 Товары пассивного спроса - товары, которых потребитель не знает или знает, но обычно не задумывается об их покупке. Новинки типа индикаторов дыма и кухонных машин для переработки пищевых продуктов пребывают в разряде товаров пассивного спроса до тех пор, пока  
реклама не обеспечивает осведомленность потребителя об их существовании.

Классическими примерами всем известных и тем не менее не вызывающих спроса товаров служат страхование жизни, надгробия и энциклопедии.

**По признаку новизны, товары можно классифицировать**:

* Новый товар:
  + Новинка – созданный для действующего рынка, как результат эволюционного развития потребности и предложений.
  + Венчурный товар – товар, как результат новаций в технологию, создаваемый для нового рынка.
* Улучшенный товар:
  + Концентрически диверсифицированный – товар на новом витки развития.
  + Линейно диверсифицированный – оптимизированный, измененный товар для новой или текущей целевой группы.
* Товар активного текущего спроса.
* Старый товар:
  + Устаревающий товар.
  + Раритетный товар.

**По сезонности покупки, товары классифицируют:**

* Товары пиковых продаж (пасхальные наборы, новогодние товары, саженцы и семена к посевной);
* Сезонные товары (спортивные товары, одежда под сезон);
* Товары перманентного спроса (значительная часть товаров потребительской корзины).

**Классификация товаров по числу удовлетворяемых потребителей**:

* массовый товар;
* товар для целевой группы;
* штучный (единичный) товар;
* эксклюзивный товар;

**Классификация товаров по месту производства:**

* экспортный товар;
* импортный товар;
* товар [толлинговых](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_t/tolling/) операций;
* местный (отечественный) товар.

**Классификация товаров по личностному потреблению:**

* товар личного потребления;
* товар общественного потребления.

**Классификация товаров по признаку военный/мирный:**

* товар военного назначения;
* товар гражданского назначения;
* товар двойного назначения.

**Классификация товаров по происхождению:**

* товары животного происхождения;
* товары растительного происхождения;
* товары переработки, промышленные товары;
* минеральные сырьевые товары.

Классификация товаров по материальному исполнению:

* материальные «офлайновые» товары (одежда, посуда, автомобили);
* электронные «онлайновые» товары (коды доступа, скидочные купоны и подарочные карты, игры, музыка, электронные книги).

**9 Правовой режим товаров**.

Правовой режим обычно устанавливается в отношении:

1) статуса, правомочий продавца и покупателя;

2) возможности и порядка приобретения или отчуждения различных товаров;

3) порядка хранения, транспортировки, учета различных товаров.

Правовой режим достигается с помощью издания законодательных и административно-распорядительных актов, определяющих порядок действий с товаром, а также заключением международных договоров или конкретных торговых договоров между хозяйствующими субъектами.

ГК РФ называет три режима обращения товаров:

1) свободно отчуждаемые;

2) ограниченные в обращении;

3) изъятые из оборота.

Некоторые требования к товарам основываются на государственной и общественной безопасности. Указом Президента РФ утвержден Перечень изделий, свободная реализация которых запрещена: стратегические материалы, вооружение, взрывчатые вещества, ракетная техника, шифровальная техника и т. п. Разрешение на производство и реализацию подобных товаров дается министерствами или органами власти субъектов Российской Федерации.

Экспортные поставки и импортные закупки связаны с экономическими интересами РФ, поэтому действия с некоторыми видами товаров регламентируются государством. Лицензированию подлежит торговля оружием и патронами, реализация нефти, газа и продуктов их переработки; заготовка и реализация лома черных и цветных металлов, распространение лекарственных средств и изделий медицинского назначения.

Среди методов государственного регулирования внешнеторговой деятельности выделяют:

1) таможенно-тарифное регулирование;

2) нетарифное регулирование;

3) запреты и ограничения внешней торговли товарами, услугами и интеллектуальной собственностью;

4) меры экономического и административного характера, способствующие развитию внешнеторговой деятельности.

Таможенно-тарифное регулирование позволяет повышать или понижать ввозные (вывозные) пошлины на группы товаров. К нетарифному регулированию относится лицензирование деятельности и введение квот на экспорт и импорт отдельных товаров. Для обеспечения экономики страны используется ограничение торговли некоторыми видами товаров на внешнем рынке или полный запрет. Для стимулирования торговли с зарубежными государствами принимаются комплексные меры, облегчающие ввоз и вывоз определенных товаров

Правовой режим товаров в торговле создается различ­ными способами, они достаточно разнообразны и интерес­ны. Это могут быть требования, касающиеся:

* определения статуса и правомочий продавца и поку­пателя. Здесь через регулирование правоспособности ока­зывается влияние на совершение операций с товарами;
* возможности и порядка приобретения или отчужде­ния различных товаров;
* порядка хранения, транспортировки, учета различ­ных товаров, также создающие разные правовые режимы.

С юридико-технической точки зрения режим товаров может создаваться путем издания законодательных и адми­нистративно-распорядительных актов, касающихся дей­ствий с товаром. Не меньшее влияние на режим обращения товаров могут оказывать международные договоры, а так­же конкретные торговые договоры, заключаемые между хо­зяйствующими субъектами, например, об исключительной продаже товаров на определенной территории.

Режимные требования, связанные с вещественными свой­ствами объектов, могут диктоваться интересами государст­венной и общественной безопасности. Так, в целях государст­венного контроля за движением определенных объектов Указом Президента РФ от 22.02.1992 № 179 «О видах продук­ции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реали­зация которых запрещена» утвержден Перечень изделий, сво­бодная реализация которых запрещена. Перечень фактически включает две группы предметов :полностью изъятые из тор­гового оборота и ограниченные в обороте.

Полностью изъятыми, к примеру, считаются стратегические материалы, вооружение, взрывчатые вещества, ракетная техни­ка, шифровальная техника и ряд других. На практике это имущество может продаваться и продается, но в специальном порядке. Постановлением Правительства РФ от 10.12.1992 № 959 «О поставках продукции и отходов производства, сво­бодная реализация которой запрещена», установлен порядок поставок таких изделий на основании разрешений на использо­вание и квот, выдаваемых соответствующими министерствами или органами власти субъектов Российской Федерации.

Установление режимных требований зачастую диктует­ся экономическими интересами государства, целями за­щиты отечественных производителей. Это касается экспортных поставок и закупок по импорту. Здесь используют­ся разнообразные приемы, создающие особые правовые ре­жимы деятельности с определенными товарами.

Воздействие на процесс реализации товаров может оказы­ваться путем изменения статуса, т.е. путем расширения или ограничения правоспособности лиц. Согласно ст. 49 ГК ком­мерческие организации могут осуществлять любые виды деятельности, если они не запрещены законом. Вместе с тем торговое законодательство может ограничивать участие субъектов в обороте определенных товаров. Так, оптовую торговлю лекарственными средствами вправе осуществлять только юридические лица. Розничной торговлей лекарствами могут заниматься только аптечные организации.

Коммерческая правоспособность организаций может расширяться или ограничиваться также иными способами. Инструментом регулирования правоспособности, прежде всего, служит лицензирование деятельности. Причем лицензии на осуществление определенных видов деятельнос­ти, регламентирующие статус организации, следует отли­чать от лицензий на экспорт или закупку по импорту конк­ретных видов и количеств товара.

**10 Способы обособления товаров**.

Товарами в торговом обороте в основном выступают вещи, характеризуемые родовыми признаками. Для выделения товара среди других подобных ему товаров применяются средства индивидуализации товаров.

К средствам индивидуализации товаров относятся:

● товарный знак – обозначение, благодаря которому товары одних производителей отличаются от однородных товаров других производителей;

● знак обслуживания – обозначение, благодаря которому услуги одних юридических и физических лиц отличаются от однородных услуг других физических и юридических лиц;

● наименование места происхождения товара – указание в названии товара места его производства (происхождения), что позволяет отличать данный товар от других товаров (например, бразильский кофе, оренбургский пуховый платок и др.).

Потребности торгового оборота обусловили необходимость выде­ления товара среди других подобных товаров путем указания изготови­теля или источника происхождения товара.

Основными средствами отличия товаров и услуг одних лиц от товаров и услуг других лиц являются товарный знак и знак обслуживания. Их применение регули­руется главой 76 ГК РФ «Права на средства индивидуализации юри­дических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий».

В качестве товарных знаков и знаков обслуживания применяются словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения и их комбинации. Он регистрируется в Государственном реестре товар­ных знаков. В реестре указывается перечень товаров, для индивидуа­лизации которых предназначен знак. Исключительное право поль­зователя на знак может удостоверяться буквой ® в окружности, про­ставляемой рядом со знаком.

Правовая охрана, а соответственно, и сама возможность исполь­зования товарных знаков возникает с момента их государствен­ной регистрации.

Товарный знак может быть зарегистрирован на имя юридического лица или индивидуального предпринимателя на основе заявления с приложением установленных документов. После регистрации лицу выдается свидетельство на товарный знак или знак обслуживания. Регистрация знака действует в течение 10 лет.

Наряду со знаками, зарегистрированными на отдельных лиц, применяются коллективные знаки. Коллективным знаком является товарный знак союза, хозяйственной ассоциации или иного добро­вольного объединения предприятий, предназначенный для обозна­чения выпускаемых и реализуемых ими товаров, обладающих еди­ными качественными или иными общими характеристиками.

Использованием товарного знака признается проставление его на товарах, для которых товарный знак зарегистрирован, или на упа­ковке товаров владельцем товарного знака или лицом, которому такое право предоставлено на основе лицензионного договора.

Ныне широкое распространение получил термин «бренд». Он обозначает известный на рынке товарный знак (знак обслужива­ния) или группу товарных знаков на изделия определенного изгото­вителя. В таком же значении употребляется понятие торговая марка. Эти понятия, несмотря на повсеместное применение, не закреплены законом.

Право на использование товарного знака может быть предостав­лено его владельцем другому лицу по лицензионному договору. Договор регистрируется в федеральном ведомстве по интеллектуальной соб­ственности и без такой регистрации признается недействительным. Лицензии бывают двух видов: исключительные и неисключительные. Исключительная (полная) лицензия запрещает владельцу передан­ного товарного знака его использование в пределах срока действия договора. Неисключительная (неполная) сохраняет за владельцем переданного товарного знака возможность самому его использовать.

Использование товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения на однородных товарах без разрешения пра­вообладателя признается нарушением исключительных прав послед­него. Незаконным использованием считается размещение чужого товарного знака или сходного обозначения на товарах, этикетках, упаковке этих товаров, которые производятся, предлагаются к про­даже, демонстрируются на выставках и ярмарках, хранятся или пере­возятся для введения в оборот.

Незаконное использование чужого товарного знака и наимено­вания места происхождения товара влечет установленную законом ответственность, включая уголовную.

**11 Формирования структуры и инфраструктуры товарного рынка**

Рыночная экономика состоит из совокупности взаимосвязанных рыночных секторов. Принято выделять несколько таких секторов: рынок труда, рынок капиталов, фондовый рынок, страховой рынок и др. Работа всех этих секторов регулируется рыночными механиз­мами и институтами и вместе с тем подчиняется требованиям пра­вовой системы.

Основу рыночной экономики составляет товарный рынок как система субъектов экономики и их отношений, целью которых яв­ляется купля-продажа товаров.

Становление рыночных отношений в России требует формиро­вания структуры товарного рынка и обслуживающей его инфра­структуры.

Структура товарного рынка представляет собой совокупность объединяемых договорно-хозяйственными связями звеньев, участвующих в продвижении товаров от изготовителей к потребителям.

Коммерческое право регулирует деятельность национального то­варного рынка. Товарный рынок образуют взаимосвязанные дей­ствия изготовителей товаров, оптовых торговых и посреднических организаций по реализации товаров, а также розничных торговых и иных организаций и индивидуальных предпринимателей, приобре­тающих товары для предпринимательских и производственных це­лей либо для обеспечения собственной деятельности.

Торговля представляет собой не просто хаотичную совокупность сделок по приобретению и продаже товаров, а системный процесс доведения товаров от изготовителей к потребителям.

Производитель озабочен не только тем, чтобы произвести товар и сбыть его любому покупателю. Производству каждого товара предшествует разработка стратегии его реализации. Как правило, производитель заинтересован, чтобы как можно большее количество потребителей приобретало его товары не единожды, а постоянно. Поэтому производитель заинтересован создать такую систему сбыта, которая обеспечит прирост прибыли. В связи с этим коммерческий интерес производителя простирается не только на сделки с первым контрагентом, по и на последующие сделки, совершаемые посредниками, приобретающими его товары. Иными словами, перед производителем стоят две основные задачи — планирование (1) производства и (2) сбыта. В реализации этих задач производителю помогает структура товарного рынка, под которой принято понимать совокупность звеньев, участвующих в продвижении товаров от изготовителей к потребителям.

Структура товарного рынка — это совокупность звеньев, которые участвуют в продвижении товара от производителей к потребителям.

Целесообразно разделение таких звеньев на три основные группы:

1) производители (изготовители товаров);

2) оптовые торговые и иные посреднические организации;

3) организации-«потребители» и розничные торговые организации.

Выделение этих звеньев структуры товарного рынка имеет весьма важное правовое значение, которое в конечном счете влияет на выбор сторонами договорной конструкции для регулирования своих отношений. Ведь от того, кто реализует товары — производитель или, например, посредник, зависит выбор сторонами договорной конструкции (например, купля-продажа, поставка, дистрибьюторский или дилерский договор, лизинг или франчайзинг). Также для выбора сторонами договорной конструкции важен вид товара, который продвигается (например, продовольственный или нет, защищен товарным знаком или нет, крупногабаритный или нет и др.). Наконец, весьма важное значение имеют операции, сопутствующие сбыту (логистика, информационное обеспечение, меры стимулирования сбыта и др.) речь идет о видах деятельности, которые реализуются субъектами инфраструктуры товарного рынка

Под инфраструктурой товарного рынка принято понимать совокупность организаций, обеспечивающих нормальную деятельность производителей (изготовителей), торговых посредников и розничных торговых организаций в процессе движения товаров, осуществляемых субъектами, формирующими структуру товарного рынка. Звенья инфраструктуры товарного рынка принято подразделять по видам деятельности:

* 1) кредитование и иные финансовые операции. Финансирование осуществляется банками и иными кредитными организациями. Помимо прямого кредитования они активно задействованы, например, в лизинговых и факторинговых операциях;
* 2) страхование. Страховые организации предлагают широкий спектр услуг по страхованию торговых операций от возможных рисков;
* 3) логистические операции (хранение, сортировка, кастомизация1). Речь идет о специализированных складах и логистических центрах, оборудованных для хранения продовольственных и промышленных товаров;
* 4) транспортные услуги. Система транспортных организаций, осуществляющих доставку товаров железнодорожным, автомобильным, морским, речным и авиационным транспортом, играет важную роль в доведении товаров от производителей к потребителям и влияет на ценообразование. Иногда они оказывают услуги более широкого спектра, включая экспедиционное обслуживание, оформление первичных документов, сортировку грузов и др.;
* 5) информационные услуги. Такого рода услуги оказываются специализированными информационными агентствами, предоставляющими на платной основе информацию о цене, соотношении спроса и предложения[[2]](https://studme.org/103164/pravo/struktura_infrastruktura_tovarnogo_rynka" \l "gads_btm) [[3]](https://studme.org/103164/pravo/struktura_infrastruktura_tovarnogo_rynka" \l "gads_btm). Наряду с этим информационное обслуживание может носить автоматизированный характер и осуществляться с помощью специального программного обеспечения, которое установлено у обоих контрагентов (например, у продавца и покупателя) и которое фиксирует уровень складских запасов покупателя, выполнении плана перепродаж по объему и ассортименту и др.1;
* 6) услуги по производству и распространению рекламы, стимулированию сбыта и иные маркетинговые операции. Данные услуги оказываются агентствами, специализирующимися на разработке, изготовлении маркетинговых стратегий, создании брендов и рекламных мероприятий для хозяйствующих субъектов, продвигающих товары, продаваемые под определенными товарными знаками, — от производителей к потребителям;
* 7) услуги по фасовке товаров. Организации, оказывающие услуги по расфасовке товаров, являются своеобразным связующим звеном между трейдерами, совершающими сделки с крупными партиями товаров п розничными торговыми организациями, которые предлагают потребителям товары в небольших расфасовках. В этих случаях розничная торговая организация закупает у трейдера крупную партию товара, например, 1 т сахарного песка, а организация-фасовщик оказывает на платной основе услуги по расфасовке приобретенного сахарного песка — в пакеты по 1 кг для последующей продажи потребителями розничного магазина;
* 8) услуги по упаковке товаров. В качестве самостоятельной выделяется подсистема тароупаковочной индустрии, значительно влияющая на конкурентоспособность товаров. Разработка упаковки осуществляется на основании патентов на промышленные образцы п является важным этапом формирования маркетинговой стратегии производителей. Однако в редких случаях производитель самостоятельно осуществляет полный цикл производства товаров, включая его упаковку. Как правило, услуги по изготовлению упаковки на платной основе осуществляют иные организации;

Все рассмотренные виды деятельности, как правило, осуществляются не самим производителем, а иными хозяйствующими субъектами, которые и формируют инфраструктуру товарного рынка, на основе договоров возмездного оказания услуг и их разновидностей. Инфраструктура товарного рынка постоянно меняется, предлагая звеньям структуры товарного рынка все новые услуги, оптимизирующие их деятельность и доведение товаров до потребителей.

Таким образом, структура и инфраструктура товарного рынка неотделимы друг от друга, и деятельность звеньев обеих подчинена единой цели — организации продвижения товаров от производителей (изготовителей) к потребителям.

Организация продвижения товаров от изготовителей к потребителям осуществляется по так называемым каналам сбыта. Каналы сбыта представляют собой пути, по которым товары двигаются от производителей к потребителям. Юридическое значение построения канала сбыта для тех или иных товаров проявляется в выборе участниками канала сбыта наиболее удобных договорных конструкций для регулирования сложившихся между ними экономических отношений (купля-продажа, поставка, дистрибьюторский договор, дилерский договор, франчайзинг и др.).

Не являются составной частью ни структуры, ни инфраструктуры торгового оборота организаторы торгового оборота (ярмарки, оптовые продовольственные рынки, биржи, торгово-промышленные палаты, ассоциации и др.). Их деятельность состоит в организации взаимодействия звеньев структуры и инфраструктуры таким образом, чтобы обеспечить нормальное развитие экономики и условия для увеличения прибыльности.

* 1. **Правовое обеспечения конкуренции на товарном рынке (понятие и социально-экономическая роль конкуренции, способы создания конкурентной среды в торговле, защита конкуренции).**

"Конкуренция" (от лат. concurrentia - сталкиваться) означает соперничество между производителями товаров и услуг за рынок сбыта, завоевание определенного сегмента рынка, это борьба между частными товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наивысшей прибыли".

Условия возникновения конкуренции на товарных рынках:

* наличие на рынке большого количества продавцов товаров. Конкуренция в отличие от монополии предполагает существование на рынке нескольких взаимодействующих между собой субъектов, тогда как монополизированный рынок, как правило, представлен только одним субъектом;
* свобода выбора коммерческой деятельности продавцов товаров. Каждый из продавцов может вступать в связи с теми субъектами рынка и в том порядке и на таких условиях, какие представляются ему наиболее выгодными с коммерческой точки зрения;
* соответствие спроса предложению. Продавец должен выходить с товаром на рынки, которые обеспечены потребительским спросом, и, напротив, покупатели должны иметь выбор различных товаров различных производителей. Дефицит товара ограничивает свободу конкуренции.

Борьба за более высокую прибыль возникает как естественный процесс в товарном, рыночном обществе. Государство со своей стороны обязано поощрять конкурентную борьбу и регулировать ее в нужных обществу направлениях. Здесь важно, чтобы стремление к более высокой прибыли осуществлялось через удовлетворение интересов людей, достижение лучших хозяйственных результатов. При такой направленности конкуренция превращается в движущий фактор непрерывного развития и совершенствования производства, внедрения научно-технических достижений, улучшения качества и расширения ассортимента товаров.

Придание подобной направленности конкуренции связано с узловыми проблемами развития экономики. Здоровая конкуренция обеспечивает перелив капиталов от менее эффективных к более эффективным отраслям хозяйства и видам деятельности. Она служит оптимизации обмена и подчинению производства запросам потребителей.

Основными способами создания конкурентной среды являются следующие:

1. Увеличение числа организаций, осуществляющих однородную деятельность, производящих однородную продукцию или оказывающие услуги. Чем больше предприятий предлагают однородные товары и услуги, тем больше они стремятся привлечь клиентов и для этого улучшают качество, снижают издержки и взимаемые тарифы. Это достигается за счет технического совершенствования производства, сокращения излишних затрат.

2. Поддержка малого и среднего предпринимательства (высокая степень гибкости, оперативность реагирования, на изменение спроса, давление на крупные фирмы – это характерно для них) благодаря малому и среднему предпринимательству крупные фирмы вынуждены постоянно ориентироваться на запросы населения.

3. Общественное сравнение качественных и ценовых показателей товаров и услуг, оказываемых различными предпринимателями (смотры, конкурсы, выставки, объективное сопоставление характеристик, публикация сравнительной информации способствуют этому) большую работу по сравнению товаров должны проводить при поддержке государственных органов союзы защиты интересов потребителей, торговые палаты и другие организации.

4. Система пропаганды и поощрения лучших достижений и результатов. Основным критерием оценки в этой системе должна стать степень удовлетворения производителем запросов потребителей.

На защиту конкуренции направлено антимонопольное законодательство, которое в нашей стране представлено как общими и специальными законами, так и множеством подзаконных актов.

Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции"

Прежде всего, обращает на себя внимание ст. 8 Конституции РФ, из которой следует, что в Российской Федерации гарантируется единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности. Государство, его органы и их должностные лица обязаны создать и поддерживать такое единство экономического пространства, создавать и поддерживать конкуренцию.

Несколько важных антимонопольных норм содержится в ГК РФ. Так, в соответствии с ГК законодатель, с одной стороны, определяет, что граждане и юридические лица по своему усмотрению осуществляют принадлежащие им гражданские права, а, с другой, - устанавливает необходимые ограничения этой свободы, в частности, не допускается использование гражданских прав в целях ограничения конкуренции, а также злоупотребление на рынке.

**13 Сущность договора. Отличительные черты коммерческих договоров.**

Торговый оборот, деятельность по продвижению товар­ной массы от изготовителей к потребителям регулируется не только законодательством, но и — что ещё более значимо – договорами, заключаемыми хозяйствующими субъектами.

Договор представляет собой соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекра­щении гражданских прав и обязанностей (ст. 420 ГК) Понимание договора как соглашения сторон, порождающе­го обязательство между ними, является в настоящее время принятым в большинстве национальных правопорядков.

С упразднением административно-плановой системы управления договор, по общему мнению, превратился в самостоятельное и главное средство регулирования эконо­мических отношений. Договор служит важнейшим регули­рующим инструментом частного, а соответственно, и ком­мерческого права. Он в наиболее полной мере реализует общедозволительный метод регулирования общественных отношений, присущий гражданскому и коммерческому праву.

Несмотря на столь значимую роль этого правового сред­ства, проблематика договора остается одной из наиболее слабо разработанных в правоведении. Так, в качестве сино­нима понятия «договор» в юридической литературе неред­ко применяется термин «сделка». Внешние основания для их отождествления дает п. 3 ст. 154 ГК, устанавливающий, что «для заключения договора необходимо выражение согласованной воли двух сторон (двусторонняя сделка) либо трех или более сторон (многосторонняя сделка)». Однако это лишь внешняя общность.

К договору применяются правила о двух- и многосто­ронних сделках, предусмотренные гл. 9 ГК. Однако этот юридико-технический прием, используемый для экономич­ности изложения законодательного материала, не порожда­ет тождества сделки и договора. Договор получил в ГК ши­рокое самостоятельное регулирование. Общие положения о договоре, его заключении, определении условий, порядке исполнения, изменении и расторжении, закрепленные в подразд. 2 части первой ГК, применимы лишь к договор­ным соглашениям и уже никак не относятся к сделкам. В силу этого термины «договор» и «сделка» не могут рассмат­риваться как синонимы.

В условиях господства позитивистской концепции права преобладающей стала трактовка договора как акта право­применения (нормоприменения). В соответствии с ней для объяснения сущности договора используются категории «юридический факт», «правоотношение», «институт пра­ва» и т.п., выработанные для построения позитивистской картины права. Между тем «договорное право существенно отличается от других областей права». Договор­ные соглашения не определяют порядок исполнения тех или иных правовых норм, в связи с чем договор нельзя рассматривать как правоприменительный акт. Договор по­просту невозможно объяснить на основе понятий «юри­дический факт», «правоотношение» и других категорий нормоведения. Если юридический факт приводит в движе­ние нормы закона, относящиеся к соответствующему дей­ствию или событию, то договор сам предусматривает права и обязанности, создаваемые волеизъявлением его участников.

Законом закреплено общее правило, согласно которому условия договора определяются соглашением сторон. Ис­ключение составляют случаи, когда содержание соответ­ствующего договорного условия предписано законом или иными правовыми актами (п. 4 ст. 421 ГК). Таким образом, определение содержания договора происходит не на основе избрания сторонами приемлемых норм права, а в результа­те самостоятельной выработки конкретных правил взаимо­связанной деятельности и придания им значения взаимных прав и обязанностей.

Приходится констатировать, что отечественное правове­дение пришло в третье тысячелетие с размытым и путаным пониманием договора, без четкого осознания его правовой и социальной роли, реальных возможностей в решении сто­ящих перед обществом задач.

Необходимыми признаками договора, нашедшими за­крепление в законе, служат наличие согласованной сторо­нами общей цели их взаимосвязанной деятельности и дос­тижение соглашения по всем существенным условиям до­говора. Цель договорных контрагентов не только получает определение в договоре, но и становится юридически за­крепленной в результате его заключения. Согласованная цель упорядочивает приложение усилий сторон; достиже­нию цели подчиняются все условия договора.

Заключение договора ставит субъектов в юридичес­кую зависимость друг от друга. В правовой литературе всегда отмечалось значение договора как средства (инст­румента) налаживания огромного множества конкретных правовых связей самого разнообразного содержания, непосредственное осуществление которых опирается на механизм государственного принуждения. Функция уста­новления договором юридической связи между его уча­стниками в виде обязательства позволяет контрагентам реализовать на данной основе свои интересы и потребнос­ти, сочетая их между собой, закреплять их, а в случае на­добности — защищать.

Другой функцией договора является определение в нем самими сторонами подлежащих совершению действий, выполнение которых направлено на достижение цели дого­вора. Эти действия составляют предметное содержание до­говорного обязательства, о котором в предельно общем виде говорится в п. 1 ст. 307 ГК: «передать имущество, вы­полнить работу, уплатить деньги и т.п. либо воздержаться от определенного действия». Субъекты сами конкретно ус­танавливают то, что должно быть сделано ими в силу дого­вора.

Заключаемый договор обеспечивает правовую регла­ментацию действий, подлежащих выполнению участника­ми обязательства, придает им значение субъективных прав и обязанностей, Сформулированные в таком виде условия договора приобретают характер правового алгоритма, юридически выраженной и обязательной программы взаи­мосвязанных действий лиц. В силу правовой природы договор заключает в себе возможность государственного при­нуждения к его соблюдению путем применения мер воздей­ствия, предусмотренных законом и самим договором.

На протяжении десятилетий в российской цивилистике господствовал политэкономический взгляд на договор как на юридическую форму акта товарного обмена. Его след­ствием на практике стала тенденция к свертыванию содер­жания договора, ограничению его минимально возможным числом условий.

Этому взгляду противостоит понимание договора как правового средства упорядочения, повышения организо­ванности коммерческой или иной деятельности. Такой под­ход предполагает необходимость решения субъектами на основе договора всего комплекса вопросов, возникающих в их взаимоотношениях, причем с максимальной полнотой и детализированностью. Юридическое упорядочение, орга­низация на основе договора взаимосвязанной деятельности контрагентов повышает реальность достижения желаемых целей, ведет к рационализации действий, сокращению из­лишних усилий и затрат.

ГК закрепил принцип свободы договора, проявления ко­торого достаточно разнообразны. Возможность свободного заключения договоров, самостоятельного определения их содержания является одним из аспектов прав собственнос­ти и личной свободы. Эти возможности представляют со­бой основу проявления личной инициативы и деловой ак­тивности в сфере коммерции и иного предпринимательства.

Рассмотрение принципа свободы договора обычно не сопровождается показом того, для решения каких задач предназначен этот принцип, зачем он, собственно, необхо­дим. В этой связи отметим, что договорная свобода позволя­ет субъектам полнее использовать регулятивные возможно­сти, правовой потенциал договора, решать на его основе сложные и масштабные задачи экономического и социаль­ного характера.

При выработке условий договора субъекты в настоящее время способны более полно учитывать и выражать свои хозяйственные возможности и экономические интересы. Вместе с тем договор не должен пониматься как правовое выражение наличествующих факторов производства. Он призван служить одним из главных правовых средств со­вершенствования хозяйственных отношений, развития эко­номики.

Для выделения коммерческого права в самостоятельную отрасль возникает необходимость разграничения торго­вых и гражданско-правовых договоров.

В качестве наиболее общих критериев для выделения договоров коммерческого права можно назвать:

1) связь с торговым оборотом, процессом продвижения товаров от изготовителей к потребителям;

2) наличие хотя бы с одной стороны субъекта, действующе­го в качестве предпринимателя (коммерческой организации);

3) возмездный характер, наличие экономического инте­реса у каждой из сторон.

Необходимость разделения коммерческих и гражданско-правовых договоров диктуется потребностями торгового обо­рота, общественными интересами. Разнообразные специальные признаки имеются также у торговых договоров, применяемых в различных областях коммерческой деятельности.

Анализ соотношения договоров коммерческого и граж­данского права позволяет выделить в гражданском законо­дательстве, во-первых, договорные институты, в которых появились черты и признаки, предназначенные для регули­рования именно торговых отношений («коммерциализации договоров»); во-вторых, договорные институты, в которых произошло фактическое разделение и наряду с граждан­ско-правовыми институтами возникли соответствующие институты торгового права (например, коммерческое пору­чение в совокупности с представительством, существующее наряду с общегражданским поручением и представитель­ством). Наконец, необходимо указать на ряд важных дого­воров коммерческого права, вообще не упоминаемых в ГК в силу известной отдаленности цивилистики от проблем тор­гового оборота. Таковы договоры оптовой купли-продажи, на проведение маркетинговых исследований, на передачу коммерческой информации, об электронной торговле и др.

Очевидно, что процессы развития каждой из указанных групп договоров будут протекать различно. Дальнейшая коммерциализация договоров, остающихся в составе ГК, пря­мо зависит от потребностей развития торгового оборота. Со­ответствующие изменения будут происходить в результате дополнения договорных институтов успешным опытом, а так­же торговыми обычаями, прежде всего - документированны­ми обычаями международной торговли, которые уже в настоя­щее время придают совершенно иной вид многим договорам.

Должную роль призвана сыграть в этих важных процес­сах наука коммерческого права, исследующая позитивную практику применения договоров в торговом обороте и обо­сновывающая предложения о ее всемерном использовании и об изменении законодательства о договорах.

**14 Классификация коммерческих договоров**

В качестве основной группы торговых договоров прежде предлагалось выделять договоры покупки товаров с целью их продажи. В эту группу включались договоры купли-про­дажи, поставки, мены и др.

С учетом общего понятия коммерческого права торговы­ми договорами должны признаваться прежде всего такие, которые оформляют отношения по возмездной реализации товара для предпринимательских и хозяйственных нужд. Данную группу договоров можно условно назвать реализа­ционными договорами. Они образуют ядро торгового обо­рота.

К числу реализационных относятся договоры оптовой купли-продажи, поставки товаров, контрактации сельско­хозяйственной продукции, поставки товаров для государ­ственных нужд, а также договор мены товаров, связанной с предпринимательской деятельностью. Сюда же следует от­нести и такой договор, предусмотренный ст. 822 ГК, как то­варный кредит. Он включен в главу о кредитовании, хотя фактически предусматривает продажу с условием оплаты стоимости товара в будущем.

Помимо общих целей важной особенностью договоров на реализацию товара для предпринимательских и хозяй­ственных нужд является особый субъектный состав. Участ­никами таких договоров могут быть лишь организации и индивидуальные предприниматели, но не физические лица. Названные особенности дают основания и возможность безболезненно перенести нормы о реализационных догово­рах в специальный акт - Торговый кодекс, с тем чтобы бо­лее четко, детально и взаимосвязанно урегулировать соот­ветствующие обязательства.

Вторую самостоятельную группу составляют посредни­ческие договоры. По классификации ГК они в основном являются договорами на возмездное оказание услуг. В сфе­ре торговли содержанием таких договоров становится со­вершение обязанным лицом действий по поводу товара в интересах какого-либо участника торгового оборота. К данной группе относятся договоры комиссии, в том числе внешнеторговой комиссии (консигнации), коммерческого поручения. В круг посреднических входят также договоры торгового агентирования, которые широко применяются в зарубежной практике и постепенно получают распростра­нение в России, и ряд других.

Третью группу составляют договоры, содействующие торговле. Развитие торгового оборота привело к видоизме­нению прежних и появлению новых видов таких договоров. Некоторые из них используются преимущественно в ком­мерции, другие имеют как торговое, так и общегражданское применение.

Таковы договоры на проведение маркетинговых исследо­ваний; создание рекламной продукции; распространение рекламы; предоставление коммерческой информации.

К данной группе можно также отнести договоры коммер­ческой концессии, хранения товаров, страхования товаров и коммерческих рисков, перевозки грузов, транспортной экспедиции и ряд других.

Среди рассматриваемых договоров важно различать договоры на оказание услуг и на выполнение работ. Основ­ной отличительный признак — договоры на выполнение работ, как правило, имеют результатом создание опреде­ленного материального или идеального продукта. Создан­ный продукт может быть предметом последующих продаж. Что касается договоров на услуги, то они предусматривают совершение должником определенных действий в пользу кредитора. Само совершение действий (хранение, пере­возка, агентирование и т.п.) является желаемым благом и создает исполнение договора. Требования к договорам на работы и услуги весьма различны.

Наконец, имеется четвертая группа — организационные договоры. В данную группу, в частности, входят договоры о взаимосвязанной деятельности по снабжению или сбы­ту товаров; договоры органов исполнительной власти о межрегиональных поставках товаров; договоры органов власти и местного самоуправления с коммерческими орга­низациями по вопросам производства и торговли и др.

Итак, при классификации договоров мы можем выде­лить те, которые образуют собственное содержание ком­мерческой деятельности. Это, прежде всего, реализацион­ные и торгово-посреднические договоры. Они целиком относятся к сфере коммерческого права, поскольку предназначены для обслуживания товарного обращения. Что каса­ется договоров, содействующих торговле, то они наряду с коммерческой могут использоваться и в иной предприни­мательской деятельности, и даже в отношениях с участием граждан. Торговое законодательство регулирует лишь те особенности таких договоров, которые связаны с их приме­нением в области товарного обращения.

**15 Составные обязательства.**

Наряду с договорными обязательствами важное значе­ние для регулирования торгового оборота имеют состав­ные обязательства. Их не следует путать со смешанными договорами, упоминаемыми в п. 3 ст. 421 ГК.

Некоторые значимые и весьма распространенные обяза­тельства возникают из юридических составов, т.е. группы оснований. В рассматриваемых далее случаях такими необхо­димыми основаниями служат заключенный договор и совер­шаемая субъектом односторонняя сделка. Необходимость наличия юридического состава для возникновения таких обя­зательств и дает основание называть их составными.

Наглядным примером может служить обязательство по перевозке грузов. Заключаемое между грузоотправителем и перевозчиком соглашение представляет собой договор пе­ревозки груза. Однако эти отношения касаются ещё и гру­зополучателя. Грузополучатель не участвует в заключении договора между отправителем и перевозчиком. Более того, участники договора перевозки даже не спрашивают мнение грузополучателя о том, как и когда отправлять ему груз. Поэтому договор перевозки не может рассматриваться как трехсторонний договор.

Грузополучатель является лицом, уполномоченным на принятие исполнения по договору перевозки груза. В силу указанного обстоятельства грузополучатель вправе предъ­явить претензию и иск к перевозчику о возмещении ущерба в случае неприбытия груза. Он может в установленном по­рядке произвести переадресовку груза, выдать другому лицу доверенность на получение груза от перевозчика. Од­нако указанные права грузополучателя проистекают из до­говора перевозки, а сам он действует в отношениях с перевоз­чиком как лицо, реализующее указание грузоотправителя по поводу груза.

Транспортное законодательство в настоящее время значительно расширило возможности для отказа грузопо­лучателя от принятия доставленного в его адрес груза. В случае заявления такого отказа составное обязательство по перевозке не возникает, да и сам договор перевозки оказы­вается неисполненным.

Сделка принятия грузополучателем прибывшего груза влечет возникновение для перевозчика, грузополучателя и грузоотправителя комплекса взаимных прав и обязаннос­тей. Такие права и обязанности не проистекают из договора перевозки и потому не могут быть объяснены на основе тео­рии договора перевозки. Они установлены законом только в связи с актом принятия грузополучателем доставленного груза, образующим в совокупности с договором перевозки составное обязательство по перевозке груза.

С момента принятия поступившего в его адрес груза гру­зополучатель становится третьим самостоятельным участ­ником составного обязательства по перевозке. У него появ­ляются отсутствовавшие до этого права и обязанности во взаимоотношениях с перевозчиком и грузоотправителем. Так, при железнодорожной перевозке у грузополучателя возникает право требовать возмещения убытков от недо­стачи или повреждения (порчи) груза, взыскания пени за просрочку доставки груза либо штрафа за задержку подачи вагонов под выгрузку грузов и др. Кроме того, у грузополу­чателя появляются обязанности перед перевозчиком, в ча­стности, по выгрузке груза и возврату вагонов и контей­неров в определенные сроки, проведению окончательных расчетов за перевозку и т.п.

Обязательственный характер складывающихся здесь от­ношений подтверждается установленной транспортными уставами и кодексами штрафной ответственностью за неис­полнение соответствующих обязанностей.

Таким образом, по правовым основаниям возникновения обязательство по перевозке груза является не договорным, а составным. Оно образуется из договора перевозки и сдел­ки принятия грузополучателем доставленного в его адрес груза. Последняя, будучи волеизъявлением грузополучате­ля, носит односторонний характер, однако проистекающие из нее права и обязанности распространяются на грузопо­лучателя, перевозчика и грузоотправителя.

С выдачей груза получателю в пункте назначения можно считать достигнутой цель договора перевозки. Однако из-за сложности транспортного процесса возникает множе­ство задач, подлежащих решению на стадии выдачи груза получателю. Потребность в правовом урегулировании мно­гочисленных и значимых вопросов в связи с получением груза объясняет наделение грузополучателя правовым по­ложением стороны в составном обязательстве по перевоз­ке груза. Составное обязательство по перевозке может счи­таться реализованным, а его общие цели достигнутыми лишь после надлежащего исполнения сторонами всей сово­купности входящих в него обязанностей, порождаемых раз­личными основаниями.

Составными являются также обязательства по безналич­ным расчетам с участием банков. Основаниями для их возник­новения служат в совокупности: 1) договор банковского счета между клиентом и банком, носящий организационный харак­тер;

2) сделка принятия банком от клиента поручения о пере­числении денежных средств получателю или инкассировании (списании) денежных средств со счета должника;

3) сделка принятия исполняющим банком от банка-эмитента поруче­ния о зачислении денежных средств на счет получателя (либо инкассировании средств).

**16 Правовое регулирование заключения договора.**

Четкое и умелое заключение торговых договоров — ос­новное условие надлежащего их исполнения. Именно на стадии оформления договоров закладываются предпосыл­ки успешной работы фирмы, повышения прибыли и пре­дупреждения потерь от неисполнения обязательств. Поэто­му работа по заключению договоров требует постоянного и особого к себе внимания со стороны руководителей и юри­дических служб коммерческих организаций.

ГК урегулировал едиными правилами процедуру заклю­чения договоров без выделения особенностей, присущих торговому обороту. При этом объективные особенности за­ключения торговых договоров ГК попросту игнорируются. Такой подход не соответствует целям формирования ры­ночных отношений в стране. Показательно, что в большин­стве развитых стран вопросы установления договорных отношений между коммерсантами подлежат специальному регулированию, отражающему их специфику.

Современное законодательство закрепило принцип сво­боды договора (ст. 421 ГК), который включает в себя самостоятельность принятия решения о заключении дого­вора, свободу выбора контрагента, выбора вида договора, определения условий, не противоречащих закону, и ряд других моментов.

Вместе с тем сохраняется, хотя и достаточно узкая, сфера обязательного заключения договоров. Так, ст. 426 ГК пре­дусматривает обязательность заключения публичных дого­воров предпринимательскими организациями, образован­ными для осуществления хозяйственных взаимоотношений с неограниченным кругом потребителей. Такой характер деятельности организации подтверждается уставом либо лицензией. Отвечающая этим условиям организация долж­на заключить договор с каждым, кто обратится с требова­нием об этом.

Важное значение для организации торговых отношений имеет предусмотренная законом обязанность стороны по предварительному договору заключить по требованию кон­трагента основной договор (ст. 429 ГК). Данное положение может по аналогии использоваться также сторонами по долгосрочным договорам для понуждения контрагентов к заключению отдельных (краткосрочных) договоров, если порядок выработки условий последних определен в долго­срочном договоре.

Законом предусмотрено несколько других случаев обяза­тельного заключения договоров, когда для предпринимате­ля исключается действие принципа свободы договора, на­пример, обязательность заключения договора с лицом, выигравшим торги (ст. 447 ГК), обязательность для банка заключения договора банковского счета с клиентами (п. 2 ст. 846 ГК). Имеются и другие такие случаи, однако они не связаны непосредственно с торговым оборотом.

Для отдельных видов договоров законом предусмотрены различные административные предпосылки их заключения, отсутствие которых влечет недействительность договора. Так, для заключения государственного контракта на поставку для государственных нужд необходимо, чтобы потребность, для которой приобретаются ресурсы, была предусмотрена феде­ральной или региональной государственной программой, а денежные средства на оплату стоимости товаров выделены из федерального или регионального бюджета либо внебюджет­ного фонда.

В отношении **формы торговых договоров** применяется общее правило: договоры между юридическими лицами или с их участием заключаются в простой письменной форме. Наряду с этим имеется специальная норма - это п. 2 ст. 159 ГК, согласно которой если сделка целиком исполняется в момент совершения, то достаточно устной формы договора. Поэтому если организация покупает, например, телефон­ный аппарат, стулья или иное имущество на сравнительно незначительную сумму и оплачивает их стоимость в мо­мент покупки наличными деньгами, то письменного оформ­ления такого договора не требуется.

Почти все торговые договоры рассчитаны на последую­щее исполнение тех или иных условий, например, на безна­личный порядок расчетов, который всегда отдален во вре­мени, либо на отгрузку товара к будущему сроку. Поэтому для торговых договоров обычно необходима **простая пись­менная форма.**

Несоблюдение простой письменной формы не влечет не­действительности договора. Отрицательным последствием нарушения формы, согласно ст. 162 ГК, служит лишь недо­пустимость ссылок на свидетельские показания в случае возникновения спора. Невозможность ссылаться на свиде­телей не лишает права ссылаться на документы. Однако получить документы, подтверждающие содержание усло­вий устного договора, нередко оказывается затруднитель­ным.

Закон не требует заключения договоров на специальных бланках, не требует скрепления подписей печатями. Но сами стороны могут предусмотреть в договоре использова­ние специальных бланков и скрепление подписей печатями. Несоблюдение этих условий также не влечет недействи­тельности договора (если только сами стороны не связали с их соблюдением момент признания договора заключен­ным) и лишь делает недопустимыми ссылки на свидетель­ские показания. Однако поскольку в этих случаях существу­ет договор как письменный документ, разрешение споров облегчается.

Договор в письменной форме может быть заключен путем составления одного документа, подписанного сторо­нами, либо путем обмена документами. Для продажи не­движимости установлено требование о составлении дого­ворного документа, подписываемого обеими сторонами (специальная письменная форма).

К письменной форме заключения договора закон при­равнивает обмен сообщениями посредством телеграфной, телетайпной, телефонной, электронной и иной связи, по­зволяющими достоверно установить, что сообщение исхо­дит от стороны по договору (п. 2 ст. 434 ГК).

Заключение договора путем использования указанных технических средств менее надежно ввиду возможности фальсификаций или отказа недобросовестных лиц от своих отправлений; Поэтому закон требует обеспечения достовер­ности указания отправителя сообщения и предусматривает, как это может делаться.

Пункт 2 ст. 160 ГК устанавливает, что при использовании телефона, радио или электронных средств связи стороны долж­ны **предварительно письменным соглашением предусмот­реть саму возможность и порядок воспроизведения подпи­си**полномочных представителей сторон в таком сообщении. Это означает, что контрагентами предварительно заключает­ся письменное соглашение, в котором определяется соответ­ствующий способ оформления договора и кодовое обозначение, подтверждающее принадлежность подписи уполномоченному лицу. Возможно также соглашение об использовании сторона­ми в сообщениях электронной цифровой подписи.

В практике товарных и фондовых бирж применяется об­ратный порядок, согласно которому стороны регистрируют сделку, совершенную устно или с помощью технических средств, в системе электронного учета. При этом в силу пра­вил биржевых торгов они обязаны не позднее следующего дня оформить заключенный договор в письменном виде.

Для отдельных видов договоров законом предусмотрена необходимость их государственной регистрации. Так, требо­вание о государственной регистрации предусмотрено для договоров коммерческой концессии, для аренды зданий, со­оружений и помещений и др. Требование о государственной регистрации не относится к форме договора. Государствен­ная регистрация представляет собой юридический акт при­знания и подтверждения государством возникновения, пе­рехода или прекращения прав на недвижимое имущество или иной объект. Невыполнение требования о регистрации в силу ст. 165 ГК влечет ничтожность сделки.

**17 Урегулирование разногласий по заключаемым договорам**

Разногласия, возникающие при заключении договора, могут быть переданы на рассмотрение суда в двух случаях (ст. 446 ГК):

* имеется соглашение сторон о передаче возникшего или могущего возникнуть спора на разрешение суда;
* такая передача предусмотрена законодательством.

Соглашение сторон о передаче разногласий, возникших при заключении договора, на разрешение суда может быть достигнуто путем обмена письмами, телеграммами. Возможен и такой вариант, когда условие о передаче разногласий на разрешение суда включается одной из сторон в проект договора, а вторая сторона в протоколе разногласий не высказывает замечаний по соответствующему условию проекта договора. Не исключена возможность принятия судом к своему производству споров, подлежащих передаче в суд по соглашению сторон, даже если отсутствует письменное соглашение, однако контрагентом стороны, обратившейся в суд, совершен ряд действий, свидетельствующих о том, что он не возражает против рассмотрения конкретного спора в суде.

Законодательством предусматривается рассмотрение преддоговорных споров судом, во-первых, когда непосредственно в законе или ином правовом акте предусмотрена процедура урегулирования разногласий по договору, включающая и передачу этих разногласий на рассмотрение суда. Такие нормы содержатся, например, в транспортных уставах и кодексах и изданных в соответствии с ними правилах перевозки грузов (договоры на эксплуатацию подъездных путей, на подачу и уборку вагонов и др.). Во-вторых, рассмотрение преддоговорных споров судом предусматривается для ситуаций, когда в соответствии с законом заключение отдельных видов договоров обязательно для одной из сторон.

Правилам ст. 446 ГК о судебном рассмотрении разногласий сторон, возникших при заключении договора, корреспондирует положение о том, что гражданские права и обязанности могут возникнуть из судебного решения, установившего их.

Протоколом разногласий именуется документ, в котором одна из сторон заключаемого договора фиксирует имеющиеся у нее разногласия с редакцией договора (или отдельных его условий), которая предложена другой стороной этого договора, с целью согласования условий, на которых будет заключен договор. То есть, составление протокола разногласий направлено на урегулирование разногласий, возникших у участников гражданских правоотношений, в связи с намерением заключить гражданско-правовой договор. По своему правовому характеру протокол разногласий представляет собой акцепт оферты на иных условиях (ст. 443, п. 1 ст. 445 ГК РФ), иначе говоря, он выражает согласие стороны заключить договор, предложение о заключении которого (оферта) было сделано другой стороной, однако на иных условиях по сравнению с теми, которые были предусмотрены офертой.

В ГК РФ составление протокола разногласий предусмотрено лишь в случаях возникновения разногласий по условиям договора в случае, когда его заключение обязательно для одной из сторон (ст. 445 ГК РФ), а также при заключении государственного или муниципального контракта. Кроме того, составление протокола разногласий может быть одним из вариантов согласования условий договора поставки в ситуации, когда сторона, предложившая заключить такой договор, получила от другой стороны предложение о согласовании отдельных его условий, по которым у сторон возникли разногласия (ст. 507 ГК РФ). В указанных случаях закон предусматривает определенные правовые последствия неурегулирования разногласий, возникших при заключении договора (см. п. 4 ст. 445, п. 2 ст. 507 ГК РФ).

В случаях, когда составлять протокол разногласий (урегулировать разногласия, возникшие при заключении договора) не обязательно, его несоставление само по себе не влечет правовых последствий. Независимо от того, составляется ли такой документ, стороны могут урегулировать свои разногласия путем передачи спорных условий договора на рассмотрение суда (п. 5 ст. 429, ст. 446 ГК РФ).

**18 Способы заключения торговых договоров**

ГК РФ предусматривает весьма немного вариантов способов заключения договора. Фактически, речь идет:

* об обмене оферты и акцепта;
* заключении договора на торгах;
* заключении договора путем присоединения;
  + заключении договора в процессе переговоров.

В частности, на выбор способа заключения договора влияют следующие факторы:

1) транзакционные издержки, связанные с организацией заключения договора;

2) специфика подлежащих согласованию условий;

3) ясность потребностей и правовых целей субъектов на момент заключения договора;

4) нормативные требования в отношении способов заключения договоров;

5) необходимая скорость заключения договора;

6) потенциальный характер правовой связи с контрагентом (разовый договор или долгосрочный).

Под офертой понимается предложение заключить договор, адресованное конкретному лицу и содержащее все существенные условия будущего договора.

В практике заключения торговых договоров оферта может быть сделана по-разному:

1) путем направления потенциальному контрагенту проекта договора. Часто такие проекты договоров вручаются на выставках, ярмарках, в процессе общения представителей потенциальных контрагентов, ознакомления с образцами товаров;

2) с распространением способов продвижения товаров через сеть Интернет, субъекты торговой деятельности часто размещают в сети Интернет информацию о товаре и его свойствах. Такое размещение информации не соответствует требованиям к оферте, поскольку является обращенным к неопределенному кругу лиц, однако может рассматриваться в качестве предложения делать оферты. В таком случае лицо, желающее приобрести товар по описанию, размещенному на сайте продавца, может направить оферту посредством электронного сообщения по контактным реквизитам, указанным на интернет-сайте с описанием товаров, указанных на интернет-сайте;

3) оферта может быть направлена телеграммой, в форме так называемого «гарантийного письма», содержащего просьбу поставить определенный товар (с указанием его наименования и количества) и гарантию оплатить этот товар. Особенно часто такой способ направления оферты используется в случаях, когда между данными контрагентами уже были договорные отношения, ассортимент товара покупателю известен, либо если потенциальный покупатель ознакомился с товаром, имеет каталог п указывает в подобном письме определенные позиции ассортимента из каталога, иного документа.

Акцепт — согласие заключить договор, в соответствии с требованиями ГК РФ должен быть полным и безоговорочным. Это значит, что при принятии оферты не допускается вносить изменения в предложение, добавлять или исключать условия, в противном случае такой ответ не будет рассматриваться как акцепт.

# ГК РФ Статья 432. Основные положения о заключении договора

1. Договор считается заключенным, если между сторонами, в требуемой в подлежащих случаях форме, достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора.

Существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

2. Договор заключается посредством направления оферты (предложения заключить договор) одной из сторон и ее акцепта (принятия предложения) другой стороной.

3. Сторона, принявшая от другой стороны полное или частичное исполнение по договору либо иным образом подтвердившая действие договора, не вправе требовать признания этого договора незаключенным, если заявление такого требования с учетом конкретных обстоятельств будет противоречить принципу добросовестности.

Договор может быть заключен в любой форме, предусмотренной для совершения сделок, если законом для договоров данного вида не установлена определенная форма.

Если стороны договорились заключить договор в определенной форме, он считается заключенным после придания ему условленной формы, хотя бы законом для договоров данного вида такая форма не требовалась.

Договор в письменной форме может быть заключен путем составления одного документа (в том числе электронного), подписанного сторонами, или обмена письмами, телеграммами, электронными документами либо иными данными в соответствии с правилами [абзаца второго пункта 1 статьи 160](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358825/95f9ba225766dcfec8461f257ed0b179d032c5b7/#dst11055) настоящего Кодекса.

Письменная форма договора считается соблюденной, если письменное предложение заключить договор принято в порядке, предусмотренном [пунктом 3 статьи 438](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358825/912ecd30f8655752c373ce4bde835b3832154b11/#dst102075) настоящего Кодекса.

В случаях, предусмотренных законом или соглашением сторон, договор в письменной форме может быть заключен только путем составления одного документа, подписанного сторонами договора.

Офертой признается адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, которое достаточно определенно и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым будет принято предложение.

Оферта должна содержать существенные условия договора.

Оферта связывает направившее ее лицо с момента ее получения адресатом.

Если извещение об отзыве оферты поступило ранее или одновременно с самой офертой, оферта считается не полученной.

Акцептом признается ответ лица, которому адресована оферта, о ее принятии.

Акцепт должен быть полным и безоговорочным.

Молчание не является акцептом, если иное не вытекает из закона, соглашения сторон, [обычая](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_181602/#dst100010) или из прежних деловых отношений сторон.

**19.Долгосрочные договоры :особенности заключения ,содержание.**

Долгосрочный договор – это соглашение между поставщиком и закупочной организацией на поставку материалов или выполнение определенных работ/услуг в рамках заранее оговоренных сроков и условий.

В порядке заключения долгосрочных договоров имеется ряд существенных особенностей. На Западе распространенной является практика заключения двухуровневых договоров.

Первый уровень составляет рамочный (основной) договор. Рамочный договор заключается на продолжительный срок, и в нем урегулируются основные вопросы взаимоотношений, обычно не подлежащие изменению в период действия обязательства. Условия изменяющегося характера оставляются открытыми- они подлежат урегулированию в отдельных договорах.

В рамочных договорах крайне важно определять, кто и в какие сроки высылает проект отдельного договора, как и в какие сроки, сообщаются и урегулируются возникающие разногласия. Здесь можно предусматривать обязанность передачи споров по условиям отдельных договоров в арбитражный суд, устанавливая срок для этого. В рамочном договоре может быть предусмотрен молчаливый акцепт поступившего проекта отдельного договора. Без определения таких вопросов основной договор становится неисполнимым.

Второй уровень — отдельные договоры, заключаемые на соответствующие краткие периоды либо на поставку разовых партий товара. В отдельных договорах определяются условия, относящиеся к особенностям деятельности в такие частные периоды. В России все чаще применяется подобное построение отношений, ибо это экономично и юридически удобно.

Если сторона уклоняется от заключения договора, а закон либо основной или предварительный договор предусматривают обязанность лица заключить договор, то может быть заявлен иск об обязании заключить договор. В основном или предварительном договоре должны быть определены существенные условия договора либо указан порядок их определения. К исковому заявлению следует прилагать проект договора, второй его экземпляр высылается ответчику. При удовлетворении иска суд обязывает ответчика заключить договор на условиях имеющегося проекта. До вынесения решения по делу ответчик может заявить разногласия по проекту договора, и суд обязан принять решение по спорным вопросам.

Независимо от факта подписания ответчиком договора он считается заключенным на условиях проекта, имеющегося в судебном деле. Это правило касается всех случаев понуждения к заключению договора.

рамочное соглашение - это договор, который заключается одним или несколькими заказчиками (генеральным заказчиком) в письменной форме в порядке, установленном указанным Законом, с одним или несколькими участниками процедуры закупки с целью определения основных условий закупки отдельных товаров и услуг для заключения соответствующих договоров о закупке в течение срока действия рамочного соглашения.

Основные условия, которые должно содержать рамочное соглашении

* предмет закупки товаров, услуг;
* наименование, номенклатура, ассортимент товаров, услуг;
* технические и функциональные характеристики предмета закупки;
* требования к качеству товаров, услуг
* цена за единицу товара (услуги);
* ориентировочное количество товаров или количество (объем) оказанных услуг;
* место поставки товаров или оказания услуг;
* проект договора о закупке (если заказчик указал в документации конкурсных торгов о том, что все существенные условия договора о закупке будут определяться в рамочном соглашении) или основные условия договора, которые обязательно будут включены в договор о закупке (если заказчик указал в документации конкурсных торгов о том, что не все существенные условия договора о закупке будут определяться в рамочном соглашении);
* порядок проведения заказчиком переговоров с участником в случае, когда не все существенные условия договора о закупке будут определены в рамочном соглашении и рамочное соглашение будет заключено с одним участником;
* условия и порядок отбора, конкурентного отбора с обязательным указанием критериев и методики отбора или конкурентного отбора в случае, когда не все существенные условия договора о закупке определены в рамочном соглашении;
* срок, на который заключается рамочное соглашение;
* срок и порядок заключения договора о закупке по рамочному соглашени
* условия расторжения рамочного соглашения.

**20.Случаи и порядок обязательного заключения договоров в торговом обороте**

# ГК РФ Статья 445. Заключение договора в обязательном порядке

1. В случаях, когда в соответствии с настоящим Кодексом или иными [законами](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_353357/ec86d4eb923e35df86fef2dfe7d11f27c8dd7ff4/#dst100105) для стороны, которой направлена оферта (проект договора), заключение договора обязательно, эта сторона должна направить другой стороне извещение об акцепте, либо об отказе от акцепта, либо об акцепте оферты на иных условиях (протокол разногласий к проекту договора) в течение тридцати дней со дня получения оферты.

Сторона, направившая оферту и получившая от стороны, для которой заключение договора обязательно, извещение о ее акцепте на иных условиях (протокол разногласий к проекту договора), вправе передать разногласия, возникшие при заключении договора, на рассмотрение суда в течение тридцати дней со дня получения такого извещения либо истечения срока для акцепта.

2. В случаях, когда в соответствии с настоящим Кодексом или иными законами заключение договора обязательно для стороны, направившей оферту (проект договора), и ей в течение тридцати дней будет направлен протокол разногласий к проекту договора, эта сторона обязана в течение тридцати дней со дня получения протокола разногласий известить другую сторону о принятии договора в ее редакции либо об отклонении протокола разногласий.

При отклонении протокола разногласий либо неполучении извещения о результатах его рассмотрения в указанный срок сторона, направившая протокол разногласий, вправе передать разногласия, возникшие при заключении договора, на рассмотрение суда.

3. Правила о сроках, предусмотренные [пунктами 1](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358825/cd4842c63deb83e3ee055898484e4181082f7376/#dst102092) и [2](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358825/cd4842c63deb83e3ee055898484e4181082f7376/#dst102094) настоящей статьи, применяются, если другие сроки не установлены законом, иными правовыми актами или не согласованы сторонами.

4. Если сторона, для которой в соответствии с настоящим Кодексом или иными законами заключение договора обязательно, уклоняется от его заключения, другая сторона вправе [обратиться в суд](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_314779/7b561c785ad55cf44ae1d271a814f35f551d4007/#dst100091) с требованием о понуждении заключить договор. В этом случае договор считается заключенным на условиях, указанных в решении суда, с момента вступления в законную силу соответствующего решения суда.

Сторона, необоснованно уклоняющаяся от заключения договора, должна возместить другой стороне причиненные этим убытки.

По предварительному договору стороны обязуются заключить в будущем договор о передаче имущества, выполнении работ или оказании услуг (основной договор) на условиях, предусмотренных предварительным договором.

Предварительный договор заключается в [форме](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_30531/e412de707414511ebd85f5984c59624e2aca0764/#dst100082), установленной для основного договора, а если форма основного договора не установлена, то в письменной форме. Несоблюдение правил о форме предварительного договора влечет его ничтожность.

**21. Заключение договоров в сети ИНТЕРНЕТ**

Основные достоинства сети Интернет — возможность осуществлять все необходимые рыночные операции, совершать оптовые и розничные закупки, в том числе без посредников, производить расчеты с использованием электронных платежных документов, специальных сетевых карт или электронных денег. Значительно повышаются оперативность и полнота получения коммерческой информации, особенно во внешнеторговых отношениях, снижаются затраты в результате использования более дешевых средств коммуникаций.

С учетом относительно низкой степени использования возможностей Интернета в нашей стране представляется более точным определение электронной торговли как купли-продажи товаров через сеть Интернет.

Участниками операций по электронной торговле могут быть только пользователи Интернет. Субъекты указанных отношений подразделяются на три группы. В Типовом законе об электронной торговле их называют составителем, адресатом и посредником.

В связи с осуществлением торговых операций указанные субъекты подразделяются:

1) на продавцов. В электронной торговле они выступают в большинстве случаев в виде электронного магазина. Электронные магазины в основном осуществляют торговлю по каталогам, выполняя по заказам покупателей обработку и доставку товаров;

2) покупателей. Они знакомятся с информацией о соответствующем товаре, сопоставляют характеристики предлагаемых изделий, осуществляют покупки и оплачивают их стоимость;

3) провайдеров. Это операторы, имеющие лицензию на оказание услуг телекоммуникационных сетей и передачи данных. Провайдерами в основном выступают организации связи общего пользования.

Совершению торговых операций предшествует заключение договора между провайдером и продавцом на обеспечение доступа к серверу провайдера и оказание информационных и сервисных услуг. По договору продавца с провайдером или иной специализированной организацией последние осуществляют разработку сайта как совокупности (сборника) текстовых документов в электронном виде или web-страницы, образующих «электронный магазин» продавца. Он размещается на сервере провайдера. Услуги провайдера состоят также в оказании технической поддержки участникам торговых операций, обеспечении ведения интерактивного (синхронного) режима переговоров и др.

Договоры в сети Интернет заключаются по стандартизированной форме, изложенной на сайте в виде так называемой web-формы. Вместе с тем это не договор присоединения, поскольку покупатель в процессе переговоров индивидуально определяет ассортимент и количество товара, может согласовать изменение цены, предусмотреть желаемые сроки доставки товара и другие необходимые условия.

**22.Изменение и расторжение договоров**.

# ГК РФ Статья 450. Основания изменения и расторжения договора

Изменение и расторжение договора возможны по соглашению сторон, если иное не предусмотрено настоящим Кодексом, другими законами или договором.

Многосторонним договором, исполнение которого связано с осуществлением всеми его сторонами предпринимательской деятельности, может быть предусмотрена возможность изменения или расторжения такого договора по соглашению как всех, так и большинства лиц, участвующих в указанном договоре, если иное не установлено законом. В указанном в настоящем абзаце договоре может быть предусмотрен порядок определения такого большинства.

По требованию одной из сторон договор может быть изменен или расторгнут по решению суда только:

1) при существенном нарушении договора другой стороной;

2) в иных случаях, предусмотренных настоящим Кодексом, другими законами или договором.

Существенным признается нарушение договора одной из сторон, которое влечет для другой стороны такой ущерб, что она в значительной степени лишается того, на что была вправе рассчитывать при заключении договора.

Сторона, которой настоящим Кодексом, другими законами или договором предоставлено право на одностороннее изменение договора, должна при осуществлении этого права действовать добросовестно и разумно в пределах, предусмотренных настоящим Кодексом, другими законами или договором.

# ГК РФ Статья 451. Изменение и расторжение договора в связи с существенным изменением обстоятельств

1. Существенное изменение обстоятельств, из которых стороны исходили при заключении договора, является основанием для его изменения или расторжения, если иное не предусмотрено договором или не вытекает из его существа.

Изменение обстоятельств признается существенным, когда они изменились настолько, что, если бы стороны могли это разумно предвидеть, договор вообще не был бы ими заключен или был бы заключен на значительно отличающихся условиях.

2. Если стороны не достигли соглашения о приведении договора в соответствие с существенно изменившимися обстоятельствами или о его расторжении, договор может быть расторгнут, а по основаниям, предусмотренным [пунктом 4](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358825/60585aaf3ec9b9a385118b4dbdb6f45bf26fd524/#dst102142) настоящей статьи, изменен судом по требованию заинтересованной стороны при наличии одновременно следующих условий:

1) в момент заключения договора стороны исходили из того, что такого изменения обстоятельств не произойдет;

2) изменение обстоятельств вызвано причинами, которые заинтересованная сторона не могла преодолеть после их возникновения при той степени заботливости и осмотрительности, какая от нее требовалась по характеру договора и условиям оборота;

3) исполнение договора без изменения его условий настолько нарушило бы соответствующее договору соотношение имущественных интересов сторон и повлекло бы для заинтересованной стороны такой ущерб, что она в значительной степени лишилась бы того, на что была вправе рассчитывать при заключении договора;

4) из обычаев или существа договора не вытекает, что риск изменения обстоятельств несет заинтересованная сторона.

3. При расторжении договора вследствие существенно изменившихся обстоятельств суд по требованию любой из сторон определяет последствия расторжения договора, исходя из необходимости справедливого распределения между сторонами расходов, понесенных ими в связи с исполнением этого договора.

4. Изменение договора в связи с существенным изменением обстоятельств допускается по решению суда в исключительных случаях, когда расторжение договора противоречит общественным интересам либо повлечет для сторон ущерб, значительно превышающий затраты, необходимые для исполнения договора на измененных судом условиях.

# ГК РФ Статья 452. Порядок изменения и расторжения договора

1. Соглашение об изменении или о расторжении договора совершается в той же форме, что и договор, если из [закона](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341893/5bc00c09ea5149d9a9a82dd847184122792a7873/#dst100221), иных правовых актов, договора или [обычаев](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_181602/#dst100010) не вытекает иное.

2. Требование об изменении или о расторжении договора может быть заявлено стороной в суд только после получения отказа другой стороны на предложение изменить или расторгнуть договор либо неполучения ответа в срок, указанный в предложении или установленный законом либо договором, а при его отсутствии - в тридцатидневный срок.

# ГК РФ Статья 453. Последствия изменения и расторжения договора

1. При изменении договора обязательства сторон сохраняются в измененном виде.

2. При расторжении договора обязательства сторон прекращаются, если [иное](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165511/#dst100010) не предусмотрено законом, договором или не вытекает из существа обязательства.

3. В случае изменения или расторжения договора обязательства считаются измененными или прекращенными с момента заключения соглашения сторон об изменении или о расторжении договора, если иное не вытекает из соглашения или характера изменения договора, а при изменении или расторжении договора в судебном порядке - с момента вступления в законную силу решения суда об изменении или о расторжении договора.

4. Стороны не вправе требовать возвращения того, что было исполнено ими по обязательству до момента изменения или расторжения договора, если иное не установлено [законом](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341893/5a669904528171a5932dada8ca906826791100c2/#dst102778) или соглашением сторон.

В случае, когда до расторжения или изменения договора одна из сторон, получив от другой стороны исполнение обязательства по договору, не исполнила свое обязательство либо предоставила другой стороне неравноценное исполнение, к отношениям сторон применяются правила об обязательствах вследствие неосновательного обогащения [(глава 60)](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341893/a6a62f9047375e7dd8d7d21f62184dc597cd2444/#dst102770), если иное не предусмотрено законом или договором либо не вытекает из существа обязательства.

5. Если основанием для изменения или расторжения договора послужило существенное нарушение договора одной из сторон, другая сторона вправе требовать возмещения убытков, причиненных изменением или расторжением договора.

**23.Договоры оптовой купли-продажи и поставки.**

Оптовая купля-продажа является источником товара для розничных сетей, без таких поставок розничная торговля не смогла бы существовать. Опт позволяет держать на предназначенные к продаже товары относительно низкие цены, и чем крупнее оптовая партия товара, тем ниже цена на штуку изделия или единицу веса (объема). Розничная сеть занимается торговлей потребительскими товарами: продовольственными и непродовольственными, поштучно или мелкими партиями, эти товары рассчитаны на употребление отдельными индивидуумами, семьями, небольшими группами людей, но не имеют целью перепродажу. Потребитель – это конечный адрес товара.

Договоры по купле-продаже заключаются между изготовителем и посредником, который предлагает оптовые партии в розничную сеть. Такие договоры могут заключаться крупным звеном розничной торговли (например, сетью магазинов) с производителем напрямую, минуя посредника, а могут иметь и многоступенчатую перепродажу (тогда товар проходит несколько посредников, при каждой перепродаже возрастая в цене). Посредники на перепродаже оптового товара «накручивают» цену, снимая таким образом прибыль.

Договоры поставки отличаются от договоров купли-продажи тем, что предметом договора поставки являются товары производственного назначения (технологическое оборудование, техника, топливно-сырьевые товары и т. п.). Товары, которые поставляются по таким договорам, в розничную сеть не поступают, они используются в производстве и для производства, но не в быту. Некоторые виды товаров могут быть крупными партиями, некоторые мелкими, некоторые штучными, но все они не являются предметами массового потребления. Обычно стороны договора стремятся избежать посредников и заключают договоры напрямую. Как правило, между производителями и предпринимателями налаживаются долгие и устойчивые связи, а в купле-продаже все зависит от предложенного качества товаров, размера оптовой партии и цены.

Кроме крупного опта существует и мелкий опт. По нашему законодательству минимальная партия товара не может быть меньше, чем количество единиц товара в одной упаковке

Договор оптовой купли-продажи является:

1) консенсуальным - заключается по взаимному согласию;

2) возмездным - продавец обязуется передать товар покупателю, покупатель - оплатить товар;

3) двусторонним - необходимо присутствие двух сторон.

Основная цель оптовой купли-продажи - оперативное и повсеместное насыщение розничной сети товарами, необходимыми для удовлетворения запросы населения. Субъекты договора оптовой купли-продажи - только предпринимательские организации и индивидуальные предприниматели, специализирующиеся на изготовлении, закупке и реализации товаров, предназначенных для последующей перепродажи в розничной торговой сети.

Договор оптовой купли-продажи регулирует отношения:

1) производителей товаров и оптовых торговых организаций, специализирующихся на реализации этих товаров;

2) изготовителей либо оптовых торговых организаций с розничными торговыми организациями;

3) производителей товаров и поставщиков сырья, материалов, комплектующих изделий.

Риск случайной гибели и случайного повреждения товара переходит на покупателя с момента, когда продавец исполнил свое обязательство по передаче товара покупателю. Риск случайной гибели и случайного повреждения товара, проданного во время его нахождения в пути, переходит на покупателя с момента заключения договора оптовой купли-продажи.

Договор поставки является консенсуальным, возмездным, взаимным. К договору поставки, если иное не предусмотрено нормами о нем, применяются общие правила о купле-продаже. Так, общими положениями о договоре купли-продажи регулируются условия о количестве, ассортименте, качестве, комплектности, таре и упаковке, цене, порядке оплаты.

**24. Договор контрактации сельскохозяйственной продукции**

# ГК РФ Статья 535. Договор контрактации

1. По договору контрактации производитель сельскохозяйственной продукции обязуется передать выращенную (произведенную) им сельскохозяйственную продукцию заготовителю - лицу, осуществляющему закупки такой продукции для переработки или продажи.

2. К отношениям по договору контрактации, не урегулированным правилами настоящего параграфа, применяются правила о договоре поставки, а в соответствующих случаях о поставке товаров для государственных нужд.

Договором контрактации сельскохозяйственной продукции называется договор, по которому производитель сельскохозяй­ственной продукции обязуется произвести определенную дого­вором сельскохозяйственную продукцию и передать ее в соб­ственность заготовителю (контрактанту) или определенному им получателю, а заготовитель обязуется принять эту продукцию и оплатить ее по установленным ценам в соответствии с усло­виями договора.

Правовая цель договора контрактации заключается в производ­стве (выращивании) сельскохозяйственной продукции и передаче пра­ва собственности на нее контрактанту для ее дальнейшей переработ­ки или продажи.

Юридическая характеристика. Договор контрактации сельс­кохозяйственной продукции (далее контрактации) является консенсуалъным, двусторонне обязывающим (взаимным) и возмездным.

Стороны договора — производитель сельскохозяйственной про­дукции и заготовитель (контрактант). Обе стороны, как правило, —это субъекты предпринимательской деятельности, за исключением случаев, когда стороной в договоре выступает государство в лице органов исполнительной власти (государственный заказ на поставку государству сельскохозяйственной продукции).

Производителями сельскохозяйственной продукции могут быть коммерческие юридические лица, осуществляющие хозяй­ственную деятельность в сфере сельскохозяйственного производства (хозяйственные общества, производственные кооперативы, кресть­янские (фермерские) хозяйства), а также физические лица — пред­приниматели, осуществляющие производство или переработку сель­скохозяйственной продукции.

Заготовителями могут быть также как коммерческие организа­ции, так и физические лица—предприниматели, осуществляющие пос­ледующую продажу или переработку сельскохозяйственной продукции (мясоперерабатывающие комбинаты, маслозаводы, молокозаводы, са­харные заводы, ткацкие фабрики, оптовые торговые организации и т. п.).

Существенными условиями договора контрактации являются предмет, цена и срок.

Предметом договора контрактации может быть любая созданная сельскохозяйственным производителем продукция или сырье (к примеру, молоко) сельскохозяйственного производства (растениеводства, живот­новодства, звероводства и т. д.), а также продукты их переработки (например, масло или сливки). В подавляющем большинстве случаев это будущий товар, т. е, такой, который подлежит выращиванию или про­изводству в условиях сельского хозяйства после заключения договора. Главное, чтобы реализовывалась именно та сельскохозяйственная продукция, которая произведена либо выращена непосредственно производителем сельскохозяйственной продукции.

От сельскохозяйственной продукции как предмета договора кон­трактации необходимо отличать промышленную продукцию, которая предметом указанного договора не является. В основе разграничения должна лежать степень воздействия случайных природных факторов сельскохозяйственного производства на получение конечного продукта (резких колебаний температуры воздуха, ливней, вредителей расте­ний и т. п.).

Предмет договора контрактации определяется через указание, наименования ассортимента, количества, качества продукции.

Цена в договоре определяется через указание на стоимость единицы товара.

Сроки передачи-приемки продукции устанавливаются сторонами с учетом времени созревания культур, условий производства, перера­ботки и хранения продукции.

Форма договора контрактации, как правило, письменная.

Права и обязанности сторон.

Обязанности производителя сельскохозяйственной продукции сво­дятся к передаче заготовителю произведенной (выращенной) продукции в количестве, ассортименте, предусмотренных договором.

**25.Поставка товаров для государственных нужд**

# ГК РФ Статья 525. Основания поставки товаров для государственных или муниципальных нужд

1. Поставка товаров для государственных или муниципальных нужд осуществляется на основе государственного или муниципального контракта на поставку товаров для государственных или муниципальных нужд, а также заключаемых в соответствии с ним договоров поставки товаров для государственных или муниципальных нужд [(пункт 2 статьи 530)](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341893/c66d08395764a297e154eb34bca16b7aa7490c28/#dst102850).

2. К отношениям по поставке товаров для государственных или муниципальных нужд применяются правила о договоре поставки ([статьи 506](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341893/f84987de733d13299eccd0532f4a45b13509548f/#dst100252) - [522](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341893/80a1bd895d836749bff491661093b80cc6dfe0a5/#dst100313)), если иное не предусмотрено правилами настоящего Кодекса.

К отношениям по поставке товаров для государственных или муниципальных нужд в части, не урегулированной настоящим параграфом, применяются иные законы.

# ГК РФ Статья 526. Государственный или муниципальный контракт на поставку товаров для государственных или муниципальных нужд

По государственному или муниципальному контракту на поставку товаров для государственных или муниципальных нужд (далее - государственный или муниципальный контракт) поставщик (исполнитель) обязуется передать товары государственному или муниципальному заказчику либо по его указанию иному лицу, а государственный или муниципальный заказчик обязуется обеспечить оплату поставленных товаров.

# ГК РФ Статья 527. Основания заключения государственного или муниципального контракта

1. Государственный или муниципальный контракт заключается на основе заказа на поставку товаров для государственных или муниципальных нужд, размещаемого в порядке, предусмотренном законодательством о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд.

Для государственного или муниципального заказчика, разместившего заказ, заключение государственного или муниципального контракта является обязательным, если иное не установлено законом.

2. Заключение государственного или муниципального контракта является обязательным для поставщика (исполнителя) лишь в случаях, установленных законом, и при условии, что государственным или муниципальным заказчиком будут возмещены все убытки, которые могут быть причинены поставщику (исполнителю) в связи с выполнением государственного или муниципального контракта.

3. Условие о возмещении убытков, предусмотренное [пунктом 2](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341893/c95796c1ffa2842915ee8a9a15af02bc8ce6f7f6/#dst102832) настоящей статьи, не применяется в отношении казенного предприятия.

4. В отношении победителя торгов или победителя в проведении запроса котировок цен на товары либо лица, с которым в соответствии с законом заключается государственный или муниципальный контракт при уклонении победителя торгов или победителя в проведении запроса котировок цен на товары от заключения государственного или муниципального контракта, не применяется условие о возмещении убытков, предусмотренное [пунктом 2](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341893/c95796c1ffa2842915ee8a9a15af02bc8ce6f7f6/#dst102832) настоящей статьи, в случае заведомого занижения предлагаемой цены государственного или муниципального контракта.

# ГК РФ Статья 528. Порядок заключения государственного или муниципального контракта

1. Проект государственного или муниципального контракта разрабатывается государственным или муниципальным заказчиком и направляется поставщику (исполнителю), если иное не предусмотрено соглашением между ними.

2. Сторона, получившая проект государственного или муниципального контракта, не позднее тридцатидневного срока подписывает его и возвращает один экземпляр государственного или муниципального контракта другой стороне, а при наличии разногласий по условиям государственного или муниципального контракта в этот же срок составляет протокол разногласий и направляет его вместе с подписанным государственным или муниципальным контрактом другой стороне либо уведомляет ее об отказе от заключения государственного или муниципального контракта.

3. Сторона, получившая государственный или муниципальный контракт с протоколом разногласий, должна в течение тридцати дней рассмотреть разногласия, принять меры по их согласованию с другой стороной и известить другую сторону о принятии государственного или муниципального контракта в ее редакции либо об отклонении протокола разногласий.

При отклонении протокола разногласий или истечении этого срока неурегулированные разногласия по государственному или муниципальному контракту, заключение которого является обязательным для одной из сторон, могут быть переданы другой стороной не позднее тридцати дней на рассмотрение суда.

4. В случае, когда государственный или муниципальный контракт заключается по результатам торгов на размещение заказа на поставку товаров для государственных или муниципальных нужд, государственный или муниципальный контракт должен быть заключен не позднее двадцати дней со дня проведения торгов.

5. Если сторона, для которой заключение государственного или муниципального контракта является обязательным, уклоняется от его заключения, другая сторона вправе обратиться в суд с требованием о понуждении этой стороны заключить государственный или муниципальный контракт.

# ГК РФ Статья 532. Оплата товара по договору поставки товаров для государственных или муниципальных нужд

При поставке товаров покупателям по договорам поставки товаров для государственных или муниципальных нужд оплата товаров производится покупателями по ценам, определяемым в соответствии с государственным или муниципальным контрактом, если иной порядок определения цен и расчетов не предусмотрен государственным или муниципальным контрактом.

При оплате покупателем товаров по договору поставки товаров для государственных или муниципальных нужд государственный или муниципальный заказчик признается поручителем по этому обязательству покупателя.

**26.Структура договорных связей**

Процесс продвижения товаров от производителей к потребителям регулируется как законодательством, так и договорами.

Для обеспечения своей деятельности каждое предприятие формирует собственную систему договорных связей, в которой существует определенная иерархия договоров. Договоры могут быть как регулярными, так и эпизодическими, как основными, так и вспомогательными.

В рамках системы договорных связей существует тесная взаимозависимость основных договоров и вспомогательных, содействующих выполнению первых.

Структура договорных связей – это структура основных договорно-хозяйственных связей, то есть связей регулярных, наиболее крупных по объему, стоимости товаров либо по иным показателям, значимых для организации.

Структура основных договорных связей определяет профиль и содержание деятельности фирмы, решающим образом влияет на ее внутреннее построение, численность персонала, распределение обязанностей.

Различают два вида связей по реализации товара на основе отдельных договоров:

• прямые связи – между изготовителями и потребителями товаров;

• связи с участием промежуточных организаций (в данном случае несколько договоров составляют договорную цепочку).

Посреднические организации выполняют функцию закупки крупных партий товаров и их перепродажи мелкими партиями. Обычно договорная цепочка составляет от 3 до 5 звеньев (90 % малых предприятий являются торговыми или торгово-посредническими).

Для каждого среднего и крупного договора необходимо составлять сетевой график, в котором графически отображались бы все участники и все этапы работ по выполнению обязательств основного договора.

На базе совокупности сетевых графиков формируются задания для подразделений фирмы по месяцам, неделям и дням.

Особенности договорных отношений возникают при привлечении к выполнению основного договора соисполнителей. Генеральный исполнитель привлекает субисполнителей, с которыми, в свою очередь, заключает договоры. Ответственность за выполнение работ соисполнителями перед генеральным заказчиком несет генеральный исполнитель. Такой порядок принимается, когда силами генерального исполнителя всю работу не выполнить и требуется привлечение сторонних специалистов. Это отношения одного порядка с отношениями между принципалом, агентом и субагентом, между комитентом, комиссионером и субкомиссионером и др. В отдельных случаях для привлечения субисполнителя требуется согласие заказчика.

**27 Порядок определения условий договоров**

# ГК РФ Статья 420. Понятие договора

# 

1. Договором признается соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.

2. К договорам применяются правила о двух- и многосторонних сделках, предусмотренные [главой 9](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358825/414777f00659605bb654b851b3e18fa3197de079/#dst100890) настоящего Кодекса, если иное не установлено настоящим Кодексом.

3. К обязательствам, возникшим из договора, применяются общие положения об обязательствах ([статьи 307](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358825/f8f542de1a8540a32701afd8495edb3873597ece/#dst10488) - [419](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358825/252ef7fbbe3f9a143b32fc8e8e4c6cd4e983c349/#dst101980)), если иное не предусмотрено правилами настоящей [главы](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358825/5be74dd4b5355803d359b4d1923c491e1cff9f00/#dst101983) и [правилами](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341893/efb369d62297d28291f2ee0a965fd1bcb2dd49e7/#dst100007) об отдельных видах договоров, содержащимися в настоящем Кодексе.

4. К договорам, заключаемым более чем двумя сторонами, общие положения о договоре применяются, если это не противоречит многостороннему характеру таких договоров.

В любом договоре в конечном счете можно выделить два вида условий: подразумеваемые и прямые. Подразумеваемые условия входят в договор из закона, иных нормативных актов, а также из судебной практики и обычаев делового оборота. Подразумеваемые условия обычно не записываются в текст договора, ибо они и так обязательны для сторон. Они становятся обязательными для участников договора в силу самого факта заключения договора. Обязательными всегда являются относящиеся к данному виду договоров императивные положения закона и иных нормативных актов. Такими являются и диспозитивные правила, если стороны намеренно или по недосмотру не выработали свою формулировку соответствующего условия. Сторонам приходится учитывать также обычаи делового оборота и судебную практику, касающуюся определения отдельных условий обязательств.

Однако более важна вторая группа условий – прямые, которые вырабатываются самими сторонами. Закон оказывает влияние на их создание, но это влияние уже иного рода. Можно назвать следующие способы воздействия закона на усмотрение договорных контрагентов при выработке таких условий.

Во-первых, закон содержит обще дозволительные положения. Они позволяют сторонам заключать договоры, вообще не предусмотренные в нормативных актах; разрешают включать в договоры условия, о которых ничего не говорится в нормах права, определяют иные правовые возможности контрагентов. Обще дозволительные положения содержатся, например, 421ГК РФ. Такие положения значимее диспозитивных. Методом гражданского и соответственно коммерческого права является прежде всего дозволителъность.

Во-вторых, закон может предписывать сторонам выработать определенные условия, не касаясь их содержания. Это может выглядеть как требование о наличии в договоре условия о предмете и других существенных условий. Имеется немало указаний нормативных актов о необходимости решения соответствующих вопросов в договоре. Подобные нормы уполномочивают субъектов на самостоятельную выработку содержания договорных пунктов. Такие нормы можно назвать управомочивающими.

Закон нередко (и это специфика гражданского права) предусматривает договорные условия в диспозитивном виде. Стороны могут выработать любую формулировку такого условия, однако если они этого не сделали, то будет действовать условие, содержащееся в диспозитивной норме.

Наконец, многие правовые нормы рассчитаны на конкретизацию их содержания. В законе даются предельно общие правила, которые с неизбежностью должны развертываться, «подгоняться» сторонами под конкретные условия их деятельности.

Имеются и другие способы воздействия правовых норм на определение субъектами содержания заключаемых договоров.

Нельзя обойти такой вопрос, как соотношение стандартизированных (типовых) текстов и индивидуально вырабатываемых договоров. Порой высказываются утверждения, что на Западе работают в основном по стандартизированным проформам договоров, существует множество таких проформ договоров, разработанных промышленными и торговыми ассоциациями.

Конечно, когда купля-продажа или поставка осуществляются в типовом режиме, например, при биржевых торгах или при регулярной продаже предприятием своей продукции, то приходится использовать стандартизированные тексты. Применение шаблонных текстов договоров вполне допустимо, когда речь идет о продаже незначительных количеств товара и в отношениях сторон нет существенных особенностей.

Однако в нашей договорной практике, к сожалению, дело обстоит совершенно иначе. Если на Западе используют договорные проформы, которые разработаны для реализации определенных видов товаров, то российские фирмы нередко по имеющемуся у них общему образцу договора реализуют любые товары.

Если составлять договор, руководствуясь текстом закона, комментариями, либо взять за основу общий образец, то в таком договоре всегда будет отсутствовать главное: согласованность содержания договора с конкретными условиями деятельности и возможностями исполнителей, интересами участников договора.

Поэтому необходимо использовать другой способ работы. Каждое включаемое в договор условие должно вырабатываться индивидуальным образом, с тем, чтобы учитывать возможности и интересы субъектов, обеспечивать достижение необходимого им результата, в этом основной смысл техники договорной работы.

**28.Предмет договора, ассортимент, сроки и порядок отгрузки**

Предметом договора является его существенное условие, присутствующее в любом заключенной договоре, даже если оно прямо не предусмотрено действующим законодательством, независимо от способа заключения договора

По предмету договора можно произвести их классификацию, предмет является одним из важных классификационных признаков.

Например, договора по отчуждению имущества по своему предмету могут быть связаны с:

* уступкой прав требования;
* отчуждением вещей;
* отчуждением исключительных имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности.

Это является основными причинами, по которым Гражданским кодексом Российской Федерации именно условия о предмете договора относятся к существенным. Можно привести такие примеры: при заключении договора оказания услуг его предметом являются сами услуги и их результат, при заключении договора купли-продажи имущества предметом является само имущество, при заключении договора аренды жилого помещения – данное помещение, при заключении договора подряда – предмет его – это производимые работы и их результаты и так далее. Если изначально сторонами не согласованы эти существенные условия о предмете договора, то они не смогут определить и то, каким будут их правоотношения.

Ассортимент:

Непосредственно с предметом связан такой показатель, как ассортимент (или, что одно и то же, — номенклатура) товаров. Принято различать групповой и развернутый ассортимент. Групповой ассортимент обозначает в укрупненных показателях виды товара: обувь мужская, автомобили легковые. Под развернутым ассортиментом понимаются конкретные марки, модели, рецепты, фасоны, размеры товара. Изделие может переводиться в самостоятельную ассортиментную позицию в результате указания сторонами в договоре любого признака, выделяющего товар из товаров данного вида. Это может быть показатель, касающийся цвета, рисунка, порядка упаковки, расфасовки и т.п. При большом числе ассортиментных позиций они указываются в спецификации, оформляемой как часть договора.

При колебаниях спроса и сложности установления ассортимента на длительные сроки возможно определение ассортимента лишь на ближайшие периоды: квартал или полугодие.

Сроки:

С предметом договора тесно связано условие о сроках. Следует, прежде всего, различать срок действия договора и срок передачи или отгрузки товара. По сроку действия различают краткосрочные, среднесрочные (от года до пяти лет) и долгосрочные (пять и более лет) договоры.

В отношении сроков передачи (отгрузки) товара законодательство о купле-продаже не требует их указания в договоре. Такой подход совершенно неприемлем для торговых отношений.

Срок передачи или отгрузки, которая приравнивается к передаче, может определяться конкретной датой или указанием периода, в котором должен быть отгружен товар. При регулярном характере отгрузок наряду с общим сроком поставки в договоре устанавливаются частные сроки, т.е. периоды для отгрузок отдельными частями (партиями). Если договор предусматривает поставку отдельными партиями, но сами периоды поставки не определены, то согласно ст. 508 ГК товары должны поставляться равными партиями помесячно.

Порядок отгрузки:

Для реализационных договоров важно определение порядка доставкии места сдачи товара. В силу ст. 458 ГК товар по договору купли-продажи может быть передан, т.е. вручен покупателю, в месте нахождения покупателя либо в месте нахождения товара. Когда договором купли-продажи не предусмотрена передача товара, то обязательство считается исполненным с момента сдачи товара органу транспорта для доставки покупателю.

Для контрагентов значимы вопросы распределения расходов по транспортировке. Действуют следующие традиции торгового оборота. Погрузка товара на транспортное средство производится продавцом и за его счет, если иное не установлено договором. Выгрузка поступившего товара осуществляется средствами и за счет получателя.

Сами транспортные расходы всегда ложатся на покупателя.

Проблема доставки товаров является одной из наиболее острых для изготовителей и оптовых организаций, которые стремятся выйти на широкий рынок, — причем основные сложности связаны не со стоимостью перевозки, а с обеспечением сохранности товара в пути. Оптимальный вариант — перевозка товара автотранспортом по схеме «от двери до двери», т.е. доставка непосредственно на склад покупателя. Здесь используется несколько решений. Перед покупателем выдвигается требование, чтобы купленная партия была равна полному контейнеру или норме загрузки крытого автомобиля, поскольку в этом случае шоферу легче обеспечить сохранность груза.

При перевозках по железной дороге снижен контроль за целостностью груза, и потому нередки случаи недостачи и порчи товара. Попытки страховать груз позволяют компенсировать его стоимость по цене покупки, но не возмещают покупателю неполученные доходы. Поэтому, хотя перевозки автотранспортом обходятся дороже, покупатели идут на эти издержки.

При выработке условий о порядке доставки необходимо предусматривать меры, направленные на обеспечение сохранности товара. Таково включение требований об использовании отправителем средств пакетирования, крепления, укрытия груза. Средства пакетирования — это тканевые и проволочные сетки, грузовые пакеты, специализированные контейнеры, поддоны и др. Они не только затрудняют хищения, но и значительно ускоряют и удешевляют погрузку и выгрузку. Имеется множество других приемов, позволяющих повысить сохранность товара при перевозке.

При массовых отправках товара следует определять в договоре частоту отгрузок, например, не более одного-двух вагонов или автомобилей в день, неделю, декаду. Необходимо устанавливать предельные размеры, т.е. количество одновременно отгружаемых партий товара, чтобы не столкнуться с проблемой выгрузки целых эшелонов.

Важно предусматривать обязанность продавца телеграммой или по телефону заблаговременно уведомлять получателей об отправке им товара. Подача уведомлений позволяет заранее подготовиться к приему товара, ускорить выгрузку, уменьшить потери.

По соглашению между сторонами обязанность вывоза товара может возлагаться на покупателя: такой порядок называется самовывозом. Вывоз осуществляется собственным транспортом покупателя или заказанным транспортом. Самовывоз иногда дополняется условием о выборке товара, т.е. праве отбора покупателем на складе продавца товаров в желаемом ассортименте.

Одновременно с определением порядка доставки в договоре могут решаться вопросы перехода права собственности на товар. Факт сдачи товара перевозчику для доставки его покупателю по общему правилу влечет переход права собственности от продавца к покупателю. Вместе с тем в договоре момент перехода права собственности может быть определен по-иному.

Одновременно стороны определяют следующее. Согласно ст. 459 ГК риск случайной гибели или повреждения товара переходит на покупателя с момента исполнения продавцом обязательства по передаче товара, а по товарам, проданным во время нахождения в пути, — с момента заключения договора

**29 Определение в договоре качества товаров документы удостоверяющие качество товаров**

Сегодня в мире производится огромное количество товаров, которые могут оказывать воздействие на человека и на то, что его окружает.

Для того чтобы защитить нашу жизнь и мир вокруг нас, определены нормы безопасности и качества. Это ГОСТы, технические условия и другие подробные документы, разработанные специально для конкретного вида товара. Проведение исследований, в ходе которых будет установлено, отвечает ли данный вид продукции нормативам соответствия – это сертификация, а документ, который удостоверяет это соответствие, называется сертификатом качества.

Многие путают сертификат и паспорт качества. На самом же деле эти два документа не имеют ничего общего. Во втором случае подразумевается документ, в котором указывается подробная информация о производителе, номер партии, дата отгрузки, а также как раз-таки информация об имеющихся сертификатах и испытаниях, которые были пройдены перед получением подтверждающего документа.

Действительны такие паспорта исключительно на территории Российской Федерации.

Действующее законодательство в сфере сертификации предусматривает существование в Российской Федерации для произведенного товара нескольких видов сертификатов, которые различаются в зависимости от того, по каким основаниям происходит деление.

В частности, выделяются следующие виды сертификатов:

* сертификаты, получаемые по итогам обязательной сертификации. Данный вид сертификатов получается в том случае, если продукция в виде товара или оказываемых услуг подлежит обязательной сертификационной процедуре, а обязанность производителя или поставщика проводить такую процедуру зафиксирована в рамках специальной номенклатуры в виде включения товара или услуги в ее список. Перечень товаров и услуг, подлежащих обязательной сертификации, постоянно сокращается в результате ежегодного пересмотра номенклатурного перечня товаров и услуг, которые подлежат такой сертификации;
* сертификаты, оформление которых происходит на основании проведения процедуры добровольной сертификации. Перечень товаров и услуг, которые подлежат добровольной сертификации, увеличивается ежегодно в результате пересмотра номенклатурных перечней;
* сертификаты соответствия установленным ГОСТам и техническим регламентам. Данные виды сертификатов выдаются в тех случаях, когда для конкретных товаров и услуг установлена необходимость в том, чтобы были проведены исследования на соответствие требованиям данных стандартов и регламентов;
* декларации соответствия – письма производителей или импортеров поставляемых товаров о том, что конкретный вид продукции соответствует установленным в стандартах и регламентах требованиям;
* сертификат происхождения – документ, предоставляемый импортером и свидетельствующий о том, что товар произведен в другой стране (данный документ оформляется только для тех видов товара, которые произведены в других государствах, и выдается уполномоченными контролирующими органами государства-производителя товара);
* пожарный сертификат и декларация – специально формируемые документы, которые должны подтвердить безопасность продукции с точки зрения соблюдения норм пожарной безопасности, если такие нормы установлены для конкретного вида продукции.

Последние три вида сертификатов являются дополнительными и оформляются только в тех случаях, когда речь идет о необходимости их оформления, чтобы получить допуск к эксплуатации того или иного вида товаров или услуг.

При оформлении сертификата соответствия требуется предоставить целый ряд документов, которые будут сопровождать заявку на проведение сертификационной процедуры. К числу таких документов относятся:

* уставные документы заказчика сертификационной процедуры;
* свидетельства о присвоении ИНН и ОГРН;
* документы, которые содержат описание продукции или товара, предоставленного для присвоения сертификата соответствия;
* техническая документация, которая подтверждает происхождение товара или продукции, если такая документация не содержит коммерческой тайны;
* собственно заявка на проведение сертификационной процедуры.

В том случае, если речь идет о товарах, которые имеют иностранное происхождение, перечень документов несколько меняется:

* потребуются уставные документы импортера;
* свидетельства о присвоении ИНН и ОГРН самого импортера;
* контракт на поставку сертифицируемой продукции;
* описание товара, который подлежит сертификации, в том числе составляемое на основании тех документов, которые предоставляет государство-производитель;
* заявление на проведение сертификационной процедуры, подаваемое импортером товара;
* если товар представил на оформление сертификата его производитель, зарегистрированный в другом государстве, то потребуются документы, подтверждающие происхождение такого товара.

Сертификация товара в современной России становится повсеместной. В этом нет ничего удивительного, если учесть тот факт, что наличие сертификата свидетельствует о высоком качестве продукции и ее безопасности для населения страны. Это, в свою очередь, приводит к росту доверия к товару и его большему распространению.

Под сертификацией товара подразумевается подтверждение его качества в соответствии с установленными на законодательном уровне нормами, техническим регламентом, ГОСТом.

Последний параметр введен еще в советское время, а затем принят и в России. Однако с момента принятия нормативного акта «О техническом регулировании», в данной сфере наблюдаются определенные изменения.

Сегодня можно выделить несколько документов, подтверждающих качество товара. Основными среди них являются следующие бумаги:

1. Сертификат.
2. Декларация.

В зависимости от конкретного товара, сертификация может быть обязательной либо добровольной.

В ст. 20 ФЗ «О техническом регулировании» указано, какой именно документ подтверждает качество, и что сертификация осуществляется в двух формах:

* добровольной;
* обязательной (декларации соответствия).

Сертификат удостоверяет соответствие изделия регламентам, актам стандартизации, договору и указывает:

* наименование, адрес заявителя, изготовителя и органа сертификации;
* информацию о сертифицируемом продукте;
* наименование регламента;
* проводившиеся исследования;
* доказательства выполнения норм, предоставленные в орган заявителем;
* срок действия сертификата;
* использованные национальные стандарты (если использовались).

Декларация удостоверяет соответствие только регламентам и содержит:

* наименование, адрес заявителя, изготовителя и сертифицируемый продукт;
* схему декларирования;
* проводившиеся исследования;
* наименование регламента;
* заявление о безопасности продукции;
* доказательства, подтверждающие соответствие;
* срок действия декларации;
* другую информацию, предусмотренную регламентом.

**30 Установление в договоре цен на товары**

# ГК РФ Статья 424. Цена

1. Исполнение договора оплачивается по цене, установленной соглашением сторон.

В предусмотренных законом случаях применяются цены (тарифы, расценки, ставки и т.п.), устанавливаемые или регулируемые уполномоченными на то государственными органами и (или) органами местного самоуправления.

2. Изменение цены после заключения договора допускается в случаях и на условиях, предусмотренных договором, [законом](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341893/2ec6e7b6721ee85b327cd48ef670410bb0cbb7f6/#dst100702) либо в установленном законом порядке.

3. В случаях, когда в возмездном договоре цена не предусмотрена и не может быть определена исходя из условий договора, исполнение договора должно быть оплачено по цене, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные товары, работы или услуги.

Применение цены, устанавливаемой соглашением сторон, т.е. свободной договорной цены, отвечает существу рыночной экономики, в которой цены определяются спросом, потребностями, покупательной способностью, конкуренцией и другими экономическими факторами. Однако соглашение сторон ограничено предусмотренными законом пределами. В предусмотренных законом случаях применяются фиксированные или регулируемые уполномоченными на то государственными органами цены. Мы рассматривали эти случаи в теме «Государственное регулирование цен». Если договор заключается с учетом установленной (фиксированной) цены, то она обязательно должна быть воспроизведена в договоре. Применение регулируемых цен означает, что цена в договоре определяется с учетом установленной предельной цены или предельных размеров отдельных структурных элементов цены (предельного уровня рентабельности, предельного размера снабженческо-сбытовой надбавки или торговой наценки). Условия договора, нарушающие установленные или регулируемые цены, являются недействительными, а оплата принятых потребителем (покупателем, заказчиком) товаров, услуг, работ осуществляется по установленным или регулируемым государственными органами ценам.

К существенному условию договора также отнесена цена в иных видах договора купли-продажи, например, в случаях, когда соглашением сторон предусмотрена продажа товара в кредит с рассрочкой платежа.

Что означает определимая цена? В договоре может быть установлена конкретная цена или предусмотрен порядок ее определения. В публичном договоре, а также в договоре присоединения цена определяется одной стороной. При этом в публичном договоре в соответствии с п. 1 ст. 426 ГК РФ цена должна устанавливаться одинаково для всех потребителей, за исключением случаев, когда законом или иным правовым актом допускается предоставление льгот для отдельных категорий потребителей.

Неуказание цены в договоре не освобождает покупателя (заказчика) от обязанности оплатить товар (услуги, работы). В случае отсутствия в договоре этого условия товар (услуги, работы) оплачивается по цене, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные товары (услуги). При этом наличие таких обстоятельств, позволяющих однозначно определить, какой ценой необходимо руководствоваться, должно быть доказано заинтересованной стороной.

Если цена отсутствует в договоре, а одна из сторон считает ее существенным условием, то такой договор признается незаключенным. В случае если при заключении договора возникли разногласия по цене, но они не были самостоятельно урегулированы, то стороны вправе передать на рассмотрение суда споры, возникающие о цене.

В случае когда в договоре цена вообще отсутствует и не может быть установлена исходя из его условий, она определяется по правилам, предусмотренным п. 3 ст. 424 ГК РФ: «В случаях, когда в возмездном договоре цена не предусмотрена и не может быть определена исходя из условий договора, исполнение договора должно быть оплачено по цене, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные товары, работы или услуги». Исключение составляют договоры о продаже недвижимости, неприменимо это правило и при продаже индивидуальной вещи, поскольку для нее трудно подобрать аналогичный товар.

Пунктом 2 ст. 485 ГК РФ определяется зависимость цены от веса товара. Она определяется по весу нетто, если иное не предусмотрено договором купли-продажи.

**31 Правовое регулирование и способы расчетов за товары**

В первую очередь среди источников правового регулирования расчетов следует назвать Гражданский кодекс РФ, в главе 46 которого закреплены основные положения, связанные с осуществлением безналичных расчетов, Федеральный закон "О Центральном банке РФ (Банке России)", Федеральный закон "О банках и банковской деятельности". Наибольший массив актов, регулирующих данную сферу общественных отношений, составляют акты Центрального банка РФ.

Способ расчетов оговаривается сторонами при заключении договора. Формы расчетов регулируются ГК РФ и документами ЦБ РФ, в том числе Положением о безналичных расчетах в Российской Федерации.

ГК РФ предусматривает, что между коммерческими организациями расчеты должны осуществляться в безналичной форме. Введено ограничение на использование наличности до 60 тысяч рублей (купля-продажа) и 100 тысяч рублей (контрактация). В других странах нет такой жесткой регламентации способа оплаты товара, перевозок и т. д., разрешены как наличные, так и безналичные формы оплаты.

В РФ предусмотрены четыре способа безналичных расчетов . Если оплата происходит с помощью платежного поручения , покупатель сдает в банк поручение о перечислении из средств, находящихся на его банковском счете, необходимой суммы в пользу продавца товара, причем, если средств на счете недостаточно, банк может предоставить ему овердрафт (кредит), который он должен будет выплатить банку.

Оплата товара может производиться с помощью чеков в ответ на требование о платеже. Чеки в РФ действительны 10 дней, в СНГ – 20 дней, в западных странах – 70 дней. Если на чеке сделана пометка «расчетный», наличные деньги по нему не выдаются, а расчетная сумма перечисляется на счет продавца. В РФ расчеты чеками практикуются редко, поскольку такие расчеты, как правило, возможны лишь между клиентами одного банка.

При расчетах по аккредитиву покупатель сдает в свой банк (банк-эмитент) расчетное обязательство (аккредитив), в котором указывается вид аккредитива, срок его действия, подлежащая уплате сумма, наименование и реквизиты продавца, исполняющий банк, вид и количество подлежащих отгрузке товаров, наименование и внешние требования к документам, при предъявлении которых производится выплата денежных средств по аккредитиву и т. п. Средства переводятся в банк продавца на специальный лицевой счет. При предъявлении необходимых документов продавец может получить причитающиеся ему деньги.

При расчетах по инкассо продавец (заявитель) поручает банку операцию по получению денежных средств от плательщика (покупателя), предоставляя инкассовое поручение или платежное требование, а банк списывает соответствующую сумму со счета покупателя.

**32 Расчеты наличными деньгами**

Наличные расчеты участников наличных расчетов зависят от источника поступлений наличных денег в их кассу. Существует следующие источники поступлений наличных денег в кассу:

* [банковский счет](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_49409/edbe47d6fcaa2b81c3f9b788de58c6c14e3a2631/#dst100066);
* [продажа товаров](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_49409/381ccb82711762525ef0657f29afa2ed36829670/#dst100068), выполнение работ и (или) оказание услуг, страховые премии и иные поступления.

Наличные расчеты участников наличных расчетов осуществляются за счет наличных денег, поступивших в кассу участника наличных расчетов с его банковского счета. Цели расходования таких наличных денег и предельный размер наличных расчетов, [Указанием](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_350539/#dst0) Банка России от 09.12.2019 N 5348-У "О правилах наличных расчетов", не установлен.

Участники наличных расчетов [вправе](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_350539/#dst100007) расходовать поступившие в их кассы наличные деньги в валюте РФ:

* за проданные ими товары, выполненные ими работы и (или) оказанные ими услуги, а также наличные деньги в валюте РФ, полученные в качестве страховых премий;
* полученные по договору займа (по договору передачи личных сбережений) (в случае, если участником наличных расчетов является микрофинансовая организация, ломбард, сельскохозяйственный кредитный потребительский кооператив, кредитный потребительский кооператив);
* полученные в качестве возврата основной суммы долга, процентов и (или) неустойки (штрафа, пени) по договору займа (в случае, если участником наличных расчетов является микрофинансовая организация, ломбард, сельскохозяйственный кредитный потребительский кооператив, кредитный потребительский кооператив);
* полученные в качестве паевых взносов.

Наличные расчеты в валюте Российской Федерации и иностранной валюте между участниками наличных расчетов и физическими лицами осуществляются без ограничения суммы.

Кредитные организации [вправе](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_350539/#dst100017) расходовать поступающие в их кассы наличные деньги в валюте РФ без ограничения целей расходования, а также в иностранной валюте с соблюдением требований валютного законодательства РФ.

Наличные расчеты в валюте Российской Федерации и иностранной валюте между участниками наличных расчетов и физическими лицами осуществляются без ограничения суммы.

Кредитные организации вправе расходовать поступающие в их кассы наличные деньги в валюте Российской Федерации без ограничения целей расходования.

**33 Порядок осуществления безналичных расчетов**

По общему правилу расчеты между юридическими лицами, а также расчеты с участием граждан, связанные с осуществлением ими предпринимательской деятельности, производятся в безналичном порядке.

Банк России устанавливает правила, формы, сроки и стандарты осуществления безналичных расчетов. Общий срок осуществления платежей по безналичным расчетам не должен превышать два операционных дня, если указанный платеж осуществляется в пределах территории субъекта Российской Федерации, и пять операционных дней, если указанный платеж осуществляется в пределах территории Российской Федерации.

Формы безналичных расчетов применяются клиентами кредитных организаций (филиалов), учреждений и подразделений расчетной сети Банка России, а также самими банками.

Формы безналичных расчетов избираются клиентами банков самодеятельно и предусматриваются в договорах, заключаемых ими со своими контрагентами.

Участниками безналичных расчетов являются: плательщики и получатели средств (взыскатели), а также обслуживающие их банки-корреспонденты.

Банки осуществляют операции по счетам на основании расчетных документов. Расчетный документ представляет собой документ, оформленный на бумажном носителе или, в установленных случаях, электронный платежный документ:

· распоряжение плательщика (клиента или банка) о списании денежных средств со своего счета и их перечислении на счет получателя средств;

· распоряжение получателя средств (взыскателя) на списание денежных средств со счета плательщика и перечисление на счет, указанный получателем средств (взыскателем).

Расчетными документами являются платежные поручения, аккредитивы, чеки, платежные требования, инкассовые поручения.

Исправления, помарки и подчистки, а также использование корректирующей жидкости в расчетных документах не допускаются. Расчетные документы действительны к предъявлению в обслуживающий банк в течение десяти календарных дней, не считая дня их выписки.

Отзыв расчетных документов осуществляется на основании представленного в банк заявления клиента, составленного в двух экземплярах в произвольной форме, с указанием реквизитов, необходимых для осуществления отзыва, включая номер, дату составления, сумму расчетного документа, наименование плательщика или получателя средств (взыскателя).

Безналичные расчеты осуществляются в следующих формах:

* + платежными поручениями;
  + по аккредитиву;
  + чеками;
  + по инкассо.

Расчеты могут осуществляться и в иных формах, предусмотренных законодательством, установленными в соответствии с ним банковскими правилами и применяемыми в банковской практике обычаями делового оборота.

Платежным поручением является распоряжение владельца счета (плательщика) обслуживающему его банку, оформленное расчетным документом, перевести определенную денежную сумму на счет получателя средств, открытый в этом или другом банке. Платежное поручение исполняется банком в срок, предусмотренный законодательством, или в более короткий срок, установленный договором банковского счета, либо определяемый применяемыми в банковской практике обычаями делового оборота.

Платежными поручениями могут производиться:

* перечисления денежных средств за поставленные товары, выполненные работы, оказанные услуги;
* перечисления денежных средств в бюджеты всех уровней и во внебюджетные фонды;
* перечисления денежных средств в целях возврата/размещения кредитов (займов), депозитов и уплаты процентов по ним;
* перечисления денежных средств в других целях, предусмотренных законодательством или договором.

В соответствии с условиями основного договора платежные поручения могут использоваться для предварительной оплаты товаров, работ, услуг или для осуществления периодических платежей.

Платежные поручения принимаются банком независимо от наличия денежных средств на счете плательщика.

Банк обязан информировать плательщика по его требованию об исполнении платежного поручения не позже следующего рабочего дня после обращения плательщика в банк, если иной срок не предусмотрен договором банковского счета. Порядок информирования плательщика определяется договором банковского счета.

Аккредитив представляет собой условное денежное обязательство, принимаемое банком (банк-эмитент) по поручению плательщика, в силу которого банк обязан произвести платежи в пользу получателя средств по предъявлении последним документов, соответствующих условиям аккредитива, или предоставить полномочия другому банку (исполняющий банк) произвести такие платежи.

Банками могут открываться следующие виды аккредитивов:

* + - покрытые (депонированные) и непокрытые (гарантированные);
    - отзывные и безотзывные (могут быть подтвержденными).

При открытии покрытого (депонированного) аккредитива банк-эмитент перечисляет за счет средств плательщика или предоставленного ему кредита сумму аккредитива (покрытие) в распоряжение исполняющего банка на весь срок действия аккредитива. При открытии непокрытого (гарантированного) аккредитива банк-эмитент предоставляет исполняющему банку право списывать средства с ведущегося у него корреспондентского счета в пределах суммы аккредитива. Порядок списания денежных средств с корреспондентского счета банка-эмитента по гарантированному аккредитиву определяется по соглашению между банками.

Отзывным является аккредитив, который может быть изменен или отменен банком-эмитентом на основании письменного распоряжения плательщика без предварительного согласования с получателем средств без каких-либо обязательств банка-эмитента перед получателем средств после отзыва аккредитива. Безотзывным признается аккредитив, который может быть отменен только с согласия получателя средств. По просьбе банка-эмитента исполняющий банк может подтвердить отзывный аккредитив (подтвержденный аккредитив). Безотзывный аккредитив, подтвержденный исполняющим банком, не может быть изменен или отменен без согласия исполняющего банка. Порядок предоставления подтверждения по безотзывному подтвержденному аккредитиву определяется по соглашению между банками.

Получатель средств может отказаться от использования аккредитива до истечения срока его действия, если возможность такого отказа предусмотрена условиями аккредитива.

Порядок расчетов по аккредитиву устанавливается в основном договоре, в котором отражаются следующие обязательные условия:

* + - * наименование банка-эмитента;
      * наименование банка, обслуживающего получателя средств;
      * наименование получателя средств;
      * сумма аккредитива;
      * вид аккредитива;
      * способ извещения получателя средств об открытии аккредитива;
      * способ извещения плательщика о номере счета для депонирования средств, открытого исполняющим банком;
      * полный перечень и точная характеристика документов, представляемых получателем средств;
      * сроки действия аккредитива, представления документов, подтверждающих поставку товаров (выполнение работ, оказание услуг), и требования к оформлению указанных документов;
      * условие оплаты (с акцептом или без акцепта);
      * ответственность за неисполнение (ненадлежащее исполнение) обязательств.

В основной договор могут быть включены иные условия, касающиеся порядка расчетов по аккредитиву.

Платеж по аккредитиву производится в безналичном порядке путем перечисления суммы аккредитива на счет получателя средств. Допускаются частичные платежи по аккредитиву.

При установлении нарушений в части представления документов, предусмотренных аккредитивом, а также правильности его оформления платеж по аккредитиву не производится, документы возвращаются получателю средств. Получатель средств вправе повторно представить документы, предусмотренные аккредитивом, до истечения срока его действия.

Закрытие аккредитива в исполняющем банке производится:

· по истечении срока аккредитива (в сумме аккредитива или его остатка);

· на основании заявления получателя средств об отказе от дальнейшего использования аккредитива до истечения срока его действия, если возможность такого отказа предусмотрена условиями аккредитива (в сумме аккредитива или его остатка);

· по распоряжению плательщика о полном или частичном отзыве аккредитива, если такой отзыв возможен по условиям аккредитива (в сумме аккредитива или в сумме его остатка).

Неиспользованная или отозванная сумма покрытого (депонированного) аккредитива подлежит возврату исполняющим банком платежным поручением банку-эмитенту одновременно с закрытием аккредитива или уменьшением его суммы.

О закрытии аккредитива исполняющий банк должен направить в банк-эмитент соответствующее уведомление.

Расчеты по инкассо представляют собой банковскую операцию, посредством которой банк (банк-эмитент) по поручению и за счет клиента на основании расчетных документов осуществляет действия по получению от плательщика платежа. Для осуществления расчетов по инкассо банк-эмитент вправе привлекать другой банк (исполняющий банк).

Расчеты по инкассо осуществляются на основании платежных требований, оплата которых может производиться по распоряжению плательщика (с акцептом) или без его распоряжения (в безакцептном порядке), и инкассовых поручений, оплата которых производится без распоряжения плательщика (в бесспорном порядке).

Платежное требование является расчетным документом, содержащим требование кредитора (получателя средств) по основному договору к должнику (плательщику) об уплате определенной денежной суммы через банк. Платежные требования применяются при расчетах за поставленные товары, выполненные работы, оказанные услуги, а также в иных случаях, предусмотренных основным договором.

Инкассовое поручение является расчетным документом, на основании которого производится списание денежных средств со счетов плательщиков в бесспорном порядке.

Инкассовые поручения применяются:

* + - * в случаях, когда бесспорный порядок взыскания денежных средств установлен законодательством, в том числе для взыскания денежных средств органами, выполняющими контрольные функции;
      * для взыскания по исполнительным документам;
      * в случаях, предусмотренных сторонами по основному договору, При условии предоставления банку, обслуживающему плательщика, права на списание денежных средств со счета плательщика без его распоряжения.

Платежные требования и инкассовые поручения предъявляются получателем средств (взыскателем) к счету плательщика через банк, обслуживающий получателя средств (взыскателя).

При приеме на инкассо платежных требований, инкассовых поручений ответственный исполнитель банка-эмитента осуществляет проверку соответствия расчетного документа установленной форме бланка, полноты заполнения всех предусмотренных бланком реквизитов, соответствия подписей и печати получателя средств (взыскателя) образцам, указанным в карточке, с образцами подписей и оттиска печати, а также идентичности всех экземпляров расчетных документов.

**34 Торговое посредничество и представительство**

Посредничество - участие в продвижении товаров от изготовителей к потребителям.

Посредничество в коммерческом праве - установление субъектом правовых или экономических отношений с контрагентами при посредничестве либо участии другого лица.

Коммерческое посредничество следует рассматривать как оказание посредником юридических и фактических услуг в осуществлении продаж (закупок) товаров за счет средств других лиц от своего имени или от их имени.

Активное развитие торгового посредничества обусловлено рядом факторов. Привлечение посредников неизмеримо расширяет зоны торговой деятельности коммерсантов, позволяет им проникать на такие рынки, где они сами не могут рассчитывать на успех из-за неизвестности в данном регионе либо незнакомства с особенностями торговли в нем. Если коммерсантом выдано 10 доверенностей разным лицам на ведение торговой деятельности, это означает, что 10 субъектов в различных точках будут осуществлять такую же деятельность, что и сам коммерсант, умножая его доходы.

Значительные преимущества для самих посредников создаются тем, что ведение их дела обычно не требует значительного вложения денежных средств, как это необходимо, например, для производства товаров или осуществления розничной торговли. Экономический успех посредника зависит от степени его профессиональной подготовки в соответствующих вопросах, деловой активности и инициативы. Участие посредника ведет к определенному увеличению цены товара, однако это увеличение всегда ниже, чем при реализации товара через промежуточные торговые звенья.

Наряду с содействием в совершении торговых сделок посредники зачастую принимают на себя выполнение дополнительных работ, относящихся практически ко всем "этапам осуществления хозяйственных связей. Они могут заниматься поиском и предоставлением информации о потенциальных и приоритетных покупателях и продавцах, анализировать надежность продавца и платежеспособность покупателя, согласовывать содержание или отдельные условия будущих договоров, непосредственно производить приемку, хранение и обработку товаров, страховать их. Однако такие услуги посредников всегда носят дополнительный характер по отношению к главной задаче содействия реализации (приобретению) товара.

Отношения посредничества неразрывно связаны с отношениями по представительству. Связь посредничества с представительством носит однонаправленный характер. Это означает, что посредничество предполагает отношения по представительству, тогда как представительство зачастую не связано с посредничеством. Представительство нередко возникает из закона, из трудового договора, из судебного решения.

торговый представитель действует, сам решает дело, имеет свое усмотрение, а не передает лишь чужое решение (подобно нотариусу). Совершаемое им действие есть акт его воли, но это действие относится на имя и на счет его хозяина.

На совершение этого действия у представителя:

* было уполномочие, власть;
* хозяин дал ему поручение (приказ).

Исполняя своим действием, актом своей воли, волю хозяина, представитель сделал не свое, а чужое дело. Поскольку представитель действует, он должен иметь в своей личности условия дееспособности.

Отношения по коммерческому посредничеству и представительству в основном регулируются законом.

По характеру деятельности и особенностям отношений с предпринимателями посредники подразделяются на следующие виды:

Коммерческие представители - посредник, постоянно и самостоятельно представительствующие от имени предпринимателей при заключении ими договоров в сфере товарного обращения.

Поверенные - посредники, которые по поручениям участников товарного рынка содействуют совершению коммерческих операций, в том числе по сбыту или приобретению товаров путем заключения договоров от имени и за счет доверителей.

Комиссионеры - посредники, содействующие по поручениям участников товарного рынка (комитентов) сбыту и приобретению товаров в рамках комиссионных договоров путем заключения от, своего имени и за счет комитентов контрактов с третьими лицами.

Агенты -- посредники, совершающие по поручению участника товарного рынка (принципала) юридические и иные действия, в том числе по сбыту и приобретению товаров, путем заключения договоров от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала.

Дистрибьюторы -- оптовые торговцы, которые в рамках дистрибьюторских договоров сбывают импортные товары продавцам, заключая контракты купли-продажи-

Таким образом, с развитием товарного рынка увеличиваются роль и значение посреднических договоров, к которым относятся договоры поручения, комиссии, агентский, дистрибьюторский, коммерческой концессии (франшизы) и др.

В гл. 10 ГК РФ "Представительство. Доверенность" коммерческому представительству посвящена ст. 184 кодекса. Коммерческим представителем может быть только коммерческая организация или лицо, являющееся индивидуальным предпринимателем. Такое требование обусловлено возможностью возложения на коммерческого представителя имущественной ответственности за ненадлежащее" исполнение своих обязанностей. Также и представляемыми (принципалами, доверителями) при коммерческом представительстве могут быть только коммерческие организации или индивидуальные предприниматели.

Коммерческое представительство в отличие от общегражданского:

1) представляет собой профессиональную деятельность представителя;

2) как правило, состоит в совершении множества или неопределенного количества действий для представляемого;

3) носит возмездный характер, тогда как гражданское представительство предполагается безвозмездным;

4) может предусматривать совершение как юридических, так и фактических действий для представляемого.

Коммерческий представитель вправе действовать одновременно в интересах разных сторон в сделке с их согласия, что запрещено общегражданскому представителю. Он не приобретает права собственности на получаемое имущество. Закон разрешает заключать с коммерческим представителем договор о полной материальной ответственности. Коммерческий представитель, как и любой предприниматель, освобождается от ответственности только при наличии обстоятельств непреодолимой силы. Он не вправе разглашать сведения, составляющие коммерческую тайну представляемого (принципала, доверителя). Коммерческий представитель вправе удерживать находящиеся у него вещи, которые подлежат передаче доверителю, в обеспечение своих требований по договору поручения.

**35 Договор комиссии ( консигнации )**

Взаимоотношения между партнерами комиссионной операции регулируются договором комиссии. В соответствии с этим договором комиссионер не покупает товар, а лишь совершает сделки по купле-продаже за счет комитента, который остается собственником товара до его передачи покупателю. Это означает, что комитент остается собственником товара до его передачи в распоряжение конечного покупателя. Комиссионер заключает договор купли-продажи с покупателями от своего имени, и сам получает от них платеж за поставленные товары. Комиссионер является посредником только с точки зрения комитента. Вознаграждение может быть в виде процента от суммы сделки или в виде разницы между ценами. Чаще всего товар передается комиссионеру во владение. Риск случайной гибели и порчи товара лежит на комитенте при отсутствии другой договоренности. Комиссионер обязан принимать все меры по сохранности товара и отвечать за его утрату и повреждение, если они произошли по его вине.

С покупателем комиссионер заключает договор купли-продажи от своего имени, т.е. выступает как продавец. Посредником он является для комитента.

В договоре комиссии устанавливается продажная цена каждой партии товара – или минимальная, или максимальная. Как правило, оговаривается условие о недопустимости установления высоких цен, что может послужить причиной снижения конкурентоспособности товара.

Комиссионеры обычно не отвечают перед комитентом за выполнение третьими сторонами (покупателями) обязательств по платежам, за исключением тех случаев, когда такая ответственность предусмотрена в комиссионных соглашениях, так называемых условиях делькредере. Условия делькредере предусматривают гарантию платежеспособности покупателя по договору купли-продажи.

Распространенной формой комиссионных операций является продажа товаров на условиях консигнации.

Существует несколько видов операций консигнации:

1. Простая, или прямая, консигнация. В этом случае консигнатор имеет право вернуть все непроданные со склада к установленному сроку товары консигнанту. Простая консигнация не гарантирует консигнанту надежный сбыт товаров в течение установленного срока на определенной территории.

2. С целью повышения надежности сбыта товаров, усиления ответственности консигнатора за реализацию товаров применяется частично возвратная консигнация. В этом случае консигнатор принимает обязательство по истечении установленного срока купить у консигнанта не менее согласованного количества из нереализованного к этому сроку товара. Например, консигнант поставил консигнатору на склад 1000 холодильников на условиях частично возвратной консигнации сроком на один год с условием безвозвратности 200 холодильников (20%). Если к концу года посредник реализовал на рынке 700 холодильников, то он имеет право вернуть консигнанту только 100 штук, а 200 – должен купить у консигнанта.

3. Полностью безвозвратная консигнация. При полностью безвозвратной консигнации консигнатор лишается права возврата, и весь непроданный к установленному сроку товар должен быть им куплен у собственника товара (экспортера).

Договор консигнации – договор, по которому одна сторона – консигнант поручает другой стороне – консигнатору реализовать товары с консигнационного склада в течение определенного времени и в пределах определенной территории.

Структура договорных связей:

1. Консигнант – собственник товара, который находится за рубежом и не имеет возможности или желания реализовывать товары на территории страны консигнатора.
2. Консигнатор – посредник, который от своего имени, но за счет консигнанта реализует товары.
3. Получатели товара, которые в своих правах и обязанностях ограничиваются консигнационным соглашением.

Существенные условия договора консигнации:

Предмет консигнации. Описывается наиболее точно с учетом следующих параметров:

* внешнего вида;
* маркировки и упаковки;
* количества;
* качества.

Определение консигнационной территории, которая может соответствовать территории государства или его территориальной единицы. Консигнатор не имеет права реализовывать товар за пределами территории и обязан включать в контракты купли-продажи с покупателем аналогичные условия.

Срок консигнации, в течение которого консигнатор обязан продать товар, от 6 до 12 месяцев. Он не совпадает со сроком действия договора, который заключается на срок до 3 лет.

Вознаграждение консигнатора может устанавливаться в виде процента с продаж или надбавки к цене.

Цена консигнационного договора может определяться в двух формах:

* в форме минимальной цены, которая может изменяться консигнатором;
* в форме фиксируемой цены, которая изменению не подлежит.

Порядок возврата нереализованного товара консигнатором.

Порядок расчета между консигнантом и консигнатором.

Обязанности консигнатора:

1. Заключить договор аренды таможенного склада и обеспечить все необходимые условия для хранения товара и в случае необходимости его переработки.
2. Осуществить рекламирование товара и использовать иные способы привлечения покупателей.
3. Осуществить маркетинговые исследования рынка, в том числе с привлечением специализированных организаций.
4. В установленные сроки реализовать товар и осуществить расчеты с консигнантом.

Обязанности консигнанта:

1. Передать товар в соответствии с условиями договора.
2. Оплачивать все расходы консигнатора.

Консигнация как таковая представляет собой разновидность комиссии, приспособленной к ее использованию во внешней торговле. Первоначальный смысл консигнации усматривался в поручении комиссионеру найти комиссионера в другой стране, заключив с ним от своего имени соответствующий договор. По этому договору консигнант (торговый деятель) дает поручение другому (консигнатору) присланные ему товары переслать дальше морским путем и продать их в определенном месте через другое, указанное им, комиссионное предприятие или предприятие самого консигнатора. Это, так сказать, комиссия с надстройкой другой комиссии или комиссия более обширного объема – назначение одним комиссионером (иногда комитентом) другого от своего имени, но за чужой счет.

По этому договору в его современном виде одна сторона (консигнатор) принимает на себя обязанность за вознаграждение в течение определенного времени (срок консигнации) продавать от своего имени, но за счет другой стороны (консигнанта) товары, переданные ему консигнантом.

Номенклатура и количество товаров, поставляемых на консигнацию, оговариваются либо в спецификации, которая составляет неотъемлемую часть договора, либо в самом договоре. Номенклатура поставляемых товаров строго конкретизирована, например, указаны марки и типы изделий. Вместе с тем консигнатор имеет право держать у себя на складе большее количество товара, чем это предусмотрено в договоре. У консигнатора в соответствующем случае возникает право на дополнительное вознаграждение за реализацию товаров сверх обусловленного количества.

В договоре указывается срок консигнаций, т.е. время, в течение которого поставленный на консигнацию товар должен быть продан. Сроки консигнации на практике встречаются разные, но, как правило, они колеблются от 3 до 24 месяцев. Срок консигнации для машин и оборудования чаще всего составляет 12 месяцев.

Нельзя смешивать срок консигнации со сроком действия договора консигнации. Срок действия договора консигнации обычно больше срока реализации каждой партии товара. В большинстве соглашений он составляет от одного года до пяти лет. По истечении срока действия договора его условия остаются действительными в отношении всех партий товара, которые к моменту прекращения его действия находятся на консигнации и расчет по которым еще не завершен.

Выполняя поручение по продаже товара, консигнатор обычно связан указаниями консигнанта, особенно в отношении цен, по которым он обязан продавать товары третьим лицам. Они излагаются в условиях договора, где устанавливаются минимальные продажные цены, ниже которых консигнатор не может продавать товар без предварительного согласия консигнанта. Если консигнатору предоставлено право самостоятельно устанавливать продажные цены, он имеет право продавать товары по более высоким ценам. Однако в договорах, как правило, оговаривается, что цены не должны чрезмерно завышаться, с тем чтобы товары не потеряли конкурентоспособность на местном рынке.

Основной обязанностью консигнатора является выполнение поручения консигнанта в соответствии с его указаниями, например:

* подготовка помещения для консигнационного склада, наем персонала для работы на этом складе, получение разрешения на ввоз товара в свою страну (импортной лицензии);
* подготовка информации об адресе склада, где будут размещены товары, с указанием наименования выставочных товаров, а также о возможной перемене адреса склада;
* обеспечение возможности для представителей консигнанта посещать в любое время консигнационный склад для контроля состояния поставленных товаров, организация их демонстрации и показа в работе;
* по согласованию с консигнантом проведение испытания отдельных образцов машин;
* обеспечение полной сохранности качества товаров во время нахождения их на консигнационном складе (например, обеспечение защиты металлических изделий от коррозии, создание необходимого температурного режима). В случае порчи, недостачи или повреждении товара консигнатор должен возместить консигнанту все связанные с этим убытки;
* осуществление необходимых мер, связанных со своевременной оплатой покупателями купленного товара. Полученные от покупателей платежи консигнатор обязан переводить консигнанту в установленные договором сроки;
* страхование товаров, находящихся на консигнационном складе, за свой счет в пользу консигнанта и своевременная передача ему страховых документов;
* предоставление в обеспечение интересов консигнанта гарантии банка;
* организация рекламы, показ товаров в демонстрационных залах и послепродажное техническое обслуживание;
* своевременное предоставление консигнанту отчетов о ходе реализации и о запасах товаров на складе, а также информации о состоянии конъюнктуры рынка и уровне цен на аналогичные товары у конкурентов. В случае, если полученные на консигнацию товары не будут реализованы в течение срока консигнации, консигнатор, с согласия консигнанта, обязан либо приобрести товар в свою собственность, оплатив его полную стоимость, либо возвратить товар консигнанту.

В последнем случае консигнатор обязан за свой счет:

* упаковать и замаркировать возвращенный товар в соответствии с указаниями консигнанта и с соблюдением условий договора. При этом должно быть полностью обеспечено выполнение заводских условий консервации;
* отгрузить товар не позднее, например, одного месяца по получении требования консигнанта.

**36 Коммерческое поручение (договор поручения в торговле)**

# ГК РФ Статья 971. Договор поручения

1. По договору поручения одна сторона (поверенный) обязуется совершить от имени и за счет другой стороны (доверителя) определенные юридические действия. Права и обязанности по сделке, совершенной поверенным, возникают непосредственно у доверителя.

2. Договор поручения может быть заключен с указанием срока, в течение которого поверенный вправе действовать от имени доверителя, или без такого указания.

# ГК РФ Статья 977. Прекращение договора поручения

1. Договор поручения прекращается вследствие:

* отмены поручения доверителем;
* отказа поверенного;
* смерти доверителя или поверенного, признания кого-либо из них недееспособным, ограниченно дееспособным или безвестно отсутствующим.

2. Доверитель вправе отменить поручение, а поверенный отказаться от него во всякое время. Соглашение об отказе от этого права ничтожно.

3. Сторона, отказывающаяся от договора поручения, предусматривающего действия поверенного в качестве коммерческого представителя, должна уведомить другую сторону о прекращении договора не позднее чем за тридцать дней, если договором не предусмотрен более длительный срок.

При реорганизации юридического лица, являющегося коммерческим представителем, доверитель вправе отменить поручение без такого предварительного уведомления.

Договор поручения применяется в отношениях как между физическими, так и между юридическими лицами. Так, граждане обращаются в адвокатские конторы для ведения их судебных дел, к маклерским (риэлтерским) фирмам для совершения сделок купли или продажи недвижимости, совершения иных юридических действий. Вместе с тем значительно большее распространение договоры поручения приобретают в коммерческих отношениях, где на их основе совершаются разнообразные торговые сделки.

Договоры поручения в торговом предпринимательстве характеризуются особыми чертами, постепенно обособляясь в самостоятельный вид договора. Для учета специфики такого договора ГК РФ использует термины «коммерческое поручение» и «коммерческое представительство».

Связь поручения с представительством носит однонаправленный характер. Это означает, что поручение предполагает отношения представительства. Само же представительство зачастую не связано с поручением. Отношения представительства нередко возникают из закона, из трудового договора, из судебного решения.

Договор поручения, как и договор комиссии, направлен на предоставление юридических услуг. Поверенному приходится наряду с юридическими совершать определенные фактические, предметные действия, однако это не меняет природы обязательства. Видовая сущность каждого договора определяется его основной целью, а не сопутствующими моментами. Поскольку выполнение одних лишь фактических действий не обеспечивает достижение цели поручения, то основными в нем приходится признавать юридические обязанности поверенного.

В практике широко применяются как разовые, так и постоянные или долгосрочные поручения на совершение торговых сделок. Здесь в качестве поверенных выступают торговые и иные представители. Подобную работу ведут различные посреднические фирмы, заключающие договоры от имени и за счет доверителя. Такую деятельность осуществляют индивидуальные предприниматели: торговые и финансовые брокеры, маклеры. Содержание прав и обязанностей поверенного определяется рядом документов. Основной среди них -- это договор поручения. В нем указывается содержание необходимых юридических действий, сроки их исполнения, размер и порядок уплаты вознаграждения.

Поскольку работники организации-поверенного вступают в отношения с третьими лицами, они обязаны подтвердить наличие полномочий на совершение действий от имени доверителя. Поэтому кроме договора поверенному необходима еще и доверенность, которую должен выдать доверитель.

# ГК РФ Статья 975. Обязанности доверителя

1. Доверитель обязан выдать поверенному доверенность (доверенности) на совершение юридических действий, предусмотренных договором поручения, за исключением случаев, предусмотренных [абзацем вторым пункта 1 статьи 182](http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_358825/0cf4748cf87a798af8d1bcc2115eb1bcc4cede31/#dst101003) настоящего Кодекса.

2. Доверитель обязан, если иное не предусмотрено договором:

возмещать поверенному понесенные издержки;

обеспечивать поверенного средствами, необходимыми для исполнения поручения.

3. Доверитель обязан без промедления принять от поверенного все исполненное им в соответствии с договором поручения.

4. Доверитель обязан уплатить поверенному вознаграждение, если в соответствии со [статьей 972](http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_341893/3145b73e89e335317861b3f41e8e0142ea6cd9c2/#dst102194) настоящего Кодекса договор поручения является возмездным.

Указания доверителя в отношении условий продажи (покупки) товаров могут касаться технических условий и качественных характеристик товаров, продолжительности гарантийных сроков, максимальных размеров платежа, гарантий платежа и обеспечения исполнения других обязанностей и т. п.

Закон обязывает поверенного сообщать доверителю по его требованию сведения о ходе исполнения поручения. Поверенный должен без промедления передать доверителю все полученное в связи с исполнением поручения: товары, денежные суммы, ценные бумаги, подписанные оригиналы контрактов и иные документы, удостоверяющие возникновение обязательств в результате действий поверенного.

Договор поручения исполняется не только в интересах, но и за счет доверителя. Поэтому в обязанности доверителя входит возмещение поверенному всех расходов в связи с исполнением поручения. Это могут быть как прямые расходы по оплате стоимости приобретенного имущества, так и иные необходимые затраты: оплата проезда, телефонных переговоров, печатания и удостоверения документов.

**37 Договор торгового агентирования**

По агентскому договору одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала. Договор регламентируют ст. 1005–1011 ГК.

Договор является консенсуальным, взаимным, возмездным.

Стороны договора – принципал и агент. Ими могут быть как граждане, так и юридические лица.

Агент не вправе выходить за пределы правоспособности принципала, в противном случае сделка будет признана недействительной.

Существенным условием договора является его предмет, включающий юридические и фактические действия.

Форма агентского договора подчиняется общим нормам о форме сделок.

Требование о выдаче доверенности для осуществления агентом от имени принципала юридических и иных действий в гл. 52 ГК отсутствует. Но если договор строится по схеме договора поручения, выдача доверенности необходима. Доверенность не требуется, когда агент действует в интересах принципала от собственного имени либо когда агент действует в качестве коммерческого представителя при условии, что его полномочия четко обозначены в договоре.

Агентский договор может быть заключен на определенный срок или без указания срока его действия.

Размер агентского вознаграждения может быть предусмотрен сторонами в договоре. Если это не сделано, размер вознаграждения определяется в соответствии с п. З ст. 424 ГК, то есть по цене, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные услуги.

Закон предусматривает возможность внесения в договор условий, предотвращающих конкуренцию между сторонами по предмету договора, то есть ограничивающих права принципала и агента (ст.1007 ГК).

Так, агентский договор может предусматривать обязательство принципала не заключать аналогичных агентских договоров с другими агентами, действующими на определенной в договоре территории, либо воздерживаться от осуществления на этой территории самостоятельной деятельности, аналогичной деятельности, составляющей предмет агентского договора.

Может быть предусмотрено обязательство агента не заключать с другими принципалами аналогичных агентских договоров, которые должны исполняться на территории, полностью или частично совпадающей с территорией, указанной в договоре.

Агент обязан представить принципалу отчет о своих действиях. К отчету должны быть приложены необходимые доказательства расходов, которые были произведены агентом.

Принципалу предоставляется 30 дней для проверки отчета и сообщения возражений агенту, если имеются замечания по исполнению поручения либо по обоснованности расходов, возникших у агента в ходе исполнения поручения. Если возражения не поступили в указанный срок, то отчет считается принятым.

Агент вправе исполнять договор как лично, так и путем переложения исполнения на третье лицо, если договором не предусмотрено личное исполнение взятого на себя поручения. Переложение исполнения производится путем заключения субагентского договора между агентом и третьим лицом – субагентом

Прекращение агентского договора происходит по общим основаниям, а также вследствие (ст. 1010 ГК):

• отказа одной из сторон от исполнения договора, заключенного без определения срока окончания его действия;

• смерти агента, признания его недееспособным, ограниченно дееспособным, безвестно отсутствующим;

• признания индивидуального предпринимателя, являющегося агентом, несостоятельным (банкротом).

# ГК РФ Статья 1005. Агентский договор

1. По агентскому договору одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала.

По сделке, совершенной агентом с третьим лицом от своего имени и за счет принципала, приобретает права и становится обязанным агент, хотя бы принципал и был назван в сделке или вступил с третьим лицом в непосредственные отношения по исполнению сделки.

По сделке, совершенной агентом с третьим лицом от имени и за счет принципала, права и обязанности возникают непосредственно у принципала.

2. В случаях, когда в агентском договоре, заключенном в письменной форме, предусмотрены общие полномочия агента на совершение сделок от имени принципала, последний в отношениях с третьими лицами не вправе ссылаться на отсутствие у агента надлежащих полномочий, если не докажет, что третье лицо знало или должно было знать об ограничении полномочий агента.

3. Агентский договор может быть заключен на определенный срок или без указания срока его действия.

4. Законом могут быть предусмотрены особенности отдельных видов агентского договора.

# ГК РФ Статья 1006. Агентское вознаграждение

Принципал обязан уплатить агенту вознаграждение в размере и в порядке, установленных в агентском договоре.

Если в агентском договоре размер агентского вознаграждения не предусмотрен и он не может быть определен исходя из условий договора, вознаграждение подлежит уплате в размере, определяемом в соответствии с [пунктом 3 статьи 424](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358825/3f4368f181f833a15c0636db51cee2d81274ede9/#dst102008) настоящего Кодекса.

При отсутствии в договоре условий о порядке уплаты агентского вознаграждения принципал обязан уплачивать вознаграждение в течение недели с момента представления ему агентом отчета за прошедший период, если из существа договора или обычаев делового оборота не вытекает иной порядок уплаты вознаграждения.

# ГК РФ Статья 1007. Ограничения агентским договором прав принципала и агента

1. Агентским договором может быть предусмотрено обязательство принципала не заключать аналогичных агентских договоров с другими агентами, действующими на определенной в договоре территории, либо воздерживаться от осуществления на этой территории самостоятельной деятельности, аналогичной деятельности, составляющей предмет агентского договора.

2. Агентским договором может быть предусмотрено обязательство агента не заключать с другими принципалами аналогичных агентских договоров, которые должны исполняться на территории, полностью или частично совпадающей с территорией, указанной в договоре.

3. Условия агентского договора, в силу которых агент вправе продавать товары, выполнять работы или оказывать услуги исключительно определенной категории покупателей (заказчиков) либо исключительно покупателям (заказчикам), имеющим место нахождения или место жительства на определенной в договоре территории, являются ничтожными.

**38 Дистрибьюторские контракты. Договоры на исключительную продажу товаров.**

Дистрибьюторство - это форма сбыта товаров независимыми посредническими фирмами розничным торговцам и предприятиям на основе оптовых закупок у производителей.

Указанная форма предпринимательства обоснованно получила широкое распространение в мировой практике, в том числе в Российской Федерации.

Несмотря на то, что дистрибьюторский договор не поименован в ГК РФ, в соответствии с п. 2 ст. 421 ГК РФ он имеет право на существование.

Наименование соглашения, предусматривающего предоставление посреднику-дистрибьютору права на продажу, может быть следующим:

* дистрибьюторское соглашение;
* дистрибьюторский контракт;
* договор о предоставлении права на продажу;
* международный дистрибьюторский контракт;
* соглашение о сбыте.

Дистрибьюторский договор представляет собой соглашение, в силу которого одна сторона (дистрибьютор) обязуется приобретать товар у другой стороны (поставщика), осуществлять или организовывать его продвижение на определенной территории, а поставщик обязуется не поставлять товар для реализации на этой территории самостоятельно или при участии третьих лиц, в том числе не продавать товар третьим лицам для распространения на этой территории.

Выделяет следующие характерные черты данного договора:

* в качестве перепродавца дистрибьютор осуществляет продвижение и/или организацию сбыта на закрепленный за ним территории;
* производитель утрачивает привилегированное положение на территории дистрибьютора, которому часто предоставляется исключительное право сбыта;
* отношения устанавливаются на согласованный период; это лежит в основе сотрудничества, которое исходя из его характера не может быть эпизодическим;
* в ходе таких отношений между сторонами возникают тесные доверительные связи. Сбыт готовых изделий сопровождается обычно ограничением свободы действий дистрибьютора, в частности обязательством воздерживаться от конкуренции;
* почти всегда дистрибьютор осуществляет сбыт товаров под соответствующими товарными знаками.

Следует отметить, что преимуществом такого договора для его сторон является возможность установления не обычных договорных связей, направленных на реализацию товара, что возможно достичь путем заключения договора международной купли-продажи товаров, а системы таких связей, которая включает элементы ряда правоотношений, обеспечивающих сбыт товара. То есть дистрибьюторское соглашение является договором смешанного характера, сочетающего признаки договоров купли-продажи, поставки, перевозки, агентского договора, коммерческой концессии и иных видов обязательств.

Предмет договора

Предметом дистрибьюторского договора являются действия дистрибьютора по продаже товара, переданного ему производителем, т.е. взаимоотношения сторон дистрибьюторских отношений касаются двух видов договорных отношений.

Во-первых, собственно дистрибьюторского договора, который выполняет несколько функций: в нем определяются особенности взаимоотношений сторон по размещению товаров на договорной территории и согласовываются некоторые условия для будущих договоров международной купли-продажи товаров. Основными регуляторами взаимоотношений сторон по данному договору являются сам дистрибьюторский договор, включенные в него или приложенные к нему общие условия продажи товаров, применяемые экспортером и согласованные к применению сторонами дистрибьюторского договора.

Во-вторых, отношений международной купли-продажи товаров, что проявляется в обеспечении исполнения в период действия дистрибьюторского договора наиболее коммерчески значимых для продавца-экспортера и покупателя-импортера условий цены, платежа, гарантий качества, базисных условий, условий ответственности и освобождения от нее, что достигается путем их согласования в дистрибьюторском договоре.

Посредничество дистрибьютора состоит в содействии продвижению товара от производителя экспортера к конечному потребителю на определенной территории.

Отличительными чертами деятельности дистрибьютора являются:

- приобретение и перепродажа товаров от своего имени и за свой счет.

Дистрибьютор создает и поддерживает соответствующую сеть продаж, а в ряде случаев - для технического обслуживания всех товаров на договорной территории. Организация технического обслуживания предполагает обеспечение обслуживания в течение гарантийных сроков в соответствии с условиями поставки между дистрибьютором и покупателем, а также проведение ремонта после истечения срока гарантии. Сюда же относится содержание склада запасных частей и мастерских по ремонту;

- доверительные отношения с производителем; принятие обязательств по продвижению, организации сбыта на определенной территории.

Территория, на которой дистрибьютору предоставляется право продажи товаров поставщика, обозначается указанием либо политической единицы (государства), либо ее административных районов. Называется она договорной территорией. Дистрибьютор не имеет права без письменного разрешения поставщика продавать товары за пределы договорной территории, а также, если иное не указано в договоре, обязан принимать меры к тому, чтобы его покупатели (если они не являются конечными потребителями) не продавали купленные товары за пределы этой территории;

- предоставление дистрибьютору права продажи, когда производитель утрачивает привилегированное положение на территории дистрибьютора.

Договором закрепляются принципы и правила отношений по приобретению одной стороной (покупателем) в собственность товаров у другой стороны (продавца) с установлением одновременно ряда прав и обязанностей сторон, связанных с перепродажей товара покупателем своей клиентуре.

Договор об исключительной продаже товаров как рамочный контракт определяет основные условия будущих взаимоотношений сторон в хозяйственном обороте по покупке и перепродаже товаров. Реализация договорных положений предполагает последующее заключение контрагентами самостоятельных торговых сделок по купле-продаже на основе и в границах установленных общих правил.

По своему содержанию договор представляет сложную сделку, в которой наряду с положениями о купле-продаже имеется целый ряд специальных условий, выходящих за рамки «классического» договора купли-продажи и определяющих организационные, финансовые, коммерческие и некоторые другие отношения контрагентов.

2. Сердцевиной договоренностей являются правила о приобретении «распространителем» в собственность товаров в интересах последующей их продажи третьим лицам. И эти правила относятся к разным аспектам отношений сторон договора.

Обязательный элемент контракта составляют «условия об исключительности», которым придается односторонний или двусторонний характер.

Продавец предоставляет покупателю исключительное право продажи товаров, являющихся предметом купли-продажи между ними, на обозначенной территории или указанной клиентуре. Предоставляя покупателю коммерческую монополию, продавец отказывается от проведения торговли в указанных пределах своими силами или через других лиц. Это — условие об исключительной продаже товара покупателем или об установлении монополии покупателя на продажу приобретаемых товаров. Иногда такое условие договора сопровождается установлением дополнительной обязанности продавца включать в контракты с другими покупателями условие об отказе последних от прямой или косвенной продажи купленных товаров на территории действия первого договора. Договорный запрет третьим лицам на проведение так называемой «параллельной продажи (или импорта)» дополнительно укрепляет коммерческую монополию покупателя на рынке.

Двусторонний характер «условию об исключительности», направленному уже на обеспечение интересов продавца, придает включение в договор условия об обязанности покупателя приобретать товары только у своего контрагента, то есть продавца. Это — условие об исключительной покупке товара покупателем у продавца — контрагента по договору об исключительной продаже товара.

Предоставление исключительных прав ставит проблему законности договора с точки зрения положений о запрещении ограничительной практики. В рамках Европейского экономического сообщества установление в договоре монополии на продажу считается законным, тогда как установление монополии на покупку применяется значительно реже из опасения признания такого условия противоречащим положениям Римского договора.

Договор содержит обычно и ряд других важных условий, определяющих отношения между сторонами.

Устанавливается минимальное количество товаров, которое покупатель должен периодически приобретать у продавца, и нарушение этого условия рассматривается как основание для расторжения договора продавцом. Договорное закрепление такой квоты продаж является способом обеспечения коммерческих интересов продавца.

Важным договорным положением, относящимся к последующей рыночной деятельности покупателя, является условие о перепродажных ценах, хотя его может и не быть в договоре. Покупатель обязуется согласовывать продажные цены со своим поставщиком в период рыночной деятельности или же они определяются в самом контракте.

 3. Комплекс договорных условий касается прав и обязанностей сторон, направленных на содействие достижению целей договора, успешную реализацию коммерческого сотрудничества. Взаимная обязанность сторон по содействию сотрудничеству конкретизируется рядом договорных условий.

Покупатель, знающий рыночные условия места своей деятельности, нередко берет на себя обязанность сообщать контрагенту информацию маркетингового характера, в первую очередь относительно особенностей и объемов рыночного спроса на товары, составляющие предмет договора.

Не менее важным для расширения операций является обязательство участвовать в рекламе товаров при их перепродаже.

Характерной особенностью договора, отражающей тесную связь сторон в процессе его реализации, является закрепление за продавцом права контроля за коммерческой и финансовой деятельностью покупателя. Такой контроль призван стимулировать эффективную активность «распространителя» товара.

4. Практика заключения договоров об исключительной продаже товаров приобрела универсальный характер ввиду ее хозяйственно-экономических достоинств — совместного создания сторонами на определенный период механизма коммерческой реализации товаров. Условия договора, определяющие тесную хозяйственную зависимость контрагентов, направлены на интеграцию их коммерческой деятельности.

При этом не иключается и возможность досрочного расторжения договора при недостижении целей его заключения.

«Условия исключительности» нередко вводятся на продажу и покупку товаров экспортер обязуется не поставлять товары — прямо или косвенно — иным коммерсантам, находящимся на «договорной территории», а импортер — не покупать у других экспортеров аналогичные товары для перепродажи. Последнее обстоятельство, безусловно, стесняет покупателя, и крупные фирмы-импортеры обычно сохраняют за собой возможность приобретения товаров одного и того же вида, но разных «марок», у нескольких национальных и иностранных поставщиков.

Договору об исключительном импорте свойствен и ряд других отличий по отношению к применяемому на национальном рынке договору об исключительной продаже товаров. Стороны, в первую очередь импортер, сохраняют в таких контрактах большую юридическую и хозяйственную независимость от контрагента. В частности, экспортер не играет в отношении импортера роль организатора коммерческой реализации поставляемых им товаров при их перепродаже и не имеет, как правило, прав контроля за деятельностью импортера

Заключение нескольких договоров об исключительном импорте с покупателями одной и той же страны обычно не ведет к созданию экспортером организованной сбытовой сети в стране импортера, охватывающей всю территорию этой страны.

При подготовке контрактов об исключительном импорте редко используются положения типовых договоров.

**39 Договор на проведение маркетинговых исследований**

Договор на выполнение маркетинговых работ -- соглашение, в соответствии с которым исполнитель обязан провести маркетинговые исследования в соответствии с заданием, утвержденным заказчиком, и передать заказчику результат в документированном виде, а заказчик призван принять упомянутый результат и оплатить выполненную работу.

Данный тип договора имеет весьма широкое распространение в системе правоотношений, складывающихся в сфере предпринимательской деятельности. Его широкая распространенность объясняется высокой значимостью информации для успешной предпринимательской деятельности в условиях современной экономики. Маркетинг не только обеспечивает приспособление производства к запросам покупателей, но также включает разработку способов стимулирования сбыта, активизации продаж. В специальной литературе под маркетингом понимаются самые различные приемы, методы рыночной работы. Вместе с тем подобных мер, рассчитанных на собственные усилия продавцов, совершенно недостаточно, поскольку производственны и торговые фирмы сами не в состоянии осуществлять необходимые исследования товарных рынков. Это под силу только специализированным маркетинговым организациям, выполняющим такую работу на основе заключаемых договоров.

Юридическая квалификация этого договора достаточно сложна, т.к. он не урегулирован в ГК РФ. Этот договор имеет сходство с договором подряда на выполнение научно-исследовательских работ (НИР). Отличие в том, что НИР могут прекратиться в силу невозможности (нецелесообразности) достижения результата

Сторонами маркетингового договора является заказчик и исполнитель. Заказчиками бывают, как правило, коммерческие организации и индивидуальные предприниматели, в отдельных случаях ими могут являться некоммерческие организации и граждане. Исполнителями вправе быть специализированные учреждения - маркетинговые компании и рекламные агентства, а также учреждения, не занимающиеся на профессиональной основе маркетинговыми изысканиями - научно-исследовательские организации, высшие учебные заведения, граждане, компетентные в рыночных вопросах.

Предмет договора маркетинга - деятельность исполнителя в соответствии с заданием заказчика и её результат - маркетинговая информация.

 Можно дать следующее определение этого договора. По договору на проведение маркетинговых исследований исполнитель обязуется в соответствии с заданием заказчика провести исследование возможностей продаж соответствующего товара и передать заказчику полученный результат, а заказчик обязуется принять результат исследования и оплатить стоимость работ.

Договор маркетинга однотипен с договором на выполнение проектных и изыскательных работ. Их различия определяются сферой применения, методами выполнения и характером результата исследований.

Для сторон важно конкретно и четко определить задачи маркетингового исследования. Расплывчатое или неправильное определение задачи может повлечь значительные расходы, не дав желаемого результата. Поэтому в большинстве случаев заключение маркетингового договора должно предшествовать составление задания на проведение исследования. Заказчик зачастую не в состоянии сформулировать требующую решения задачу, поэтому более продуктивно, когда задание разрабатывается самим исполнителем при участии заказчика и утверждается последним.

В самом договоре маркетинга должен быть определен его предмет. Предметом данного договора является наименование работы с отсылкой к заданию на проведение. Должны быть указаны руководящие документы, в соответствии с которыми выполняется работа. Это в первую очередь задание на проведение маркетингового исследования, а когда сторонами установлены этапы проведения, то так же программа выполнения работ с указанием частных содержания, сроков и результатов каждого этапа.

Устанавливается общий срок выполнения работ, порядок сдачи работ, требования, предъявляемые к отчету исполнителя. В договоре определяются стоимость работ и порядок расчетов. Результатом работ являются выводы и рекомендации, подготовленные исполнителем на основе исследования и излагаемые в отчете.

Необходимым требованием к результатам маркетингового исследования является достаточность содержащегося в отчете объема информации для принятия решения заказчиком о выпуске конкретного товара, объемах производства, ассортименте и качественных показателях, уровне цен. Кроме того, заказчик должен располагать данными для определения направлений и способов продвижения товара на рынок.

Как и всякие работы, маркетинговые исследования должны обеспечиваться гарантией достоверности, надежности результатов. Для этого в договоре может предусматривать ответственность маркетолога, например, в виде обязанности возврата части полученной платы при недостижении спрогнозированных результатов. Необходимо учитывать, что достижение продаж товара зависит не только от достоверности выводов маркетолога, но и от множества других факторов, в том числе от квалификационности действий самого заказчика. Поэтому основания и размеры ответственности исполнителей в маркетинговых договорах должны определяться очень взвешенно.

При определении ответственности маркетологов должны применяться по аналогии положения, предусмотренные ст. 761 ГК РФ об ответственности исполнителей по договорам на выполнение проектных и изыскательских работ. В соответствии с названной нормой при обнаружении недостатков в маркетинговых работах исполнитель обязан безвозмездно произвести необходимые дополнительные работы.

**40. Договоры на создание рекламной продукции и на распространение рекламы.**

Рекламой, применительно к коммерческой деятельности признается: распространяемая в любой форме и с помощью любых средств информация о товарах либо о юридическом лице (индивидуальном предпринимателе), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим товарам или юридическому лицу (индивидуальному предпринимателю) и способствовать реализации товаров.

Объектом рекламы может быть товар или организация, осуществляющая производство или продажу товаров. Цель рекламы – стимулирование продаж, побуждение к потреблению товара, оказание помощи в выборе товара.

Виды рекламы:

1) печатная реклама (публикации в газетах, журналах, книгах, телефонных и иных справочниках, листовки, проспекты, каталоги, буклеты, календари, и т.п.);

2) наружная реклама (щиты, вывески, световые экраны и др.);

3) радио- и телереклама (в виде кино- и видеофильмов, клипов и т.д.);

4) реклама на транспорте (в виде рисунков и надписей на бортах транспортных средств, подъем рекламы в воздух с помощью технических средств);

5) сувенирная реклама в полиграфическом или промышленном исполнении (блокноты, полиэтиленовые пакеты, канцелярские принадлежности);

6) реклама на упаковке;

7) реклама на месте продажи (оформление витрин и т.п.).

В рекламных отношениях следует, прежде всего, выде­лять договоры между заказчиками (рекламодателями) и реклама производителями по поводу создания конкретного рекламного продукта. Содержание такого договора будет определяться общими положениями о подряде на выпол­нение работ соответствующими особенностями, связан­ными со спецификой создаваемой продукции.

Для изготовления рекламы, требующей творческой деятельности, широко используется авторский договор за­каза. Он применяется при создании рекламы на телевиде­нии, на радио, плакатной рекламы. Даже наружная или сувенирная реклама зачастую не сводится к написанию текста, а требует художественного решения. Создание такой рекламы определяется общим режимом договора авторско­го заказа. Здесь необходимы предварительное составление задания, подготовка сценария (эскиза, макета и др.) и его утверждение заказчиком.

В договоре должна предусматриваться обязанность реклама производителя изготовить именно рекламный про­дукт. Многие отечественные рекламные фирмы в целях ос­лабления своей ответственности указывают в договорах, что они изготавливают не рекламу, а рекламную информа­цию, т.е. некий полуфабрикат, порядок использования которого определяет сам заказчик. Это одно из негативных следствий отсутствия законодательного регулирования данных отношений.

Заказчик обязан принять изготовленный по договору рекламный продукт и оплатить его стоимость.

Ответственность сторон определяется по общим прави­лам для договоров подряда и авторского заказа. Вместе с тем в договоре специально должна предусматриваться обя­занность реклама производителя возместить потерпевшим лицам убытки, если реклама нарушает авторские и смеж­ные права третьих лиц. Данное условие касается ответ­ственности за несанкционированное использование в рек­ламе чужих художественных и музыкальных произведений или иных объектов интеллектуальной собственности. При отсутствии в договоре такого условия ответственность за нарушение авторских и смежных прав возлагается на за­казчика рекламы.

От договоров на создание рекламной продукции суще­ственно отличаются договоры на распространение рекламы, относящиеся к типу договоров на оказание услуг. Граждан­ский закон также не регулирует эти отношения.

Можно предложить следующее определение этого дого­вора. По договору на распространение рекламы исполни­тель (реклама распространитель) обязуется совершить в определенной сторонами форме и порядке действия по распространению соответствующих сведений о реклами­руемом объекте или лице в целях привлечения интереса к этому объекту (лицу), а заказчик (рекламодатель) обя­зуется оплатить стоимость оказанных услуг.

В России реклама распространители обычно действуют как агенты но модели договора комиссии - от своего имени, но в интересах и за счет рекламодателя. Распространение рекламы осуществляется путем предоставления и исполь­зования мест в печатных изданиях, технических средствах радиовещания, телевизионного вещания, эфирного времени и иными способами.

**41. Договоры на предоставление коммерческой информации и ее переработку.**

Получение той или иной информации в коммерческой (тор­говой) деятельности (о потребителях соответствующих това­ров, финансовой надежности контрагентов, о потенциальных продавцах или изготовителях товара, их производственных возможностях) и ее оперативная переработка играет немало­важную роль в развитии российского товарного рынка.

 И хотя информация не является объектом коммерческого права, ее использование может регулироваться несколькими видами договоров, в том числе и в торговой деятельности. Например, процесс передачи деловой информации оформляется догово­ром купли-продажи, выделяют также договоры, направлен­ные на переработку информации. Статья 779 ГК РФ называет также договор об оказании информационных услуг. При за­ключении любого из видов договоров на предоставление ком­мерческой информации необходимо руководствоваться общи­ми положениями ГК РФ о договорах, другими правовыми ак­тами, регламентирующими публичные отношения в области информации.

После приобретения информации приобретатель исполь­зует ее по собственному усмотрению и не одномоментно, а неограниченное время, с возникновением такой необходимос­ти. В данном договоре предоставляемые сведения называются «информационным продуктом».

При передаче информации необходимо заключать дого­вор купли-продажи, по которому одна сторона (продавец) обя­зуется передать другой стороне, покупателю, требуемые све­дения, закрепленные на соответствующем материальном но­сителе или выраженные иным доступным для восприятия способом, а другая сторона (покупатель) обязуется оплатить стоимость этих сведений.

Предоставление информации потребителям осуществля­ют специализированные информационные и консультацион­ные фирмы. Они ведут работу по созданию, сбору, накопле­нию, обработке, хранению, распространению и предоставле­нию покупателям необходимой информации. Для этого они должны создавать банки данных и информационные системы с применением средств вычислительной техники, автомати­зированных телекоммуникационных систем.

Предмет договора проявляется исходя из целей и ха­рактера приобретаемых сведений. Причем информация как предмет договора должна быть достоверной (соответствовать реальным фактам) и полной (отражать все возможные сведе­ния).

Исполнение обязательств по договору напрямую зависит от определения материального носителя, его пригодность для ознакомления с информацией либо способа передачи (по элек­тронной почте, факсом, радиосвязью и т.п.) с указанием при­емных технических средств. Предоставление информации мо­жет производиться как по разовым запросам покупателя, так и систематически (периодически). В любом случае в договоре должны быть определены сроки (может быть опре­делен момент либо периоды) передачи информации, объем передаваемых сведений, размеры платы и порядок ее внесе­ния, взаимная ответственность сторон.

В процессе осуществления коммерческой деятельности зачастую требуется не только получение информации, но пе­реработка и квалифицированный анализ как информации о других участниках рынка, так и собственной информации. Деятельность по переработке и анализу информации также может осуществляться специализированными организациями с оформлением в последствии определенных прогнозов и ре­комендаций.

Такого рода договоры относятся к числу договоров на вы­полнение работ.

**42. Договоры хранения товаров**

Сравнительно часто обстоятельства в рамках предпринимательской деятельности имеют тенденцию складываться таким образом, что товар не может быть отпущен тут же по тем или иным причинам. Да, по существу, вся торговля основывается на необходимости сбережения пока не реализованного товара. Именно из-за этой надобности этот документ и является одним из самых востребованных в сфере предпринимательства.

Принимая во внимание условия, предмет и формы договора, выделяют несколько подтипов:

* тот, который заключается в устной или же письменной формах;
* двусторонний или односторонний;
* безвозмездный или возмездный.

Договор хранения – обобщающее название совокупности документов, требуемых для передачи одним лицом определенных материальных или интеллектуальных ценностей для сохранения другой стороне на предварительно обозначенных условиях.

Таким образом, этими условиями могут выступить специфические требования при сохранении – например, если это договор о содержании на складе скоропортящихся продуктов. Либо же оговоренные действия стороны-хранителя в случае, если Поклажедатель не придет за своей вещью для соглашения о хранении в ломбардах. Подписывая особый договор для каждого отдельного случая, можно достичь максимальной выгоды для себя и безопасности для своих товаров или ценностей.

Договор храненияшироко применяется для содействия торговле. Общее определение этого договора дается в ст. 886 ГК. Согласно названной норме одна сторона — хранитель обязуется хранить вещь, переданную ей другой стороной — поклажедателем, и возвратить эту вещь в сохранности.

При использовании в коммерческой деятельности дого­вор хранения получает более полное регулирование. Ста­тьи 907—918 ГК выделяют как особый подвид договор хра­нения на товарном складе.Хранителем по такому договору выступает определенный субъект — товарный склад, пред­ставляющий собой специализированную организацию по хранению и осуществлению иных операций с товарами.

Договор хранения должен быть заключен в строгой письменной форме.В изъятие из общего порядка письмен­ная форма считается соблюденной, если принятие товара на хранение удостоверено сохранной распиской, квитанци­ей, складским свидетельством или иным документом, под­писанным хранителем. При несоблюдении письменной формы договора ссылка на свидетельские показания допус­кается лишь для определения тождества сданной на хране­ние и возвращенной вещи (ст. 887 ГК).

Основная цель договора состоит в сохранности вве­ренного имущества.Однако в коммерческой деятельности хранителям, особенно товарным складам, приходятся соче­тать хранение с агентированием и выполнять множество иных предусматриваемых договором обязанностей. Таковы отпуск товара получателям по указанию поклажедателя, систематическое освежение запасов товаров с ограниченны­ми сроками годности, подборка групп товаров для отправ­ления получателям, оформление складских и залоговых свидетельств на товар и др.

В случае, когда для обеспечения сохранности товаров требуется изменить условия их хранения, товарный склад вправе самостоятельно осуществить необходимые меры. В тех случаях, когда принятые меры существенно изменяют условия хранения товара, предусмотренные договором, то­варный склад обязан уведомить о них товаровладельца. При обнаружении во время хранения повреждений товара, выходящих за пределы согласованных в договоре складско­го хранения или обычных норм естественной порчи, товар­ный склад обязан незамедлительно составить об этом акт и в тот же день известить товаровладельца.

Договор хранения в коммерческих отношениях считает­ся платным, если иное не предусмотрено соглашением сто­рон или нормативными правовыми актами. Плата вносит­ся по окончании хранения либо уплачивается по истечении каждого периода, определяемого сторонами. В плату за хранение включаются все расходы хранителя, если иное не установлено договором. Плату за агентские услуги целесо­образно определять и взимать отдельно.

Ответственность хранителя в коммерческих отношениях носит общий характер. Хранитель возмещает убытки от несохранности товара в полном объеме.

Особый случай представляет так называемое ответ­ственное хранение.О нем говорится в ст. 514 ГК и ряде других правовых норм. Отгруженные без договора или с нарушением условий договора товары, если покупатель от­казался от их использования, принимаются на ответствен­ное хранение. Согласно ст. 35 УЖТ получатель груза, по­ставка которого не предусмотрена договором с продавцом, обязан вывезти груз со станции и принять его на ответ­ственное хранение, если возможность отказа от принятия груза не допускается Уставом.

Получатель обязан незамедлительно уведомить отпра­вителя о принятии товара на ответственное хранение и предложить ему распорядиться товаром. Получатель дол­жен обеспечить сохранность таких товаров. Если отправи­тель в разумный срок не распорядился товаром, то получа­тель вправе возвратить товар или реализовать его на месте. Скоропортящиеся товары во избежание убытков под­лежат реализации на месте, если только отправитель неза­медлительно не распорядился ими. Средства, вырученные от продажи товаров, принятых на ответственное хранение, подлежат перечислению отправителю за вычетом затрат получателя на хранение и реализацию.

Обязанность ответственного хранения представляет со­бой разновидность отношений по хранению. Эти отноше­ния могут возникать при получении вещей по любым видам договоров и даже при отсутствии договора. Включение норм об ответственном хранении не в главу 47 ГК, регули­рующую хранение, а в параграф о договоре поставки - это очевидная неточность ГК.

**43. Договор страхования в торговом обороте.**

Для содействия торговому обороту весьма широко используется договор страхования. Отношения по страхованию регулируются ГК РФ, Законом РФ 1992 г. «Об организации страхового дела в Российской Федерации», другими нормативными правовыми актами. Договор страхования — это многофункциональный договор. Он может применяться, в частности, как способ обеспечения исполнения обязательства. Например, страхование риска неисполнения договора должником. Однако в большинстве случаев страхование должно рассматриваться как самостоятельный вид договора.

Содержание договора страхования образует обязанность уплаты страховщиком страхователю обусловленной суммы для возмещения потерь или удовлетворения иного интереса в связи с наступлением определенных обстоятельств (страхового случая). Страховщиками могут быть юридические лица, получившие лицензию на ведение этой деятельности. В настоящее время отменена прежняя обязанность для организации-страховщика иметь отдельную лицензию на каждый вид страхования. Страхователями могут выступать любые юридические лица, индивидуальные предприниматели и граждане. При страховании имущества необходимым требованием является наличие у страхователя или выгодоприобретателя интереса к сохранению застрахованного имущества. По договору страхования риска ответственности за нарушение договора может быть застрахован только риск ответственности самого страхователя. По договору страхования предпринимательского риска может быть застрахован риск только самого страхователя и только в его пользу.

Договор страхования заключается на основании заявления страхователя. В заключаемом договоре страхования может иметься ссылка на

дополняющие его страховой полис и правила страхования. Вместе с тем договор страхования в виде отдельного документа, подписываемого сторонами, может не составляться. В этом случае подписанный страховщиком страховой полис с приложением или без приложения к нему правил страхования составляют договор страхования.

Договор страхования вступает в силу с момента уплаты страхователем первого страхового взноса, если иное не установлено самим договором, а прекращается с истечением срока, на который он был заключен, при ликвидации организации-страхователя и в иных случаях, предусмотренных законом или договором.

Выплата страхового возмещения производится на основании заявления страхователя или выгодоприобретателя о наступлении страхового случая. В договоре страхования следует устанавливать конкретный срок, в течение которого должна быть произведена выплата, исчисляя его от даты подачи заявления, а также неустойку за задержку выплаты страхового возмещения.

Основания для отказа в выплате страхового возмещения: наступление страхового случая в результате умышленных действий страхователя или выгодоприобретателя, а также военных действий (мероприятий), народных волнений и забастовок. Перечень оснований для отказа в выплате страхового возмещения может быть дополнен договором. Для исков по требованиям из имущественного страхования установлен специальный срок исковой давности — два года.

**44. Договор коммерческой франшизы**.

    Коммерческая концессия, франчайзинг или франшиза этими словами обозначают особые отношения между участниками рынка, когда одна сторона, именуемая франчайзер передаёт другой стороне, именуемой франчайзинг за денежные отчисления, называемые - роялти право на какой-либо определённый вид бизнеса, с условием использования наработанной схем его ведения.

       В самом общем смысле франчайзингом можно назвать аренду товарного знака вместе с которой переданы права на другие объекты интеллектуальной собственности такие патенты на изобретения, полезные модели промышленные образцы, ноу-хау, технологические инструкции, рецепты, бизнес-схемы и т.д.

       Таким образом, по сути, договор концессии — это лицензионный договор, в котором более подробно прописаны способы и условия использования товарного знака и, в обязательном порядке, способы и условия использования других исключительных прав в порядке ведения бизнеса с учетом коммерческой практики обладателя товарного знака, а также его деловой репутации на рынке.

       Российское патентное законодательство ГК РФ ч.4 определяет договор коммерческой концессии как договор, по которому одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю), являющиеся коммерческими организациями и (или) индивидуальными предпринимателями, за вознаграждение право использовать в предпринимательской деятельности пользователем комплекса исключительных прав (право на фирменное наименование, право на коммерческое обозначение правообладателя, право на охраняемую коммерческую информацию) и другие объекты исключительных прав (товарный знак, знак обслуживания и т.д.).

       Договор коммерческой концессии является одним из наиболее сложных договоров, регулируемых гражданским законодательством, т.к. может охватывать большое количество форм интеллектуальной собственности с присущими им нюансами.

       Приведем общую схему градаций рассматриваемых договоров. Договоры могут различаться в зависимости от территории, на которой пользователю предполагается вести предпринимательскую деятельность:

Неограниченно территориальный договор коммерческой концессии (без указания территории его действия договора)

Ограниченно территориальный договор коммерческой концессии (с указанием территории его действия ) )

       В зависимости от времени:

Срочный договор (с указанием срока использования)

Бессрочный договор (без указания срока использования)

       В зависимости от объема использования исключительных прав, репутации или коммерческого опыта обладателя прав:

Минимальный договор коммерческой концессии (устанавливающий минимальный объем использования)

Максимальный договор коммерческой концессии (устанавливающий максимальный объем использования)

Смешанный договор коммерческой концессии (устанавливающий минимальные и максимальные объем использования).

       Вознаграждение по договору коммерческой концессии выплачивается в формах, прописанных в договоре. Наиболее распространенные формы вознаграждения:

1. Отчисления от выручки.
2. Фиксированные разовые платежи.
3. Фиксированные периодические платежи.

Наценки на оптовую цену товаров, передаваемых правообладателем для перепродажи.

       Согласно п.1 ст. 1028 ГК РФ, договор коммерческой концессии заключается только в письменной форме. Кроме того особые требования предъявляются вышеназванной статьей к регистрации договора коммерческой концессии в государственных органах. Договор коммерческой концессии должен быть зарегистрирован органом, производившим государственную регистрацию юридического лица или индивидуального предпринимателя, являющегося правообладателем. В том случае если в качестве правообладателя выступает лицо, зарегистрированное в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя в иностранном государстве, регистрация договора должна быть произведена органом, осуществившим государственную регистрацию юридического лица или индивидуального предпринимателя, являющегося пользователем. Также необходимо учитывать, что в отношениях с третьими лицами стороны договора коммерческой концессии вправе ссылаться на него только с момента соответствующей государственной регистрации.

       В случае если по договору коммерческой концессии будет использоваться объект, охраняемый патентным законодательством (ГК РФ ч.4), то такой договор в обязательном порядке подлежит регистрации в федеральном органе исполнительной власти по вопросам регулирования патентов и товарных знаков(Роспатент). При несоблюдении вышеперечисленных требований договор коммерческой концессии признается ничтожным, т.е. не имеющим юридической силы.

       Если договор концессии содержит упоминание о неразглашаемых ноу-хау, то возможно направление на регистрацию может только той части договора, в которой не раскрывается секреты производства. Договор коммерческой концессии всегда является возмездным и должен сопровождаться денежными отчислениями, прописанными в договоре.

       Следует иметь ввиду, что для обеих сторон участников договора в соответствии со ст. 1033 ГК РФ, могут быть наложены ограничения:

Обязательство пользователя не конкурировать с правообладателем на территории, на которой действует договор коммерческой концессии в отношении предпринимательской деятельности, осуществляемой пользователем с использованием принадлежащих правообладателю исключительных прав.

Отказ пользователя от получения по договору коммерческой концессии аналогичных прав у конкурентов (в т.ч. потенциальных) правообладателя.

Обязательство пользователя согласовывать с правообладателем места расположения коммерческих помещений (в т.ч. их внутреннее и внешнее оформление), используемых для осуществления предоставленных по договору коммерческой концессии комплекса исключительных прав.

       Кроме того, условие, установленное в договоре коммерческой концессии, согласно которому пользователь вправе реализовывать товары (выполнять работы или оказывать услуги) определенных категориям покупателей и заказчиков или исключительно тем покупателям и заказчикам, которые имеют место нахождения (место жительства) на определенной в договоре коммерческой концессии территории, является ничтожным.

       Необходимо указать также, что, согласно что для обеих сторон участников договора в соответствии со ч.2 п.1 ст. 1033 ГК РФ, установленные в договоре коммерческой концессии ограничения, могут быть признаны недействительными по требованиям антимонопольного органа или иного заинтересованного лица, если они с учетом состояния соответствующего рынка и экономического положения сторон противоречат антимонопольному законодательству.

       По условиям договора коммерческой концессии пользователь, может заключать договоры с третьими лицами - договоры коммерческой субконцессии, то есть разрешать другим лицам использование комплекса исключительных прав или части этого комплекса на условиях субконцессии, согласованных ими с правообладателем либо определенных в договоре коммерческой концессии.

**45. Договор транспортной экспедиции**.

# ГК РФ Статья 801. Договор транспортной экспедиции

1. По договору транспортной экспедиции одна сторона (экспедитор) обязуется за вознаграждение и за счет другой стороны (клиента-грузоотправителя или грузополучателя) выполнить или организовать выполнение определенных договором экспедиции услуг, связанных с перевозкой груза.

Договором транспортной экспедиции могут быть предусмотрены обязанности экспедитора организовать перевозку груза транспортом и по маршруту, избранными экспедитором или клиентом, обязанность экспедитора заключить от имени клиента или от своего имени договор (договоры) перевозки груза, обеспечить отправку и получение груза, а также другие обязанности, связанные с перевозкой.

В качестве дополнительных услуг договором транспортной экспедиции может быть предусмотрено осуществление таких необходимых для доставки груза операций, как получение требующихся для экспорта или импорта документов, выполнение таможенных и иных формальностей, проверка количества и состояния груза, его погрузка и выгрузка, уплата пошлин, сборов и других расходов, возлагаемых на клиента, хранение груза, его получение в пункте назначения, а также выполнение иных операций и услуг, предусмотренных договором.

2. Правила настоящей [главы](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_341893/dfe46eb17d8b852987049332ca429b48b665b8a9/#dst101412) распространяются и на случаи, когда в соответствии с договором обязанности экспедитора исполняются перевозчиком.

3. Условия выполнения договора транспортной экспедиции определяются соглашением сторон, если иное не установлено [законом](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348010/#dst0) о транспортно-экспедиционной деятельности, другими законами или иными правовыми актами.

Договор транспортной экспедиции является публичным, т.к. одной из сторон всегда является юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющие деятельность по оказанию транспортно-экспедиционных услуг клиентам – физическим и юридическим лицам для удовлетворения их потребностей, как связанных, так и не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

  Договору транспортной экспедиции, обслуживающему сложный перевозочный процесс, присущи черты различных гражданско-правовых договоров, распространенных в различных сферах предпринимательской деятельности. Так, с одной стороны, данному договору присущи черты таких договоров, как договоры поручения, комиссии и агентирования. С другой стороны, договору транспортной экспедиции присущи черты договоров перевозки, хранения и подряда.

  Договор экспедиции неразрывно связан, даже зависим от [договора перевозки грузов](https://www.zaconoved.com/dogovor-perevozki-gruza/), в целях организации надлежащего исполнения которого он и заключается. Именно потребность в квалифицированной и оперативной организации перевозки побуждает клиента к заключению договора транспортной экспедиции.

  Договор транспортной экспедиции может быть заключен как на разовое экспедиционное обслуживание (организация однократной перевозки груза), так и на продолжительный период времени (например, на 1 год или 5 лет), в течение которого экспедитор обязуется регулярно оказывать клиенту экспедиторские услуги по заявкам последнего.

  Значение договора транспортной экспедиции в том, что при организации перевозок требуется выбор вида транспорта, перевозчика (или нескольких перевозчиков), оптимального маршрута перевозки, погрузка груза в пункте его отправления и выгрузка в пункте назначения и пр. Грузоотправитель может сам решить все вышеперечисленные вопросы, не прибегая к услугам профессионального экспедитора. Однако далеко не каждый грузоотправитель обладает соответствующими знаниями, деловыми связями, практическим опытом и пр. Эти, а также ряд иных причин побуждают грузоотправителей обращаться к услугам экспедиторов.

**46.Договор перевозки грузов.**

Договор перевозки груза – это соглашение, в силу которого перевозчик обязуется доставить вверенный ему отправителем груз в пункт назначения и выдать его управомоченному на получение груза лицу (получателю), а отправитель обязуется уплатить за перевозку груза установленную плату (ст. 785 ГК РФ).

  Груз – это объект (в том числе изделия, предметы, полезные ископаемые, материалы, сырье, отходы производства и потребления), принятый в установленном порядке для перевозки в грузовых вагонах, контейнерах

 Договор перевозки груза в большинстве случаев имеет конструкцию реального договора. Для его заключения необходимо, чтобы грузоотправитель передал груз перевозчику. Может заключаться как реальный, так и как консенсуальный договор морской перевозки груза (торговое мореплавание), а также договор перевозки груза автомобильным транспортом.

  По договору морской перевозки груза перевозчик обязуется доставить груз, который ему передал или передаст отправитель, в порт назначения и выдать его управомоченному на получение груза лицу (далее – получатель), отправитель или фрахтователь обязуется уплатить за перевозку груза установленную плату (фрахт) . При конструкции консенсуального договора перевозки передача груза для заключения договора не требуется. Достаточно, чтобы перевозчик и отправитель (грузоотправитель) достигли соглашения по всем существенным условиям договора. Договор перевозки груза может заключаться посредством принятия перевозчиком к исполнению заказа, а при наличии договора об организации перевозок грузов – заявки грузоотправителя.

  Договор перевозки груза является возмездным. Провозная плата вносится грузоотправителем до приема груза к перевозке. По соглашению сторон (перевозчика и отправителя) груз может быть принят к перевозке до внесения провозной платы в установленный срок.

  Договор перевозки груза определяется как взаимный. У каждой из сторон договора перевозки есть права и корреспондирующие с ними обязанности другой стороны.

  Договор перевозки груза транспортом общего пользования будет иметь публичный характер, если из закона, иных правовых актов вытекает, что эта организация обязана осуществлять перевозки грузов по обращению любого гражданина или юридического лица (ст. 789 ГК РФ).

Стороны договора перевозки груза

Сторонами договора перевозки груза в Гражданском кодексе РФ (ст. 785) названы:

1. Перевозчик.
2. Отправитель (грузоотправитель).

В перевозочных отношениях также участвует получатель (грузополучатель) – лицо, управомоченное на получение груза. Грузополучатель не участвует в заключении договора перевозки груза. Исключением может служить случай, когда грузоотправитель и грузополучатель совпадают в одном лице. Например, если отправитель направляет груз в адрес своего филиала. При несовпадении отправителя и получателя в одном лице последний наделяется правовым статусом третьего лица. Данный договор перевозки груза относится к числу договоров в пользу третьего лица (ст. 430 ГК РФ). Правовыми предпосылками такого договора следует признать наличие между грузоотправителем и грузополучателем другого гражданско-правового договора (купли-продажи, поставки и др.).

  Следует отметить, что грузоотправитель и грузополучатель взаимными правами и обязанностями в рамках договора перевозки груза не обладают. Каждый из них обладает правами и обязанностями по отношению к перевозчику. Правовая связь между грузоотправителем и перевозчиком возникает из договора перевозки груза, а между грузоотправителем и грузополучателем – из иного договора (купли-продажи, мены, аренды и др.), на основании которого грузополучатель наделяется правом требовать исполнения обязанности перевозчиком как третьим лицом (ст. 313 ГК РФ). По общему правилу грузополучатель, как управомоченное лицо, являясь третьим лицом по отношению к сторонам договора перевозки, наделяется правом требовать от перевозчика выдачи груза, отгруженного в его адрес грузоотправителем. Грузополучатель, не являясь стороной договора перевозки, обладает и некоторыми обязанностями по отношению к перевозчику. По договору перевозки груза грузополучатель приобретает не только права, но и обязанности, закрепленные в транспортных уставах и кодексах, например получить груз, прибывший в его адрес.

  По правовому статусу стороны договора перевозки груза – субъекты предпринимательской деятельности, что не исключает участия в таких договорах некоммерческих организаций (п. 4 ст. 50 ГК РФ). По общему правилу:

* Перевозчик – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, принявшие на себя по договору перевозки определенным видом транспорта общего пользования обязанность доставить вверенный им отправителем груз из пункта отправления в пункт назначения и выдать его получателю.
* Грузоотправитель – это физическое или юридическое лицо, которое по договору перевозки выступает от своего имени или от имени владельца груза и указано в перевозочном документе.

Специфика правового статуса перевозчиков, осуществляющих перевозку различными видами транспорта, конкретизируется транспортными уставами и кодексами, федеральными законами. Например, особый правовой статус имеют перевозчики по договору перевозки груза железнодорожным транспортом, автомобильным транспортом общего пользования.

  При перевозках в прямом или в прямом смешанном сообщении возникает обязательство с множественностью лиц на стороне перевозчика. При этом, перевозка осуществляется по единому транспортному документу.

Порядок заключения договора перевозки груза.

Порядок заключения договора перевозки груза и особенности законодательного регулирования возникающих при этом отношений зависят от вида перевозки и юридической конструкции соответствующего договора.

Договору перевозки груза всегда предшествуют организационные предпосылки – подача перевозчиком транспортных средств под погрузку (п. 1 ст. 791 ГК РФ). Такие действия обязан совершить перевозчик во исполнение обязательств, возникающих из принятой им от отправителя заявки (заказа), договора перевозки груза или договора об организации перевозок грузов (п. 1 ст. 791 ГК РФ) перевозчик обязан подавать под погрузку исправные, очищенные внутри и снаружи от остатков ранее перевозимых грузов, в необходимых случаях промытые и продезинфицированные, годные для перевозки конкретного груза вагоны, контейнеры со снятыми приспособлениями для крепления (за исключением несъемных). Техническую пригодность подаваемых под погрузку вагонов и контейнеров определяет перевозчик.

  Договор перевозки груза, имеющий конструкцию реального, считается заключенным с момента вручения отправителем груза перевозчику. При перевозке груза морским, автомобильным, внутренним водным транспортом момент заключения договора зависит от его юридической конструкции.

  Если такой договор перевозки груза конструируется как консенсуальный, он считается заключенным между отправителем и перевозчиком с момента достижения между ними соглашения по всем существенным условиям договора. В этом случае перевозчик обязуется доставить груз, который ему передаст отправитель в будущем. Например, по договору морской перевозки груза перевозчик обязуется доставить груз, который ему передал или передаст отправитель, в порт назначения и выдать его управомоченному на получение груза лицу (далее – получатель), отправитель или фрахтователь обязуется уплатить за перевозку груза установленную плату (фрахт) . При реальной конструкции заключенного договора он считается заключенным с момента вручения отправителем груза перевозчику.

  Заключение договора перевозки груза подтверждается составлением и выдачей отправителю груза транспортной накладной – коносамента или иного документа на груз, предусмотренного соответствующим транспортным уставом или кодексом. В подтверждение заключения договора перевозки груза отправителю выдается копия транспортной накладной, при перевозке железнодорожным транспортом – квитанция о приеме груза (ст. 25 УЖТ РФ). Договор перевозки груза морским транспортом должен быть заключен в письменной форме. Наличие и содержание договора морской перевозки груза могут подтверждаться чартером, коносаментом или другими письменными доказательствами.

Требования к оформлению и содержанию транспортных документов устанавливаются в транспортных уставах и кодексах, а также в соответствующих им правилах перевозок грузов различными видами транспорта общего пользования.

Условия договора перевозки груза

Существенное условие договора перевозки груза – условие о предмете договора. Предмет договора перевозки груза – это транспортные услуги перевозчика по доставке определенным видом транспорта вверенного отправителем груза в пункт назначения, с последующей его выдачей управомоченному на получение груза лицу (получателю) (п. 1 ст. 785 ГК РФ). Характер оказываемых транспортных услуг и их объем зависят от вида договора перевозки груза. Услуги по перевозке груза в своем комплексе могут включать погрузочно-разгрузочные работы, пломбирование транспортных средств, контейнеров, услуги по хранению груза и иные виды услуг, обеспечивающих исполнение договора перевозки груза .

Условие договора о цене услуг по перевозке груза: за перевозку груза взимается провозная плата, установленная соглашением сторон, если иное не предусмотрено законом или иными правовыми актами (п. 1 ст. 790 ГК РФ). Плата за перевозку груза транспортом общего пользования определяется на основании тарифов, утверждаемых в порядке, установленном транспортными уставами и кодексами (п. 2 ст. 790 ГК РФ). Договор перевозки груза может содержать условие о цене работ и иных услуг, которые обеспечивают его исполнение. Как и в любом возмездном договоре, стороны предусматривают условие о порядке, форме и сроках расчетов за оказанные услуги по перевозке груза.

  В консенсуальных договорах перевозки груза стороны согласуют условие о сроках и порядке предоставления транспортных средств, контейнеров под погрузку для последующей перевозки груза, а также условие о порядке и сроках предъявления груза к перевозке. При заключении реальных договоров перевозки груза такие условия предусматриваются в разовой заявке на принятие груза к перевозке, направляемой отправителем перевозчику и впоследствии принятой им к исполнению, либо в заявке, которую предварительно должен представить отправитель перевозчику в соответствии с условиями долгосрочного договора об организации перевозок (п. 1 ст. 791 ГК РФ).

  В договоре перевозки груза стороны могут согласовать условие о порядке и о сроках погрузки (выгрузки), с соблюдением положений, предусмотренных транспортными уставами и кодексами и издаваемыми в соответствии с ними правилами (ст. 791 ГК РФ).

  По договору перевозки груза условия о сроках доставки получателю определяются в порядке, предусмотренном транспортными уставами и кодексами, а при отсутствии таких сроков доставка осуществляется в разумный срок (ст. 792 ГК РФ).

Права и обязанности сторон договора перевозки груза

Объем прав и обязанностей перевозчика и отправителя по договору перевозки груза зависит от особенностей юридической конструкции заключаемого договора.

1. По реальному договору основная обязанность перевозчика – доставка вверенного ему отправителем груза в пункт назначения и выдача его управомоченному на получение груза лицу (получателю) (ст. 785 ГК РФ). По консенсуальному договору, в частности при морской перевозке груза, перевозчик обязан доставить груз, который ему передаст отправитель, в порт назначения и выдать его управомоченному на получение груза лицу (получателю) .

В зависимости от вида транспорта, на котором будет осуществлена перевозка груза, обязанности по погрузке, размещению, креплению груза и последующей его выгрузке распределяются между отправителем и перевозчиком в соответствии с нормами, установленными транспортными уставами, кодексами и соответствующими правилами перевозок, в частности с соблюдением технических норм. В зависимости от технических возможностей грузоотправителя и грузоперевозчика такие обязанности могут устанавливаться на основании соглашения сторон договора перевозки груза.

  Перевозчик обязан доставить груз в пункт назначения в сроки, определенные в порядке, предусмотренном транспортными уставами и кодексами, а при отсутствии таких сроков – в разумный срок (ст. 792 ГК РФ).

  Перевозчик обязан обеспечить сохранность груза во время перевозки

2. При консенсуальной конструкции договора грузоотправитель обязан своевременно предъявить груз к перевозке. Во всех остальных случаях права и обязанности грузоотправителя не зависят от конструкции договора. Грузоотправитель обязан поместить груз в требуемую тару, осуществить его маркировку, указать в отгрузочных документах необходимые сведения о грузе, в том числе объявить о его цене. Грузоотправитель обязуется уплатить за перевозку груза установленную плату и иные необходимые платежи, как правило, до момента отправления груза, если иное не установлено транспортными уставами или кодексами, правилами перевозки или договором с перевозчиком. На отправителя груза может быть возложена обязанность по его погрузке.

  В зависимости от вида подвижного состава и перевозимого в нем груза стороны договора перевозки могут иметь и иные права и обязанности, которые предусмотрены транспортными уставами и кодексами, правилами перевозки грузов.

**47. Определение условий перевозки. Согласование объемов и организации перевозок.**

До начала перевозок грузоотправителю приходится определять вместе с транспортной организацией объемы подлежащих выполнению перевозок грузов, согласовывать порядок и сроки осуществления перевозок.

Обязательства по объемам перевозок (их также имену­ют «обязательства по подаче транспортных средств и предъявлению груза к перевозке») представляют собой са­мостоятельный вид обязательств с собственным содержа­нием и ответственностью.

По такому обязательству перевозчик обязуется предоста­вить транспортные средства (вагоны, контейнеры, автомоби­ли и т.п.) в согласованных объемах и в сроки, а грузоотправи­тель обязуется погрузить соответствующее количество груза или передать груз перевозчику для погрузки его силами.

Объемы перевозок могут определяться сторонами в договорах об организации перевозок (эти договоры упо­минаются в ст. 798 ГК). На разных видах транспорта орга­низационные договоры имеют различное название и неоди­наковое содержание.

Так, согласно ст. 10 УЖТ грузоотправители, грузополу­чатели при систематическом осуществлении перевозок грузов могут заключать с перевозчиками долгосрочные дого­воры об организации перевозок. В таких договорах определя­ются предполагаемые объемы перевозок грузов, сроки и усло­вия предоставления транспортных средств и предъявления грузов для перевозок, порядок расчетов, а также иные условия организации перевозок. В соответствии с указанными догово­рами перевозчики обязуются в установленные сроки прини­мать грузы в согласованном объеме, грузоотправители обязу­ются предъявлять их для перевозки.

Наличие в организационном договоре согласованных объемов пере­возок не освобождает грузоотправителя от необходимости представления заявки.

На железной дороге заявка на перевозку подается грузо­отправителем транспортной организации за 10 дней до нача­ла месяца перевозки, а при отправках на экспорт или в пря­мом смешанном сообщении — за 15 дней. Заявки на перевозку представляются в трех экземплярах с распределением объ­емов перевозок по видам грузов, по дорогам назначения. Пе­ревозчик обязан в течение трех дней рассмотреть заявку и со­общить грузоотправителю о ее принятии или об отказе в осуществлении перевозки. Грузоотправитель за три дня до начала каждой декады представляет на станцию календарное расписание подачи вагонов.

На автомобильном транспорте при наличии согласован­ных в годовом договоре объемов перевозок и определении декадных заданий на соответствующий месяц перевозки осуществляются на основании подаваемых заявок. Заявка подается грузоотправителем автоперевозчику по установ­ленной форме до 14 часов предшествующих суток, а на меж­дугородние перевозки — за 48 часов.

Если организационный договор между сторонами не заключался, объемы перевозок грузов определяются на ос­новании разовых заказов (заявок) грузоотправителя. Пода­ча заказа (заявки) и ее принятие транспортной организа­цией могут рассматриваться как заключение договора об определении объемов разовых перевозок. Так, перевозки воздушным транспортом преимущественно осуществляют­ся по разовым заказам.

Организационный договор вместе с заявкой или подан­ный грузоотправителем разовый заказ (заявка) создают обязательство по объему перевозок. Правильное опреде­ление условий таких обязательств весьма важно для осуще­ствления перевозок. Существенное значение имеет указание в договоре необходимых видов транспортных средств, т.к. если они не определены, то выбор вида транспортного сред­ства осуществляется перевозчиком. Между тем для перевозки соответствующих грузов зачастую необходим специа­лизированный подвижной состав: рефрижераторы, цистер­ны, цементовозы, автофургоны, самосвалы и т.п. Не менее важно точное определение дней и часов подачи транспорт­ных средств.

Статья 793 ГК говорит об ответственности за невыпол­нение принятой заявки (заказа) на перевозку или иного договора. Транспортными кодексами предусмотрена высо­кая штрафная ответственность сторон за невыполнение обязательств по объемам перевозок. Перевозчик отвечает за неподачу транспортных средств в согласованных объемах и в сроки, а грузоотправитель — за неиспользование подан­ных транспортных средств.

Организационные договоры помимо установления обязательств по объемам перевозок служат налаживанию других сторон транспортного процесса. Так, в организа­ционных договорах на железнодорожном транспорте регу­лируются важные вопросы порядка подачи вагонов под по­грузку и выгрузку (по расписанию, через интервалы или по уведомлению), устанавливаются сроки обработки подан­ных вагонов, определяются ставки платы за услуги. Пре­дусматривается порядок сдачи-приема вагонов, точное мес­то их передачи, ответственные за это лица.

В таких договорах важно согласовывать меры по усиле­нию сохранности грузов: огораживанию пунктов погрузки и выгрузки, их освещению, оснащению средствами сигна­лизации. Необходимо предусматривать последовательное повышение уровня механизации погрузки и выгрузки. В настоящее время большинство договоров заключается по утвержденной ещё Министерством путей сообщения про­форме, содержащей минимальный набор условий, что не способствует решению важных вопросов, возникающих во взаимоотношениях сторон.

**48. Сдача товаров к перевозке и их получение. Документы, оформляющие перевозку грузов**.

[Федеральный закон от 08.11.2007 N 259-ФЗ (ред. от 18.03.2020) "Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта"](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_72388/)

# Статья 10. Предъявление и прием груза для перевозки

1. При приеме груза для перевозки водитель транспортного средства предъявляет грузоотправителю [документ](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_149244/#dst0), удостоверяющий личность, и путевой лист.

2. Грузоотправитель обязан подготовить груз к перевозке таким образом, чтобы обеспечить безопасность его перевозки и сохранность груза, а также не допустить повреждение транспортного средства, контейнера.

3. При предъявлении для перевозки груза в таре или упаковке грузоотправитель обязан маркировать каждое грузовое место в соответствии с [правилами](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_360285/a1072ceaa48d37c6519343905dcda6376e518edc/#dst100064) перевозок грузов.

4. Груз считается не предъявленным для перевозки грузоотправителем в следующих случаях:

1) предъявление груза для перевозки с опозданием;

2) предъявление для перевозки груза, направляемого в иной пункт назначения, чем установлено договором перевозки груза;

3) предъявление для перевозки груза, не предусмотренного договором перевозки груза;

4) несоответствие состояния предъявленного для перевозки груза требованиям, установленным правилами перевозок грузов, и неприведение груза грузоотправителем в соответствие с указанными требованиями в срок, установленный договором перевозки груза.

5. В случае непредъявления грузоотправителем груза для перевозки перевозчик вправе отказаться от исполнения договора перевозки груза и взыскать с грузоотправителя штраф, предусмотренный [частью 1 статьи 35](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_348011/92b9969dcddf0e45518ecdf2f9e4b407b7556167/#dst100272) настоящего Федерального закона.

6. Грузоотправитель при предъявлении груза для перевозки имеет право объявить его ценность. Прием для перевозки груза с объявленной ценностью осуществляется в [порядке](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_360285/709faf31f25a19c4659e7d4f35aba786f36bcb70/#dst100035), установленном правилами перевозок грузов.

1. Заключение договора перевозки груза подтверждается транспортной накладной. Транспортная накладная, если иное не предусмотрено договором перевозки груза, составляется грузоотправителем.

2. Форма и порядок заполнения транспортной накладной устанавливаются правилами перевозок грузов.

3. Груз, на который не оформлена транспортная накладная, перевозчиком для перевозки не принимается, за исключением груза, указанного в части 1 статьи 18 настоящего Федерального закона.

4. В целях беспрепятственного осуществления перевозки груза грузоотправитель обязан приложить к транспортной накладной документы, предусмотренные санитарными, таможенными, карантинными, иными правилами в соответствии с требованиями законодательства [Российской Федерации](https://telebrands24.ru/armirovanie/tehnicheskoe-obsluzhivanie-teplovyh-energoustanovok-zakonodatelnaya-baza/), а также сертификаты, паспорта качества, удостоверения, другие документы, наличие которых установлено федеральными законами, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, либо указать в транспортной накладной регистрационные номера указанных документов, если такие документы (сведения о таких документах) содержатся в государственных информационных системах.

5. Договор перевозки груза может заключаться посредством принятия перевозчиком к исполнению заказа, а при наличии договора об организации перевозок грузов - заявки грузоотправителя.

6. Обязательные реквизиты заказа, заявки и порядок их оформления устанавливаются правилами перевозок грузов.

**49. Централизованная доставка грузов автотранспортом.**

В зависимости от распределения функций между участниками транспортного процесса перевозки могут быть централизованные либо децентрализованные.

При децентрализованных перевозках грузополучатели либо грузоотправители своим либо транспортом общего пользования (в зависимости от наличия того или другого) осуществляют перевозки грузов. Транспортный процесс организуется, как правило, без учета возможностей партнеров: грузоотправителя по отправке грузов, грузополучателя по их приему, автотранспортного предприятия по перевозке. В результате несогласованности работы участников эффективность транспортного процесса оказывается низкой. Как показывает статистика, работающий, в основном, таким способом ведомственный транспорт имеет производительность в 2 раза ниже, чем транспорт общего пользования; простои под погрузочно-разгрузочными операциями на ведомственном транспорте занимают до 50 % рабочего времени.

Централизованные перевозки грузов являются более прогрессивным методом организации перевозочного процесса и эксплуатации подвижного состава. Они представляют собой организационную систему, обеспечивающую четкое распределение обязанностей и ответственности всех участников транспортного процесса.

При централизованных перевозках функции по организации транспортного процесса сосредотачиваются у одного участника: грузовладельца, оптового поставщика либо у автотранспортного (транспортно-экспедиционного) предприятия. В зависимости от этого распределяются функции по управлению всем комплексом работ и строятся взаимоотношения между участниками транспортного процесса.

Существует несколько методов организации централизованных перевозок: отправительский, отраслевой, транспортный.

При отправительском методе организации перевозок функции координации действий всех участников сосредотачиваются у производителя продукции. Наряду с функциями организации производства продукции он выполняет функции сбыта ее, в связи с чем транспортный отдел такого предприятия (объединения) заказывает транспорт для перевозки, осуществляет его загрузку и экспедирование, производит необходимые расчеты с АТП, а стоимость перевозки включает в стоимость поставляемой продукции.

Несмотря на то, что транспорт используется по единому плану и эффективность использования его выше, чем при децентрализованных перевозках, организация перевозок не является основной функцией предприятия, подвижной состав работает преимущественно по маятниковым маршрутам, в результате получить высокую эффективность его эксплуатации не удается.

Он организует завоз продукции (товаров) на снабженческую (торговую) базу и развоз продукции потребителям. Его возможности по организации эффективного использования подвижного состава несколько шире за счет организации бесперегрузочной доставки продукции от производителя непосредственно получателю.

Эффективность централизованных перевозок может быть достигнута при выполнении их в больших объемах, особенно если перевозки выполняются мелкими отправками за счет повышения использования пробега, улучшения загрузки подвижного состава, формирования партий груза по массе кратных грузоподъемности подвижного состава, сокращения простоев под загрузкой и разгрузкой.

Подготовительная работа по организации централизованных перевозок заключается в выполнении ряда мероприятий не только в транспортном процессе, но и в работе грузоотправителей, грузополучателей и сбытовых организаций, к которым относятся:

* + - * обследование грузопотоков и выявление среди них стабильных (вид груза, откуда, куда, сколько);
      * заключение договоров на перевозку грузов и транспортно-экспедиционное обслуживание;
      * определение рациональных способов выполнения перевозок;
      * разработка типовых маршрутов выполнения перевозок;
      * согласование работы грузовладельцев, погрузочно-разгрузочных пунктов и подвижного состава (совмещенные графики работы);
      * определение типа и расчет потребного количества подвижного состава;
      * выбор методов контроля за перевозочным процессом, при необходимости – организация работы линейных диспетчерских пунктов;
      * выбор формы и определение порядка расчетов за перевозки и между участниками;
      * разработка системы планирования перевозок, документооборота, учета и отчетности.

**50. Обеспечение и удостоверение сохранности грузов при перевозке**.

Обеспечение сохранности груза. В круг обязанностей перевозчика по договору перевозки груза все транспортные уставы и кодексы включают обязанность по обеспечению сохранности перевозимого груза. Например, при перевозках груза по железным дорогам и по внутренним водным путям перевозчик обязуется доставить груз на железнодорожную станцию (в порт) назначения "в сохранности" (ст. 31 ТУЖД, ст. 67 КВВТ). В КТМ имеются специальные нормы об обязанностях перевозчика в отношении перевозимого груза. Согласно ст. 150 КТМ перевозчик с момента принятия груза для перевозки до момента его выдачи надлежаще и старательно должен грузить, обрабатывать, укладывать, перевозить, хранить груз, заботиться о нем и выгружать его. В случае если принятый для перевозки груз в силу его свойств требует особого обращения и указания об этом содержатся в договоре морской перевозки груза и на грузовых местах, перевозчик должен заботиться о грузе в соответствии с такими указаниями.

По общему правилу период ответственности перевозчика за сохранность перевозимого груза включает в себя время с момента принятия груза к перевозке и до выдачи его получателю в пункте назначения. Порядок исчисления указанного периода, а также распределения бремени негативных последствий, вызванных несохранностью груза, во многом зависит от специфики деятельности того или иного вида транспорта. Например, при железнодорожных перевозках погрузка грузов в вагоны на местах необщего пользования, их укладка, размещение и крепление внутри вагонов возлагаются на грузоотправителя, который в этом случае и несет ответственность за недостачу, повреждение, порчу груза, имевшую место в силу неправильной погрузки, ненадлежащей укладки или крепления груза внутри вагона (ст. 108 ТУЖД, ст. 95 УЖТ РФ).

В определенной степени способствует обеспечению сохранности перевозимых грузов выполнение грузоотправителем и перевозчиком, погрузившими груз в отдельный вагон, контейнер, секцию автомобиля, судовое помещение, обязанностей по их пломбированию, предусмотренных транспортным законодательством. Так, в соответствии со ст. 34 ТУЖД (ст. 28 УЖТ РФ) загруженные вагоны, контейнеры должны быть опломбированы железными дорогами, если грузы погружены железными дорогами (перевозчиками), или грузоотправителями, если грузы погружены грузоотправителями. В случае вскрытия вагонов, контейнеров для таможенного досмотра их опломбирование новыми запорно-пломбировочными устройствами проводят таможенные органы. Запорно-пломбировочные устройства и устройства для их снятия предоставляются железными дорогами грузоотправителям, грузополучателям согласно фактическим затратам за плату.

**51. Ответственность транспортных организаций**.

Ответственность транспортных организаций традицион­но носит ограниченный характер. При утрате или недостаче груза перевозчик несет ответственность в размере фактичес­кой стоимости недостающего груза. Кроме того, с перевозчика может быть взыскана провозная плата за недостающую часть груза. При порче или повреждении груза перевозчик отвечает в размере суммы, на которую понизилась стоимость груза Иные потери, в том числе неполученный доход, перевозчик не возмещает. Этот принцип закреплен ст. 796 ГК, он проводится также во всех транспортных уставах и кодексах.

Стоимость груза удостоверяется счетом-фактурой продав­ца. Для определения размера и причин ущерба в спорных слу­чаях может быть назначена экспертиза. Она проводится с обязательным участием представителя транспортной органи­зации и лишь в случае его неявки по вызову — без него.

При авиационных перевозках ст. 119 ВК устанавливает специальные пределы ответственности перевозчика за утра­ту или недостачу груза и багажа. Они предусмотрены при внутренних перевозках в двукратном размере минимальной месячной оплаты труда за 1 кг недостающего груза, а для вещей при пассажире — не более десятикратного размера. При международных перевозках ответственность составляет 20 дол. США за 1 кг недостающего груза или багажа.

При просрочке доставки груза перевозчик уплачивает штраф, определяемый в процентах от провозной платы (на железнодорожном транспорте — от 9 до 100%, на воздушном — от 25 до 50%, на водном - от 9 до 50%, на автомобильном — от 12 до 60%) в зависимости от длительности просрочки. На автомобильном транспорте такая ответственность наступает только при междугородных перевозках. С учетом повышения тарифов провозной платы взыскание таких штрафов стало эффективной мерой воздействия, тем более что перевозчики нередко нарушают сроки доставки грузов.

За опоздание подачи транспортных средств к пункту погрузки (выгрузки) с перевозчика может быть взыскан ус­тановленный штраф, если время подачи было согласовано с клиентом в договоре или отдельном графике.

Серьезные трудности создают для клиентов установлен­ный на транспорте формализованный порядок предъявле­ния претензий и специальные претензионные сроки. Со­блюдение претензионного порядка урегулирования спора является обязательным условием для предъявления иска к перевозчику.

Претензии по поводу несохранности груза заявляются грузополучателем, а при полной утрате - также грузоот­правителем. Право на предъявление претензии может быть передано грузополучателем грузоотправителю и, наоборот, в зависимости от того, кем из них понесен ущерб от несох­ранности груза, а также страховщику, выплатившему стра­ховое возмещение за груз.

К претензии прилагаются оригиналы или надлежаще заверенные копии обосновывающих ее документов: транс­портная накладная (коносамент) или грузовая квитанция, коммерческий акт или жалоба на отказ в его составлении. Прилагаются также счет-фактура продавца, удостоверяю­щий стоимость груза, и расчет претензии.

Претензия заявляется строго определенному органу. На железной дороге претензия по поводу несохранности груза или багажа заявляется филиалу дороги по месту назначе­ния груза. На автомобильном транспорте при полной утра­те груза претензия заявляется транспортной организации, принявшей груз к перевозке, при недостаче или поврежде­нии груза — выдавшей груз. На воздушном и водном транс­порте претензия заявляется транспортной организации пункта назначения груза.

**52. Сущность и основные виды организационных договоров в торговле.**

Организационный договор - это соглашение об упорядочении взаимосвязанной деятельности двух и более лиц, определяющее процедуру возникновения и общие условия исполнения конкретных имущественных обязательств в последующем, и (или) мерах, направленных на повышение эффективности этой деятельности.

Определение сущности организационных договоров представляет известную сложность. Дело в том, что организационные договоры могут служить вспомогательной частью "основных" имущественных договоров, хотя организационные вопросы выходят в них на первое место. Наряду с этим организационные договоры могут быть обособлены от имущественных, выполняя самостоятельные функции в организации взаимоотношений субъектов торговой деятельности.

Транспортные уставы и кодексы на протяжении многих десятилетий предусматривали и предусматривают заключение организационных договоров. В настоящее время ст. 798 ГК РФ устанавливает необходимость заключения договоров об организации перевозок грузов. Организационный характер носят договоры о простом товариществе (гл. 55 ГК РФ), о создании финансово-промышленных групп, холдингов и др.

Предметом организационных договоров служит определение наиболее общих условий взаимосвязанной деятельности, которые не могут быть предусмотрены в заключаемых субъектами разовых, отдельных договорах. Весьма важно то обстоятельство, что соответствующий уровень организованности отношений создается не в результате законодательного регулирования, как в публичном праве, а на основе правовой инициативы и согласованного волеизъявления самих договорных контрагентов. Закрепление принципа свободы договора, автономии воли лиц расширяет возможности использования организационных договоров в сфере торгового оборота.

Всякий имущественный договор в коммерческом праве носит возмездный характер и имеет целью получение имущества или иного блага. В отличие от этого целью организационных договоров служит создание возможностей и предпосылок для более успешного осуществления взаимосвязанной деятельности лиц, повышение координированности и согласованности совершаемых в дальнейшем имущественных операций.

Организационное содержание и направленность рассматриваемых договоров не являются самоцелью, а ориентированы на последующие имущественные отношения сторон, связаны с ними. Таким образом, организационные договоры рассчитаны на последующий учет их содержания, а нередко на детализацию и конкретизацию их условий в отдельных имущественных договорах.

Поскольку организационные договоры направлены преимущественно на регламентацию будущих имущественных отношений сторон, они, как правило, носят долгосрочный или бессрочный характер. Лишь в установленных законом случаях они заключаются на годичный или иной краткий срок.

Организационные договоры упорядочивают имущественные отношения субъектов, но на уровне не единичного обязательства, а определенной их совокупности. Это означает, что организационный договор предусматривает общие требования к заключению и исполнению всего множества отдельных обязательств в пределах его действия. Данная функция организационных договоров определяется как формирование и стабилизация долгосрочных отношений участников договора.

Организационные договоры могут являться предпосылкой заключения его участниками любых видов имущественных договоров. Так, участники контрактного объединения в дальнейшем способны заключать между собой самые различные договоры, вытекающие из взаимосвязанного характера их деятельности. Наряду с этим организационные договоры могут служить основанием заключения и исполнения договоров определенного вида. Например, транспортные организационные договоры определяют отдельные условия выполнения договоров на перевозку конкретных партий грузов.

Спецификой организационных договоров является то, что предусматриваемые ими организационные, производственные, технологические усовершенствования осуществляются за счет одной из сторон. Затраты на указанные цели не компенсируются другой стороной, не распределяются между участниками. Однако положительный результат произведенных улучшений используется одновременно обоими участниками договора.

2. Основные виды организационных договоров

1) договоры о взаимосвязанной деятельности по снабжению ресурсами и сбыту товаров. Названные договоры предусматривают различные формы сотрудничества производственных или оптовых торговых организаций для обеспечения устойчивого сбыта товаров, а также снабжения сторон необходимыми ресурсами. Достижение указанных целей ведет к повышению прибыли, получаемой сотрудничающими сторонами.

Основной формой взаимодействия является создание несколькими производственными либо оптовыми торговыми организациями на договорной основе снабженческих или сбытовых структур. Образуемые организации являются подконтрольными по отношению к своим учредителям, что принципиально отличает их от независимых в организационно-экономическом отношении посредников;

Порядок деятельности создаваемой снабженческой или сбытовой организации определяется заключаемым ее учредителями организационным договором. В таком договоре, в частности, предусматривается расширение объемов сбыта товаров за счет предложения к продаже имеющегося у сторон более широкого (чем у каждого в отдельности) ассортимента изделий, разведения конкурирующих товаров на разные потребительские рынки и др. Относительно снабжения предусматриваются возможность и порядок займа одними из учредителей ресурсов из имеющихся неиспользуемых запасов других партнеров, обмена различных ресурсов и т. п. Определяется порядок распределения прибыли от деятельности снабсбытовой структуры пропорционально вложенному капиталу либо уровню продаж товаров каждого учредителя;

2) договоры об образовании контрактных объединений. Таковы договоры о простом товариществе, о создании финансово-промышленной группы, договоры между центральным и зависимыми звеньями холдинга о принятии управленческих решений и др;

Договоры о создании контрактного объединения требуют урегулирования в них разных вопросов в зависимости от характера стоящих перед субъектами задач.

Так, заключение договора о создании простого товарищества (ст. 1041 ГК РФ) предполагает определение в нем:

* видов и стоимости имущества и иных благ, вносимых каждым из товарищей в общее дело;
* порядка учета общего имущества товарищей, а также произведенной продукции и полученных доходов на отдельном балансе; в) поручения о ведении общих дел одному из товарищей;
* систематического распределения прибыли, полученной товарищами в результате совместной деятельности;

3) договоры об организации перевозок грузов. Они заключаются при необходимости осуществления систематических перевозок грузов и носят преимущественно долгосрочный характер;

Договоры об организации перевозок позволяют сторонам решать широкий круг вопросов их взаимоотношений в связи с перевозками грузов. Они определяют общие условия выполнения отдельных договоров перевозки. В самих отдельных договорах эти вопросы не могут получить решения в силу краткосрочного характера таких договоров. Именно поэтому необходимы долгосрочные договоры организационного содержания.

В договоре об организации перевозок грузов могут полно и детально определяться положения, единые для транспортной деятельности сторон. Так, в договоре согласовываются минимальные и максимальные объемы грузов, предъявляемых к перевозке ежемесячно (подекадно, ежесуточно), определяются условия о месте передачи и приема вагонов, порядке погрузки (выгрузки) грузов, видах и количестве механизмов, используемых при погрузочно-разгрузочных работах и др. Могут быть предусмотрены условия, отражающие специфические особенности перевозки определенных видов грузов и подлежащие учету при каждой конкретной отправке таких грузов;

4) организационный характер носят договоры, заключаемые между организациями различных видов транспорта об обеспечении перевозок грузов. Таковы узловые соглашения организаций железнодорожного и водного транспорта, договоры на централизованный завоз и вывоз грузов автотранспортными организациями на станции (порты, пристани, аэропорты) и др. Предметом таких договоров являются взаимоотношения между различными транспортными организациями по поводу перевозки грузов.

**53. Соглашение о межрегиональных поставках товаров**.

Соглашения о межрегиональных постав­ках товаров заключаемые между органами исполнитель­ной власти российских регионов. Предметом таких согла­шений является определение конкретных поставщиков и покупателей и общих условий договоров поставки, оформ­ляемых на основании межрегиональных соглашений.

Особенностью соглашений является то, что заключают их одни субъекты, а фактическое осуществление поставок производится совершенно другими лицами по самостоятель­но оформляемым договорам. Отсюда возникает необходи­мость в организационных мерах, обеспечивающих перевод ус­ловий межрегиональных соглашений в конкретные договоры поставки между непосредственными исполнителями.

С учетом указанных обстоятельств организация межрегио­нальных торговых связей предполагает одновременное уста­новление трех видов обязательственных отношений:

1) отношений, определяемых соглашениями между орга­нами исполнительной власти различных регионов об орга­низации взаимных поставок соответствующих товаров. В таких соглашениях должны предусматриваться виды и групповой ассортимент товаров, общие объемы поставок, предельные уровни цен, порядок и сроки заключения дого­воров между непосредственными исполнителями;

2) отношений, устанавливаемых на основе договоров между органом исполнительной власти и хозяйствующими субъектами соответствующего региона о продаже (покупке) ими товаров субъектам другого региона, сроках заключе­ния договоров поставки, мерах содействия поставщикам (покупателям) со стороны органов исполнительной власти. Эти договоры также носят организационный характер;

3) отношения между хозяйствующими субъектами раз­личных регионов о поставках конкретных партий товаров в объемах и ассортименте, соответствующих условиям согла­шения о межрегиональных поставках.

Заключению соглашения о межрегиональных поставках предшествует значительная работа по подысканию потен­циальных поставщиков и покупателей соответствующих ресурсов, согласованию с ними объемов продажи (покуп­ки), предельных уровней цен и т.п. Эти данные включаются в протоколы, представляемые каждой из сторон соглаше­ния о межрегиональных поставках. После подписания со­глашения работниками исполнительных органов должна быть проведена проверка фактического заключения догово­ров между поставщиками и покупателями, замена недобросовестных субъектов исправными. Должен осуществляться контроль за фактическим выполнением поставок (в том числе встречных) по межрегиональным соглашениям.

**54. Соглашение органов исполнительной власти и местного самоуправления с производственным и торговыми организациями по вопросам хозяйственной деятельности**.

Соглашения органов исполнительной власти и местного самоуправления с производственными и. торговыми организациями по вопросам хозяйственной деятельности. Эти договоры чрезвычайно важны для использования возможностей органов исполнительной власти и местного самоуправления в деле развития производства и торговли на своей территории, решения различных экономических и социальных задач.

Здесь следует различать две группы договоров. Одни предусматривают выполнение необходимых хозяйственных работ в интересах населения данной территории. Речь идет о строительстве общественных зданий, прокладке инженерных коммуникаций, ремонте дорог, уборке улиц и т. п. Такие работы должны заказываться на основе конкурса и оплачиваться из средств бюджета. Подобные договоры носят гражданско-правовой характер и не представляют интереса для коммерческого права.

От них следует отличать договоры органов исполнительной власти и местного самоуправления с предпринимательскими организациями о принятии последними на себя обязанностей содействия развитию экономики данной территории и решению социальных задач. Закон запрещает вмешательство в деятельность хозяйствующих субъектов. Поэтому единственным способом привлечения предпринимателей к участию в решении местных проблем является заключение властными структурами договоров с производственными и торговыми организациями.

В правовой литературе указанные договоры называют управленческими или административными. По содержанию они относятся к типу организационных договоров. Они способствуют выявлению территориальных ресурсов для развития экономики, улучшения условий труда и быта граждан. В отдельных регионах страны заключение таких договоров внедрено в постоянную практику. Подобные договоры заключаются и за рубежом.

В отношениях с организациями-изготовителями такие договоры могут предусматривать обязанности сохранения объемов производства или освоения выпуска социально значимых групп товаров, сохранения неизменным уровня цен на подобные товары, поддержания или установления кооперационных связей по поставкам необходимых ресурсов производителям своего или других регионов.

В договорах с торговыми организациями может предусматриваться обязанность поддерживать наличие определенного ассортимента товаров для социально незащищенных слоев населения, продажи товаров со скидкой с цены отдельным группам граждан (пенсионерам, инвалидам и др.). Может устанавливаться обязанность магазинов принимать на реализацию товары от местных производителей, чтобы содействовать развитию производства и продаж товаров своего региона, снижению цен.

Органы исполнительной власти и местного самоуправления располагают широкими возможностями, чтобы добиться от предпринимателей заключения подобных соглашений. Так, они могут в качестве эквивалента предоставлять земельные участки и помещения для аренды по дифференцированным ставкам платы с учетом дополнительных затрат арендатора на местные нужды. Предпринимателям могут устанавливаться льготы по уплате региональных и местных налогов. Соответственно, невыполнение предпринимательской организацией принятых на себя по договору обязанностей будет влечь лишение предусмотрены льгот и другие отрицательные последствия.

**55. Сущность и виды ответственности за нарушение торговых обязательств**.

Ответственность, применяемая в торгово-предпринимательских отношениях, устанавливается различными отраслями законодательства: гражданским, административным, налоговым, таможенным, уголовным и др.

Гражданско-правовая ответственность носит имущественный характер и состоит в неблагоприятных имущественных последствиях в связи с допущенным неисполнением обязательства, нарушением прав и законных интересов другого лица.

Функции ответственности:

1) Компенсационная -восстановление потерпевшему понесенных им имущественных потерь.

2) Предупредительная - предостережение должника и других субъектов торгового оборота от нарушений договорных обязательств.

3) Стимулирующая - побуждение должника к устранению допущенного нарушения и к реальному исполнению обязательства.

4) Информационная -анализ данных о видах совершаемых нарушений и их использование для разработки мер по устранению причин нарушений и предупреждению потерь.

Применение ответственности в коммерческой сфере характеризуется следующими особенностями:

* в торговом праве ответственность носит только имущественный характер. Даже ущерб деловой репутации оценивается в денежном измерении;
* ответственность применяется всегда по инициативе и по усмотрению потерпевшей стороны. Государственные органы не обязаны контролировать выполнение договорных обязательств. Суд лишь удовлетворяет требования истца, а служба судебных приставов исполняет судебное решение;
* возложение ответственности производится судом по иску заинтересованного лица. В некоторых случаях ответственность реализуется путем безакцептного списания суммы долга или штрафа через банк;
* -ответственность за неисполнение денежных обязательств наступает в виде уплаты процентов на сумму средств, которыми должник неправомерно пользовался;
* ответственность должника за просрочку в исполнении обязательства включает не только обязанность возместить кредитору убытки, причиненные просрочкой, но и ответственность перед кредитором за последствия случайно наступившей во время просрочки невозможности исполнения;
* ответственность кредитора за просрочку в принятии исполнения должником влечет право должника на возмещение причиненных просрочкой убытков.

Основанием ответственности является состав допущенного должником правонарушения, включающего: неправомерность поведения должника, возникновение убытков у кредитора, наличие причинной связи между противоправным поведением должника и возникновением убытков у кредитора, вина должника. В коммерческом праве последнее условие, как правило, не учитывается.

Ст.330 ГК называет неустойкой определенную законом или договором денежную сумму, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства. Различают законную и договорную неустойку.

К законной относится неустойка, устанавливаемая законом. Ее применение не зависит от воли сторон. Она подлежит применению в случаях, когда условие о неустойке не включено в договор или размер договорной неустойки меньше размера неустойки, установленной законом.

Договорная неустойка устанавливается самими сторонами. Стороны не могут своим соглашением уменьшить размер законной неустойки, но могут ее увеличить, если на это нет прямого запрета в законе (ст.332 ГК).

Соглашение о неустойке должно совершаться в письменной форме независимо от суммы неустойки и от формы, в какую облечено основное обязательство. Несоблюдение письменной формы влечет недействительность соглашения о неустойке (ст.331 ГК).

Основания возникновения обязанности по уплате неустойки совпадают с основаниями возложения на должника гражданско-правовой ответственности. Поэтому кредитор не вправе требовать уплаты неустойки, если должник не несет ответственности за нарушение обязательства (например, по причине действия непреодолимой силы – ст. 401 ГК).

В значении термина «неустойка» закон употребляет слова «штраф» и "пени", которые означают денежные суммы, взыскиваемые в случаях неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства.

Штраф - это однократно взыскиваемая неустойка, определяемая в твердой денежной сумме либо в процентах к определенной величине. Пени - неустойка, взыскиваемая нарастающим итогом за каждый день (или иной период) просрочки с исполнением обязательства.

Различает четыре вида неустойки:

* зачетную (кредитор вправе требовать, помимо уплаты неустойки, возмещения убытков в части, не покрытой неустойкой; употребляется во всех случаях, если законом или договором не предусмотрено иное).
* штрафную (кредитор вправе требовать возмещение всех убытков и сверх того, уплаты неустойки);
* исключительную (взыскивается только неустойка; кредитор не вправе требовать возмещения убытков; такая неустойка взыскивается с органов транспорта и связи за нарушение обязательств по доставке грузов или корреспонденции);
* альтернативную (кредитор вправе взыскивать либо неустойку, либо убытки).

В целом ряде случаев установление в договоре неустойки является единственной эффективной мерой воздействия, поскольку определить размер убытков зачастую бывает затруднительно.

Помимо названных мер могут также применяться следующие нетипичные для торгового оборота меры ответственности:

* уплата процентов на сумму долга за нарушение денежных обязательств (ст. 395 ГК). Убытки взыскиваются в части, не покрываемой процентами;
* уплата задатка в двойном размере лицом, получившим задаток и не исполнившим обязательство (ст. 381 ГК);
* выполнение обязательства третьим лицом или выполнение обязательства своими силами, в случае его неисполнения должником, с возмещением за счет должника понесенных необходимых расходов и других убытков (ст. 397 ГК);
* предоставление отступного в виде денег или имущества (ст. 409 ГК).

Передача отступного прекращает обязательство и исключает взыскание с должника убытков, даже если они не перекрываются отступным;

* взыскание в доход бюджета всего полученного по сделке, совершенной с целью, противной основам правопорядка и нравственности (ст. 169 ГК);
* реализация удерживаемого или заложенного имущества должника в случае невыполнения им обязательств по торговым договорам.

**56. Условия применения ответственности.**

Статья 309 ГК РФ предусматривает, что обязательства должны исполняться надлежащим образом в соответствии с условиями обязательства и требованиями закона. Следовательно, любое неисполнение или ненадлежащее исполнение договора a priori является нарушением норм права, т.е. противоправным деянием.

Факультативным условием ответственности является наличие негативных последствий в имущественной сфере лица, чье право нарушено. Очевидно, что непредставление обоснований по наличию и размеру убытков повлечет отказ в удовлетворении требований об их взыскании.

Нужно отметить, что негативные последствия могут оцениваться даже при взыскании неустойки. Хотя в этом случае кредитор не обязан доказывать наличие убытков (ст. 330 ГК). Однако в подавляющем большинстве случаев суды используют свое право на уменьшение неустойки по ст. 333 ГК, если она явно несоразмерна последствиям нарушения обязательства. Следовательно, эти последствия тоже учитываются судом.

В случае применения ответственности в форме возмещения убытков приобретает значение такое условие, как причинно-следственная связь между нарушением обязательства и наступившими негативными последствиями в имущественной сфере потерпевшего.

В гражданском праве применяется "презумпция виновности". Согласно ст. 401 ГК лицо признается невиновным, если при той степени заботливости и осмотрительности, которая от него требовалась, оно приняло все меры к надлежащему исполнению обязательства.

Отсутствие вины в нарушении обязательства освобождает от ответственности. Это правило всегда применяется в отношении некоммерческих организаций. Так, учреждение не несет ответственности за просрочку оплаты работ по договору в связи с отсутствием финансирования со стороны собственника, также в этом случае не взыскиваются проценты (по ст. 395 ГК)\*(126).

В предпринимательской деятельности освобождение должника от ответственности допускается лишь в случае абсолютной невозможности исполнить обязательство, т.е. наличия чрезвычайных и непреодолимых обстоятельств, которые в договорах часто обозначают "форс-мажор" (фр. "force majeure" - большая сила). Обстоятельства непреодолимой силы, по большей части носят всеобщий характер, т.е. относятся не исключительно к данному лицу, а к неопределенному кругу лиц. Перечень форс-мажорных обстоятельств, как правило, заранее определяется в договоре; это могут быть обстоятельства стихийного характера (наводнения, пожары, землетрясения и др.), юридического характера (государственные ограничения экспорта или импорта товаров) и социальные события (забастовки, военные действия).

Таким образом, в данном случае ответственность наступает без вины по принципу причинения. Вместе с тем законодательство предусматривает ряд случаев, когда участники коммерческих отношений несут ответственность только при наличии вины в соответствующем нарушении обязательства. В частности, это производитель сельскохозяйственной продукции по договору контрактации (ст. 538 ГК), хранитель за повреждение вещей (ст. 901 ГК), комиссионер за исполнение сделки третьим лицом (ст. 993 ГК) и др.

**57. Основания освобождения от ответственности.**

Гражданско-правовая ответственность – это претерпевание, т.е. последствия за совершённое правонарушение.

Меры гражданско-правовой ответственности:  
1) неустойка;  
2) компенсация морального вреда;  
3) возмещение убытков.

В гражданском праве действует презумпция вины, при которой правонарушитель считается ответственным при наличии факта нарушения, вреда и соответствующих объективных обстоятельств.

Лицо может освободиться от ответственности, доказав свою невиновность, т.е. бремя доказывания обстоятельств, связанных с виной, возлагается на нарушителя. Именно поэтому в области гражданского права действует особая юридическая категория – основания освобождения от ответственности.

Виды гражданско-правовой ответственности:  
1) долевая – каждый несёт ответственность только в своей доле;  
2) солидарная – каждый несёт ответственность за всё обязательство;  
3) субсидиарная – определённое лицо несёт ответственность за другое (других).

Каждый из таких видов ответственности образует особую разновидность обязательств. При солидарной и субсидиарной ответственности возникает право регресса и регрессное обязательство (обратное требование).

Обстоятельствам, исключающие гражданско-правовую ответственность:  
1) непреодолимая сила;  
2) случайное причинение вреда;  
3) иные основания освобождения от ответственности.

Ответственность должника за неисполнение, ненадлежащее исполнение обязательства или за причинение вреда исключается при наличии непреодолимой силы (форс-мажорных обстоятельств).

Признаки непреодолимой силы:  
1) чрезвычайное, исключительное обстоятельство, которое выпадает из ряда обычных явлений;  
2) непредотвратимость при данных конкретных обстоятельствах.

К форс-мажорным обстоятельствам могут относиться также определенные явления общественной жизни: военные действия, эпидемии, забастовки, а также различные запретительные меры государственных органов: объявление карантина, запрещение перевозок, запрет торговли в порядке международных санкций и т.д.

Для освобождения должника от ответственности он должен доказать наличие:  
1) самой непреодолимой силы;  
2) причинной связи между нарушением обязательства (причинением вреда) и непреодолимой силой.

Непреодолимой силой не могут являться, в частности, нарушение обязанностей со стороны контрагентов должника, отсутствие на рынке нужных для исполнения товаров, отсутствие у должника необходимых денежных средств.

От непреодолимой силы следует отличать случайное причинение вреда:  
1) непреодолимая сила характеризуется объективной непредотвратимостью;  
2) случай характеризуется субъективной непредотвратимостью.

Лицо не знало, не могло и не должно было знать о возможности наступления неблагоприятных последствий, а если бы могло знать о таких последствиях, то смогло бы предпринять действия по их предотвращению. Случай означает неисполнение обязательства, причинение вреда при отсутствии вины должника (причинителя вреда). Поскольку вина должника отсутствует, то гражданско-правовая ответственность не наступает. Это общее правило, из которого имеются многочисленные исключения.

В случаях, установленных законом или прямо предусмотренных договором, ответственность может наступать независимо от наличия вины, даже в случае доказанной невиновности:  
1) ответственность лиц, нарушивших обязательства при осуществлении предпринимательской деятельности;  
2) ответственность профессионального хранителя за утрату или повреждение вещи (п. 1 ст. 901 ГК);  
3) в деликтных обязательствах (за причинение вреда гражданину незаконными действиями правоохранительных органов - ст. 1070 ГК или источником повышенной опасности - ст. 1079 ГК; ответственность за вред, причиненный вследствие недостатков товара, работ или услуг - ст. 1095-1098 ГК) и т.д.

К иным случаям, освобождения от ответственности, следует отнести:  
1) причинение вреда лицом при осуществлении им права или исполнении обязанности;  
2) причинение вреда по просьбе или с согласия потерпевшего;  
3) ответственность лица может исключаться действиями третьих лиц;  
4) умысел потерпевшего (п. 1 ст. 963 ГК, который предусматривает освобождение страховщика от обязанности выплатить страховое возмещение, если страховой случай произошел вследствие умысла страхователя, выгодоприобретателя или застрахованного лица).

Основанием для уменьшения размера ответственности может служить имущественное положение причинителя вреда, если последним является физическое лицо. Суд может уменьшить возмещение вреда, приняв во внимание имущественное положение гражданина, причинившего вред (п. 3 ст. 1083 ГК).

**58. Правовое регулирование приемки товаров.**

Постоянное получение товаров, различных материальных ресурсов является необходимым условием осуществления дея­тельности любой организации. В связи с этим у руководите­лей и юридической службы каждой организации возникает задача организовать приемку получаемых материальных цен­ностей, проверку их количества и качественного состояния. В ряде случаев закон обязывает коммерческие организации про­вести приемку товаров. Так, в соответствии со ст. 909 и 911 ГК товарные склады при приеме товаров на хранение и при воз­вращении товаров обязаны произвести проверку и опреде­лить их количество и внешнее состояние.

Целями организации приемки являются:

1) проверка соответствия количества и качества поступившего товара данным транспортных и расчетных документов для опри­ходования товаров;

2) выявление и фиксирование фактов недостачи или ненадлежащего качества товара для возме­щения потерь за счет виновных лиц;

3) ускорение и удешев­ление процедуры приемки.

С учетом вида обязательства, регулирующего передачу имущества, необходимо различать: а) приемку товаров по­купателем непосредственно во взаимоотношениях с продав­цом и б) приемку товаров от органов транспорта.

Порядок получения товара от органов транспорта ре­гулируется транспортными уставами и кодексами, а также правилами выдачи груза на соответствующем виде транспорта. Здесь надо различать случаи, когда проверка груза производится с обязательным участием перевозчика и ког­да перевозчик не должен участвовать в проверке сохранно­сти выдаваемого груза. Если груз выдается с участием представителя перевозчика, то порядок приемки целиком определяется транспортным законодательством.

Если груз выдается с участием перевозчика, надо по­мнить о необходимости составления коммерческого акта (на автомобильном транспорте — проставления записи в товарно-транспортной накладной) для удостоверения не­сохранности груза, соблюдать порядок обжалования отказа в составлении такого акта.

Приемка товара, непосредственно передаваемого про­давцом покупателю либо получаемого от органа транспор­та без участия представителя перевозчика, осуществляется в одинаковом режиме, по общим правилам.

Пункт 2 ст. 513 ГК устанавливает, что покупатель обя­зан проверить количество и качество товаров в порядке и в сроки, установленные правовыми актами, договором и обычаями делового оборота.

**59. Порядок приемки товаров по количеству.**

Приемка продовольственных товаров по количеству осуществляется материально-ответственными лицами в соответствии с инструкцией. О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству» № П-6.

**Согласно инструкции П-6 п.6 приемка может осуществляться в различных местах:**

* на складе получателя – при доставке товаров поставщиком;
* на складе поставщика – при вывозе товаров получателем;
* на месте вскрытия и разгрузки транспортных средств – при доставке и выдачи товаров перевозчиком.

Особенности приемки по количеству зависит от способа доставки и упаковки товара.

Приемка начинается с сопоставления количества поступивших товаров с данными, указанными в транспортных и сопроводительных документах (счет-фактура, товаротранспортная накладная, спецификация и др.).

Если товары поступили в магазин без сопроводительных документов, то приемку не приостанавливают и на фактически поступившее их количество составляют акт с указанием в нем соответствующих документов, а поступившие товары принимают на ответственное хранение.

Приемку товаров по количеству можно условно разделить на два этапа.

1) предварительная – это приемка по количеству товарных мест, массе брутто (вес товаров вместе с тарой), а если продукция не затарена – по количеству товарных единиц и массе нетто (чистый вес товара) при разгрузке транспорта. При этом также проверяют состояние тары, упаковки, наличие и правильность маркировочных знаков, целостность пломб. Качество и состояние тары оказывают большое влияние на сохранность продовольственных товаров. Неисправность ее, следы вскрытия, нарушение пломб являются основаниями для отказа в получении товара. При приемке товара в бочках, когда масса нетто устанавливается после освобождения и завеса тары, необходимо проверить брутто каждого места, сравнив ее с трафаретом или потарной спецификацией. Товары в стандартной исправной таре (сахар, мука, крупа и т.д.) принимают по числу мет без перевешивания.

**2) окончательная** – это приемка по количеству товарных единиц в каждом товарном месте и массе нетто, которая должна производиться одновременно со вскрытием тары.

**60. Порядок приемки товаров по качеству**.

Проверка товара на его соответствие качественным и количественным характеристикам, установленным положениями заключенного договора, может осуществляться: на территории поставщика — если покупатель забирает товар самостоятельно; на территории покупателя — если доставку осуществляет сам поставщик; на месте разгрузки транспортного средства, с помощью которого осуществлялась перевозка, — если товар был доставлен посредником (например, транспортной компанией). В ходе проведения проверки представители принимающей стороны могут одновременно оценивать как качество, так и количество товара. В общем случае порядок проведения мероприятия имеет следующий вид: Производится выгрузка товара из тары, в которой он перевозился. Выполняется его осмотр, пересчет, взвешивание и прочие проверочные манипуляции. При отсутствии дефектов и недостачи составляется акт приемки. При их наличии приемка прекращается и устанавливается порядок дальнейших действий (как правило, приглашается представитель поставщика и, при необходимости, независимый эксперт). Прием товара по качеству Согласно положениям ст. 469 ГК РФ, условие о качестве товара может быть установлено заключенным между поставщиком и покупателем договором. В том случае, если такого указания в договоре нет, стороны должны руководствоваться правилом о том, что передаваемый товар должен быть пригоден для использования в тех целях, в которых обычно применяются товары такого рода (п. 2 ст. 469 ГК РФ). Однако иногда на практике становится довольно сложно определить, в каких случаях фактические качественные характеристики товара отвечают заявленным, а в каких — не соответствуют им. Если поставщик соглашается с тем, что поставленный им товар действительно является некачественным, проблем не возникает — стороны приходят к соглашению о замене товара или возврате денег самостоятельно. Если же поставщик отрицает тот факт, что качество поставленного товара не соответствует заданным критериям, к спору стоит привлечь эксперта.

Сроки приема товара по качеству

Чтобы проверка товара на его соответствие установленным качественным требованиям была объективной, важно соблюсти сроки ее проведения. Они регламентированы упомянутой выше инструкцией приемки по качеству и до сих пор применяются на практике при взаимодействии поставщиков и потребителей товара. При этом сроки находятся в прямой зависимости от вида поставляемого продукта и удаленности потребителя от поставщика (исчисляться они начинают с момента поступления товара на склад получателя): 10 суток — если товары поставляются в пределах одного города (если товар имеет статус скоропортящегося — 1 сутки); 20 суток — если товары поставляются из одного города в другой (для скоропортящихся — 1 сутки). Особые сроки установлены для товаров, поставляемых в труднодоступные местности и районы Крайнего Севера: 8 часов — для скоропортящихся товаров; 40 дней — для продовольственных товаров; 2 месяца — для непродовольственных (в том числе галантерейных) товаров. Предполагается, что товар, поставленный, но не осмотренный приобретателем в течение указанного времени, может изменить свои качественные характеристики и, как следствие, перестать отвечать предъявляемым к нему требованиям.

**61. Приемка импортных товаров.**

Приемка импортных товаров регламентируется инструкцией «О порядке и сроках приемки импортных товаров по количеству и качеству, составления и направления рекламационных актов» от 15 октября 1990 г., а также в соответствии условиям контракта (договора) на поставку товара; правилами, действующими на транспорте и органах связи.

Приемка товаров по количеству, качеству и комплектности производится с участием эксперта организации торгово-промышленной палаты (ВТП).

По результатам приемки составляется рекламационный акт в форме акта экспертизы торгово-промышленной палаты.

В рекламационном акте указывают:

* лица, участвующие в приемке и составлении акта;
* дата, время начала и окончания приемки, место составления акта;
* номера контракта, места, партии;
* наименование, адрес и страна иностранного поставщика;
* наименование товара;
* дата получения товара получателем;
* наименование получателя;
* другие сведения, касающиеся приемки товаров.

Рекламационный акт и другие документы, необходимые для обоснования претензии, получатель составляет в 10-дневный срок со дня прибытия к нему товаров. При обнаружении дефектов рекламационный акт составляется в течение 5 дней.

Приемка товаров должна производиться без приостановления. В случаях, когда приемка товаров произведена с приостановлением, получатель обязан принять меры к обеспечению сохранности товара во время перерыва приемки. Приостановление приемки по количеству при выгрузке товара из вагона, контейнера не допускается, за исключением случаев, предусмотренных законодательством.

Приемка товаров, поступивших в ненарушенной таре или упаковке иностранного поставщика производится на складе конечного получателя. Если товар поступил к конечному получателю от предприятия, вскрывшего тару или упаковку иностранного поставщика, то приемка производится в соответствии с инструкцией П-6 и П-7. В случае установления производственного или конструктивного недостатка товара, получателем составляется рекламационный акт в соответствии с порядком, установленным для приемки товара и тары иностранного поставщика.

Рекламационный акт составляется отдельно по каждому иностранному поставщику на каждую партию товара, поступившего по одному транспортному документу.

Указанные цены и стоимости импортного товара, а также, каких либо требований в денежном выражении не допускаются, а указываются в процентном соотношении к мировой валюте. Должно быть наличие аннотации на русском языке.

Рекламационный акт и другие документы, подтверждающие обоснованность претензии должны быть направлены получателем, осуществляющими приемку импортных товаров стороне по договору сразу же после их оформления с таким расчетом, чтобы заказчику импортных товаров указанные материалы были направлены не позднее, чем за 40 дней, а заказчикам внешней экономической организации не позднее, чем за 20 дней до истечения срока на предъявление претензии.

**62. Экспертиза качества товаров**.

Экспертиза товара — это оценка экспертом основных характеристик товаров, а также их изменений в процессе товароведения для принятия решений, выдачи независимых и компетентных заключений, которые служат конечным результатом.

Заключение эксперта — письменный документ, отражающий ход и результаты исследования, проведенного экспертом.

Эксперт – независимый высококвалифицированный специалист, обладающий специальными знаниями и практическим опытом, необходимыми для решения вопросов, связанных с товарной массой и качеством товаров.

Экспертиза проводится в основном в специальных учреждениях: Торговой палате, Бюро технических экспертиз, Центре независимой экспертизы, государственных институтах, специальных лабораториях (испытательных лабораториях пищевых продуктов, сырья и материалов).

Составляющие экспертизы: субъект, объект, критерии, методы, процедура и результат.

Субъекты экспертизы товаров:

1. Потребитель (цель - приобрести товар/получить документ-товарный чек).

2. Товароведы (цель - продать/акт приемки),

3. Инспекторы торговли, контролеры (цель - проверить качество продукции/акт проверки),

4. Органы по сертификации (цель - проверить товары на соответствие/сертификат),

5.  Испытательные лаборатории (цель - экспертиза товаров/протокол)

 6. Изготовители, продавцы (цель - продать/сертификаты соответствия),

7. Эксперты (цель - проверка соответствия/акт экспертизы).

Объекты экспертизы товаров:

1) продукция (сырье, материалы, полуфабрикаты, комплектующие, потребительские товары);

2) документы (договора, соглашения, стандарты);

3) процессы (производство, хранение, транспортировка, подготовка к продаже);

4) услуги (упаковка, маркировка, послепродажное обслуживание, определение стоимости товаров).

Цель товарной экспертизы — проведение количественных и качественных оценок основополагающих характеристик товара, а также процессов, которые влияют на них, но зачастую не поддаются непосредственному изменению и основываются на суждениях специалистов-экспертов.

Для достижения указанной цели необходимо решать следующие задачи:

* осуществлять правильный подход к выбору свойств, показателей ассортимента и качества товаров в соответствии с целью экспертизы;
* измерять количественные и определять стоимостные характеристики товаров;
* выявлять соответствие действительных значений показателей установленным требованиям;
* анализировать и оценивать полученные данные для составления заключений или рекомендаций.

Цели экспертизы товаров:

1) уменьшение риска при закупке крупной товарной партии;

2) идентификация и оценка образцов поставщиков на предварительных этапах заключения договоров;

3) товарная экспертиза может быть частью сертификационных испытаний.

Принципы экспертизы: объективность, независимость, компетентность, системный подход, эффективность.

Для проведения товарной экспертизы экспертная группа может быть создана с целью выполнения отдельных операций оценки качества товаров или выполнения всех оценочных операций, завершающихся получением комплексной оценки качества товаров.

Цели и задачи проведения экспертизы базируются на проблемах, возникающих у ее инициатора, и связаны, как правило, с необходимостью удовлетворения его потребностей. Однако для проведения экспертизы необходимы определенные основания, так как возникающие у субъектов проблемы можно решить с помощью не только экспертиз, но и иных, менее затратных способов (например, путем товароведной оценки, приемки товаров по количеству материально ответственными лицами и т.п.).

Основания проведения товарной экспертизы — проблемы, обстоятельства или ситуации, необходимые и достаточные для побудительных поводов или мотивов выполнения определенных действий.

Установление оснований проведения экспертизы является одной из ее задач. Такими общими основаниями служат ситуации (условия) определенности, риска и неопределенности.

Основанием проведения товарной экспертизы в условиях определенности служит получение доказательств подлинности, тождественности данных, заранее известных, но требующих подтверждения достоверности независимым субъектом — экспертом. Примером может служить, возникновение конфликтных ситуаций при приемке товаров по количеству из-за потерь за счет естественной убыли или хищений при транспортировании груза, хотя его количество при отправке известно.

Основанием проведения экспертизы в условиях риска может служить сомнение получателя товаров в том, что при их транспортировании качество осталось без изменения. Риск заключается в возможности возникновения предполагаемых актируемых потерь качества товаров в пути, которые в зависимости от разных обстоятельств (качество отгружаемых товаров, условия перевозки и т.п.) могут быть различными. В этом случае требуется не только независимость, но и компетентность экспертов.

Основанием проведения экспертизы в условиях неопределенности служат трудности отбора выборок, объединенных и точечных проб из товарных партий, так как, несмотря на установленные стандартами правила отбора, очень сложно взять выборки или пробы из разных мест партии, достоверно отражающие неоднородность ее качества. Поэтому существует множество альтернативных вариантов отбора, результаты которых экспертам неизвестны.

Наиболее распространенными конкретными основаниями проведения товарных экспертиз являются:

возникновение конфликтных ситуаций между получателями и поставщиками;

расхождение действительных значений основополагающих характеристик товаров с документальными данными или установленными требованиями нормативных документов либо информацией на маркировке;

оценка конкурентоспособности и/или новизны и/или позиционирования новых товаров на определенном сегменте рынка;

проведение следственных или судебных мероприятий;

подтверждение соответствия для целей сертификации и/или государственной регистрации товаров или иных целей.

2.    Виды экспертизы товаров

В зависимости от цели проведения экспертизы, различают следующие виды экспертизы товаров: товароведная экспертиза, санитарно-гигиеническая экспертиза, ветеринарная экспертиза, экологическая экспертиза.

Товароведная экспертиза — оценка потребительских свойств товаров по органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям, а также показателей их количественных характеристик, осуществляемая экспертами путем проведения испытаний (измерений) или опроса и/или на основании информации на маркировке и/или в товарно-сопроводительных документах.

Товароведная экспертиза — один из важнейших и обязательных видов товарной экспертизы. Другие виды экспертизы дополняют ее и не всегда являются обязательными. Так, ветеринарная экспертиза обязательна только для пищевых продуктов животного происхождения, кож и мехового сырья. Обязательность товароведной экспертизы обусловлена тем, что в ее основе лежит оценка органолептических свойств и основных показателей качества, а это приближает товарную экспертизу к оценке товара потребителем. Товароведная экспертиза включает оценку всех основополагающих характеристик товара: ассортиментную, качественную, количественную и стоимостную. В связи с этим различают следующие виды товароведной экспертизы: количественная, качественная, ассортиментная, документальная и комплексная.

Количественная экспертиза — оценка количественных характеристик товара экспертами при невозможности применения измерительных методов и/или необходимости подтверждения достоверности результатов измерений независимой стороной.

Назначением количественной товароведной экспертизы является определение количества товара в товарной партии и/или количественных характеристик их единичных экземпляров или комплексных упаковочных единиц. Наиболее распространенная сфера применения количественной экспертизы — приемка товаров по количеству в случаях возникновения разногласий между поставщиком и получателем, при значительных расхождениях между количеством, указанным в ТСД, и количеством, установленным при измерении у получателя.

Кроме того, возможно привлечение экспертов для проведения количественной экспертизы в случаях, когда измерение товара обычными методами невозможно (например, при его отсутствии) или затруднительно и может привести к его количественным и качественным изменениям (например, при перетаривании для перевешивания большой товарной партии). В ряде случаев количественная экспертиза необходима для установления вероятности количественных потерь товара и причин их возникновения.

Качественная экспертиза — оценка качественных характеристик товара экспертами для установления соответствия требованиям нормативных документов.

Назначением этой экспертизы является определение качества товаров в товарной партии при сдаче-приемке или после длительного хранения или обнаружении скрытых технологических дефектов в процессе хранения, когда обычные сроки предъявления претензий поставщику истекли. Кроме того, экспертиза по качеству применяется при оценке качества образцов новых товаров перед постановкой их на серийное производство. Для пищевых продуктов или кулинарных изделий этот вид качественной экспертизы только по органолептическим показателям качества называется дегустацией.

В зависимости от назначения качественная экспертиза подразделяется на пять разновидностей:

* + - * Приемочная экспертиза по качеству — оценка качества товаров экспертами для подтверждения достоверности результатов при приемке.
      * Экспертиза товаров по комплектности — оценка экспертом наличия необходимых элементов комплекта и установление соответствия данным, указанным в технических документах. Является одной из разновидностей качественной экспертизы, так как целостность или комплектность — один из показателей качества.
      * Экспертиза качества новых товаров — оценка качества товаров по номенклатуре показателей, характеризующих степень новизны, возможность и целесообразность их выпуска в реализацию.
      * Дегустация пищевых продуктов — оценка органолептических показателей качества, проводимая проверенными на сенсорную чувствительность экспертами.
      * Экспертиза товаров по договорам — оценка экспертом соблюдения требований качества, установленных договорами.

Ассортиментная экспертиза — оценка экспертом количественных и качественных характеристик товара для установления его ассортиментной принадлежности. Этот вид товароведной экспертизы как самостоятельный менее распространен по сравнению с двумя ранее рассмотренными видами. Чаще всего ассортиментная экспертиза является составной частью качественной экспертизы, так как при оценке качества эксперт должен проверить соответствие ассортиментной принадлежности предъявляемого товара его наименованию, артикулу, товарной марке, указанной на маркировке и в товарно-сопроводительных документах.

Для дифференциальной оценки качества товаров разных наименований, градаций эксперту необходимо иногда провести их сортировку, одним из элементов которой является ассортиментная экспертиза.

В качестве самостоятельной ассортиментная экспертиза применяется в следующих случаях:

* + - * при возникновении разногласий между поставщиком и получателем, продавцом и потребителем по вопросам ассортиментной принадлежности товара к определенной группе, наименованию, товарной марке и т. п.;
      * при установлении соответствия ассортимента товаров в партии ранее представленным образцам и/или каталогам или договорам купли-продажи.

При проведении ассортиментной экспертизы используются аналогичные с качественной экспертизой средства и методы.

Документальная экспертиза — оценка экспертом товароведных характеристик товаров, основанная на информации товарно-сопроводительных, технологических и иных документов. Так же, как и ассортиментная, экспертиза документальная чаще всего применяется в качестве обязательного элемента других видов товароведной экспертизы, поскольку эксперты обязательно проверяют соответствие количества, качества, наименования объекта экспертизы документальным данным.

Самостоятельно документальная экспертиза применяется в случае отсутствия товара (например, вследствие его реализации, хищения, порчи, гибели из-за непредвиденных обстоятельств: пожара, наводнений и т. п.), а также вследствие возникновения количественных и качественных потерь.

При анализе документов эксперт должен установить их подлинность по наличию печати торговой организации и подписей уполномоченных лиц, дат заполнения, необходимых реквизитов, проверить соответствие данных, указанных в разных ТСД (например, в товарно-транспортной накладной и сертификате и/или в удостоверении о качестве). Особое внимание должно быть обращено на наличие в документах различных исправлений и пометок.

Сложность документальной экспертизы заключается в том, что при отсутствии товара эксперту приходится полагаться на достоверность сведений в технических документах. Однако иногда и документы могут быть фальсифицированы (информационная фальсификация).

Таким образом, документальная экспертиза связана с детальным изучением информации товарно-сопроводительных документов, других технических и учетных документов, их перекрестной проверкой и сопоставлением со справочными и научными данными.

Комплексная экспертиза — оценка экспертом всех характеристик товара на основе их испытаний и анализа документов. Она может включать не только товароведные, но и стоимостную характеристики.

Комплексная экспертиза применяется в случаях, когда необходимо всесторонне оценить товар с учетом позиций продавца, потребителя, а также сложившейся рыночной конъюнктуры. Поэтому эксперту, проводящему комплексную экспертизу, недостаточно только знаний товара. Он должен также уметь анализировать и оценивать конкретную ситуацию на соответствующем товарном сегменте рынка, ориентироваться в товарной политике торговых организаций, знать потребности и спрос на конкретные товары.

Санитарно-гигиеническая экспертиза — один из важнейших видов товарной экспертизы, так как целью ее является подтверждение безопасности товаров для потребителей.

Объектами санитарно-гигиенической экспертизы (далее — санэкспертизы) являются товары (продукция), услуги, процессы, а также факторы, обеспечивающие безопасность в течение всего жизненного цикла товара. В этом случае объектами санэкспертизы могут быть сырье, технологические процессы производства, хранения, транспортирования, реализации, включая технологическое и торговое оборудование, транспортные средства, производственный и обслуживающий персонал.

Субъектами санэкспертизы являются работники санитарно-эпидемиологических служб (санитарные врачи, сотрудники санитарно-гигиенических испытательных лабораторий и др.). Их деятельность регламентируется положениями, утвержденными Департаментом (ранее Государственным комитетом) санитарно-эпидемиологического надзора Минздрава РФ. Эксперты санитарно-эпидемиологических служб в отличие от экспертов-товароведов обладают правом осуществлять государственный контроль качества товаров в пределах своей компетенции, поэтому при проверках с целью контроля они выполняют самостоятельные функции.

Санитарно-гигиеническая экспертиза дополняет товароведную экспертизу подтверждением безопасности товаров, что является важным, но не единственным результатом комплексной товароведной экспертизы.

В зависимости от объектов исследования различают гигиеническую экспертизу сырья и продукции (товаров), технологическую, фитосанитарную и медицинскую.

Рассмотрим гигиеническую и фитосанитарную экспертизы (так как предметом изучения данной работы является товарная экспертиза, технологическая и медицинская экспертизы далее рассматриваться не будут).

Гигиеническая экспертиза — оценка экспертами соответствия сырья, продукции и упаковки установленным гигиеническим требованиям. Цель гигиенической экспертизы — обеспечение безопасности товаров для жизни, здоровья и имущества потребителей. В задачи этой разновидности экспертизы входят:

* -        установление рациональной номенклатуры показателей;
* определение действительных значений показателей;
* подтверждение соответствия действительных значений показателей установленным требованиям.

Гигиенические требования включают:

* показатели химической, радиационной и микробиологической безопасности;
* паразитологические показатели безопасности рыбных и нерыбных водных продуктов;
* показатели предельно допустимых концентраций (ПДК) пищевых добавок.
* Необходимость проведения гигиенической экспертизы вызвана:
* загрязнением окружающей среды, сырья, продукции и упаковки чужеродными химическими веществами, а также микроорганизмами, паразитическими гельминтами;
* применением химических веществ в качестве добавок.

Результатом проведенной экспертизы является заключение о пригодности упаковки для определенных товаров. Так, упаковка или посуда для пищевых продуктов маркируется с обозначением ее назначения: "Для пищевых продуктов", "Для сухих продуктов", "Для холодной воды" и т. п.

Фитосанитарная экспертиза (далее — ФСЭ) — оценка растительной продукции для подтверждения ее карантинной безопасности.

Термин "фитосанитарная" произошел от сочетания двух слов "фито" (растение) и "санитарная". Иногда в качестве его синонима можно встретить термин "карантинная экспертиза". Цель фитосанитарной экспертизы — предотвращение распространения сельскохозяйственных вредителей, относимых к карантинным. Объектами ФСЭ служат растительное сырье, продукция, а также повреждающие их вредители и микроорганизмы, которые подразделяются на карантинные и некарантинные. Субъекты ФСЭ — эксперты карантинных органов, которые проводят экспертизу по заявкам, и заказчики — сельскохозяйственные и торговые организации.

Результатом ФСЭ является заключение или акт экспертизы, а чаще всего — фитосанитарный сертификат, так как все пищевые продукты подлежат обязательной сертификации. Сертификат соответствия не может быть выдан на растительную продукцию без фитосанитарного сертификата.

Ветеринарно-санитарная экспертиза (ВСЭ) — применяется для сельскохозяйственного сырья и пищевых продуктов животного происхождения. Целью этой экспертизы является обеспечение безопасности потребителей путем предотвращения инфицирования их болезнями, общими для человека и животных.

Задачи ВСЭ:

* своевременное выявление опасных инфекционных заболеваний, переносчиками которых могут быть товары;
* разработка и применение установленных методов ветеринарно-санитарной оценки;
* подтверждение соответствия объектов экспертизы ветеринарным требованиям.

Объектами ВСЭ являются продовольственное, кожевенное, меховое и иное сырье, а также пищевые продукты животного происхождения.

Необходимость проведения ВСЭ вызвана следующими причинами:

* наличием опасных заболеваний, общих для человека и животных (например, ящур, сибирская язва и др.), и необходимостью защиты от них населения;
* появлением новых, ранее неизвестных заболеваний, общих для человека и животных (например, "коровье бешенство");
* применением вакцин и других средств защиты животных, а также гормональных препаратов для ускорения роста, что требует контроля за применением и содержанием остаточных количеств их, не превышающих установленные нормы;
* опасностью широкого распространения заразных и массовых незаразных болезней животных;
* необходимостью обеспечения безопасности продуктов животноводства в ветеринарно-санитарном отношении;
* охраной территории РФ от заноса заразных болезней животных из иностранных государств.

Основанием для проведения ВСЭ являются:

* поступление продуктов животноводства из регионов или стран, в которых обнаружены опасные для человека заболевания животных;
* отсутствие на продуктах животноводства ветеринарной или товароведной маркировки в соответствии с установленными требованиями (например, перед реализацией мясных туш на рынке);
* подозрение в отношении ветеринарно-санитарного неблагополучия продуктов животноводства при комплексной товароведной экспертизе;
* проведение испытаний для целей сертификации.

Результатом ВСЭ является подтверждение соответствия (или несоответствия) установленным ветеринарным правилам которое оформляется в виде ветеринарного сертификата или свидетельства (на рынках — справок). Этот сертификат может служить одним из оснований для принятия решений экспертами при комплексной товароведной экспертизе, а также для выдачи сертификата соответствия.

Ветеринарный сертификат не заменяет сертификат соответствия при обязательной сертификации. Вместе с тем, неправомочно требование дополнительной ветеринарно-санитарно экспертизы продукции, имеющей сертификат соответствия и не изменяющей показатели ветеринарной безопасности при перевозке и хранении (например, мясные консервы).

Экологическая экспертиза. Целями экологической экспертизы являются предотвращение загрязнения окружающей среды при потреблении (эксплуатации) товаров, а также обеспечение безопасности среды для человека.

Важнейшая задача экологии — выявление антропогенного влияния на окружающую среду. Одним из антропогенных факторов является товар (вещи), которыми пользуется человек для обеспечения своей жизнедеятельности. Некоторые из этих товаров оказывают вредное влияние на окружающую среду на стадии производства, другие — при хранении, перевозке, подготовке к реализации, потреблении (эксплуатации) и, как правило, все — при утилизации. По сути дела все производимые и употребляемые товары оказывают большее или меньшее влияние на окружающую среду, но степень этого влияния неодинакова у разных товаров. Установление степени влияния на окружающую среду и предотвращение отрицательного воздействия на нее конкретных потребительских товаров — основополагающая задача экологической экспертизы.

Задачи экологической экспертизы:

* установление номенклатуры товаров опасных и потенциально опасных для окружающей среды;
* оценка потребительских товаров по степени отрицательного воздействия на окружающую среду;
* определение предельно допустимых концентраций загрязнителей, образующихся на разных этапах технологического цикла товаров;
* разработка и применение методов экспертной оценки экологических свойств товаров;
* подтверждение соответствия экологических свойств установленным нормам.

Вредное воздействие товаров на окружающую среду проявляется в форме загрязнения атмосферы, почвы, воды, а также среды, контактирующей с товаром, в том числе с пищевыми продуктами. В свою очередь загрязненная окружающая среда опасна для жизнедеятельности человека. Для предотвращения опасности и обеспечения безопасной для человека среды обитания необходимо установить требования к экологическим свойствам товаров при постановке продукции на производство, а также при ее выпуске, реализации и эксплуатации, для чего необходимо проводить экологическую экспертизу.

В соответствии с Федеральным законом термин "экологическая экспертиза" определяется следующим образом: "Экологическая экспертиза — установление соответствия намечаемой хозяйственной или иной деятельности экологическим требованиям и определение допустимости реализации объекта экологической экспертизы в целях предупреждения возможных неблагоприятных воздействий этой деятельности на окружающую природную среду и связанных с ними социальных, экономических и иных последствий реализации объекта экологической экспертизы".

В Российской Федерации осуществляется государственная, и общественная экологическая экспертиза. Одним из объектов этих видов экспертизы являются проекты технической документации на новую технику, технологию, сертифицируемые товары и услуги, которые входят в перечень, утверждаемый федеральным специально уполномоченным органом в области экологической экспертизы, в том числе на закупаемые за рубежом товары.

Сложность заключается в отсутствии правовой базы, обязывающей экспертные организации и органы государственного контроля своевременно информировать органы Госсанэпиднадзора о выявлении товарных партий или единичных экземпляров продукции. В соответствующих правовых актах должен быть предусмотрен порядок информирования и организации прослеживаемости условно пригодной, а также опасной продукции, введена ответственность за сокрытие информации о такой продукции, нарушения условий ее сохранности и уничтожения.

Лишь при проведении экологической экспертизы предусматривается ответственность за нарушение ФЗ "Об экологической экспертизе" (ст. 30—34), в частности за реализацию объектов экологической экспертизы без положительного заключения экспертов. Владельцы опасной продукции, нарушающие порядок ее уничтожения, должны знать, что в соответствии со ст. 31 указанного Федерального закона "лица, виновные в совершении нарушения законодательства Российской Федерации об экологической экспертизе или в нарушении, повлекшем за собой тяжкие прямые или косвенные экологические или иные последствия, несут уголовную ответственность в соответствии с Уголовным кодексом РФ".

Заключение экологической экспертизы — документ, подготовленный экспертной комиссией, содержащий обоснованные выводы о допустимости воздействия на окружающую природную среду хозяйственной или иной деятельности либо других объектов экспертизы и о возможности их реализации, одобренный большинством списочного состава экспертной комиссии.

3.    Методы товарной экспертизы

Метод товарной экспертизы — способ достижения конечных результатов экспертной оценки товаров.  При проведении товарной экспертизы пользуются различными методами оценки товаров.             Методы ТЭ подразделяются на две группы: объективные и эвристические.

Объективные методы – методы, основанные на определении характеристик товаров путем измерений или регистрации каких-либо несоответствий, отказов, отклонений от установленных требований.

Объективные методы делят на измерительный, регистрацион­ный, расчетный и метод опытной эксплуатации.

Измерительный (лабораторный, инструментальный) метод определения численных значений показателей качества основан на информации, получаемой при использовании технических средств измерений (измерительных приборов, реактивов и др.).

 Регистрационный метод основан на наблюдении и подсчете числа определенных событий, случаев, предметов или затрат. Этим методом определяют, например, количество отказов за опреде­ленный период эксплуатации изделия, затраты на создание и (или) использование изделий, количество дефектных изделий в партии.

Расчетный метод основан на получении информации расчетом. Показатели качества рассчитываются по математическим форму­лам, по параметрам, найденным другими методами, например измерительным. Расчетный метод используют при проектировании и констру­ировании изделия.

Метод опытной эксплуатации используют, как правило, для определения показателей надежности, экологичности, безопас­ности. В процессе реализации этого метода изучается взаимодей­ствие человека с изделием в конкретных условиях его эксплуата­ции или потребления, что имеет большое значение, так как из­мерительные методы не всегда позволяют полностью воспроизве­сти реальные условия функционирования изделия.

Эвристические методы – методы, основанные на совокупности логических приемов и методических правил теоретических исследований для достижения (нахождения) конечных результатов. Общим для всех эвристических методов является субъективный подход к оценкам, построение гипотез, догадок, основанных на предположениях отдельных лиц. Методы каждой подгруппы не заменяют, а дополняют друг друга или имеют самостоятельные сферы применения.                                                 Эвристические методы делят на органолептический,  социологический,  экспертный.

Органолептический метод основывается на использовании ин­формации, получаемой в результате анализа ощущений и вос­приятий с помощью органов чувств человека — зрения, обоня­ния, слуха, осязания, вкуса. При этом методе не исключается использование некоторых технических средств (кроме измеритель­ных и регистрационных), повышающих разрешающие способно­сти органов чувств человека, например лупы, микрофона с уси­лителем громкости и т. п.                                                                            Разновидностью органолептического метода являются сенсор­ный, дегустационный.  
          Сенсорный (от лат. sensus — восприятие, чувство, ощущение) анализ применяется для оценки качества продуктов питания. В ре­зультате сенсорного анализа определяют цвет, вкус, запах, кон­систенцию пищевых продуктов.                                                                                             Дегустационный метод предполагает апробирование пищевых продуктов. Результаты дегустации зависят от квалификации экс­перта, соблюдения условий дегустации.

Социологический метод определения показателей качества ос­нован на сборе и анализе мнений потребителей. Сбор мнений по­требителей осуществляется различными способами: устный оп­рос; распространение анкет-вопросников, организация выставок-продаж, конференций, аукционов. Социологический метод широко используют на стадии выполнения маркетинговых исследований, при изучении спроса, для определения показателей качества, оценки качества.

Экспертный метод определения показателей качества основан на учете мнений специалистов-экспертов. Этот метод применяют в тех случа­ях, когда показатели качества не могут быть определены другими методами из-за недостаточного количества информации, необхо­димости разработки специальных технических средств и т.п . При использовании экспертного метода важ­ны следующие факторы: компетентность экспертов при форми­ровании экспертной группы; способы опроса экспертов; способы обмена информацией; типы шкал, применяемых для оценки. Достоверность результатов оценки за­висит от компетентности и квалификации экспертов.

При использовании экспертного метода для оценки качества формируют рабочую и экспертную группы. Рабочая группа орга­низует процедуру опроса экспертов, собирает анкеты, обрабаты­вает и анализирует экспертные оценки. Экспертная группа формируется из высококвалифицирован­ных специалистов в области создания и использования оцениваемой продукции: товароведы, маркетологи, дизайнеры, конструк­торы, технологи и др. Число экспертов, входящих в группу должно быть не менее 7 — 12 чел.

     При оценке качества товара экспертным методом в настоящее время используются три основных способа:

·    способ ведущего (единичного) эксперта;

·    способ комиссий (групп)

·    комбинированный способ

Способ ведущего эксперта (изделие оценивает один специалист) не требует сложных процедур согласования и статистической обработки различных мнений. Однако результат экспертизы в значительной степени зависит от уровня знаний и компетентности эксперта.

Способ экспертных комиссий (в оценке принимает участие группа специалистов) позволяет получать вполне объективное усредненное мнение коллектива, но требует больших затрат времени и длительной работы по организации и подготовке экспертизы.

При комбинированном способе оценку проводят ведущий эксперт и небольшая по численности экспертная группа. Этот способ широко используется при аттестации изделий по группе эстетических показателей качества и дает возможность получать надежные и достоверные результаты.

Преимущества экспертных методов:

1. Приемлемы для любых случаев

2. Высокая воспроизводимость результатов (до 90-95%)

Недостатки экспертных методов - сложность согласования мнений экспертов.

Экспертные методы подразделяются на три группы:

1) методы  группового опроса экспертов

2) математико-статистические методы обработки экспертных оценок

3) методы экспертной оценки показателей качества

 Методы группового опроса основаны на проведении опроса группы экспертов с последующим анализом и обработкой полученной от них информации. Целью этих методов является получение групповой экспертной оценки для принятия окончательных решений. Основанием для выбора служит необходимость принятия сложных решений в ситуации неопределенности или составление научно обоснованного прогноза, требующего участия группы независимых и компетентных специалистов.

Математико-статистические методы обработки экспертных оценок предназначены для повышения достоверности результатов оценки качества товаров экспертами. Подразделяются на четыре подгруппы методов: ранжирования, непосредственной оценки, последовательных предпочтений и парных сравнений.

* метод ранжирования предназначен для решения многих практических задач, когда объекты не поддаются непосредственному измерению.
* метод непосредственной оценки состоит в том, что диапазон изменения какой-либо количественной переменной разбивается на несколько интервалов, каждому из которых присваивается определенная оценка в баллах, например, от 0 до 10.
* метод последовательных предпочтений – метод, основанный на сравнении отдельного объекта с суммой последующих объектов для установления его важности.
* метод парных сравнений. Этот метод основан на сравнении объектов экспертизы попарно для установления наиболее важного в каждой паре.

Методы экспертной оценки показателей качества товаров – это методы определения действительных значений единичных и комплексных показателей качества. Предназначены для определения значений показателей качества расчетным или эвристическим путем в случаях, когда применение измерительных методов невозможно или неэкономично из-за чрезмерных расходов на их применение.

4.              Организация проведения товарной экспертизы

При планировании проведения товарной экспертизы принято выделять 3 этапа:

* подготовительный;
* основной;
* заключительный.

Для каждого этапа характерны специфические особенности — средства, методы и приемы. Рациональный выбор их предопределяет успех экспертизы, ее конечные результаты.

**63. Правовой статус потребителя в торговом обороте.**

Определить понятие «правовой статус» можно, обратившись к логическому толкованию термина «статус». В переводе с латинского он означает «положение», «состояние» кого-либо, чего-либо. В самом широком смысле правовой статус определяется в науке как юридически закрепленное положение личности в обществе. В основе правового статуса лежит фактический социальный статус, т.е. реальное положение человека в системе общественных отношений. Право лишь закрепляет это положение, вводит его в законодательные рамки. Категория правового статуса личности характеризует объем прав, свобод и обязанностей, которыми обладает субъект права. Юридическое оформление фактического положения индивида осуществляется с помощью ряда специфических средств. Оно начинается с признания человека субъектом действующего в обществе права и наделения его при этом особыми качествами – правоспособностью и дееспособностью, после чего он может вступать в соответствующие правоотношения, нести ответственность.

Основы правового статуса личности закреплены в главе 2 Конституции РФ «Права и свободы человека и гражданина». Потребитель-гражданин, как экономически наименее защищенный участник гражданского оборота наделяется законодательством специальным правовым статусом, определяющим особенности его правового положения среди иных участников гражданского оборота.

Правовой статус потребителя рассматривается в **субъективном смысле**– как система специфичных возможностей, предоставленных потребителю правом, и в **объективном смысле** – как система норм права, представляющая собой комплексный правовой институт, включающий нормы различных отраслей права, регулирующих особую группу общественных отношений, возникающих в сфере осуществления и защиты прав потребителей.

Правовой статус потребителя характеризуется такими чертами, как «дополнительность» по отношению к общему правовому статусу (в его рамках гражданин наделяется дополнительными правовыми возможностями) и комплексный характер, обусловленный тем, что особенности правового положения потребителя не ограничиваются рамками одной отрасли и субъект частного права наделяется специфичными публично-правовыми возможностями. Элементами специального правового статуса потребителя являются его специальная правосубъектность и совокупность специфичных прав потребителя. Основными правомочиями, определяющими правовой статус потребителя являются:

1) право на просвещение;

2) право на информацию;

3) право на безопасность товаров, работ (услуг);

4) право потребителей на качество товаров, работ (услуг);

5) право на возмещение имущественных убытков;

6) право на компенсацию морального вреда;

7) право на судебную защиту.

Статья 3 Закона РФ «О защите прав потребителей» регулирует общий порядок реализации права потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей. Согласно указанной статье право потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей обеспечивается посредством включения соответствующих требований в государственные образовательные стандарты и общеобразовательные и профессиональные программы, а также посредством организации системы информации потребителей об их правах и необходимых действиях по защите этих прав.

Следующим правомочием, определяющим правовой статус потребителя является право потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах). В соответствии с п. 1 ст. 8 Закона РФ «О защите прав потребителей» потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах (работах, услугах).

Информация о товарах (работах, услугах) в соответствии с п. 2 ст. 8 Закона РФ «О защите прав потребителей» должна в наглядной и доступной форме доводиться до сведения потребителя при заключении договоров о реализации товаров (выполнении работ, оказании услуг) способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, на русском языке, а дополнительно, по усмотрению изготовителя (исполнителя, продавца) на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации[16]. Следовательно, информация о товарах (работах, услугах) должна отвечать двум критериям: необходимости и достоверности. Способы доведения информации до потребителя определяются спецификой отдельных сфер обслуживания потребителей (как правило, они регламентируются правилами продажи отдельных видов товаров и правилами оказания услуг).

Статья 9 Закона РФ «О защите прав потребителей» устанавливает состав обязательной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), которую он обязан довести до сведения потребителя. Состав информации зависит от того, является изготовитель (исполнитель, продавец) юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем. Для юридического лица в состав обязательной информации входят фирменное наименование, место его нахождения (адрес) и режим его работы.

В ст. 10 Закона РФ «О защите прав потребителей» определен объем обязательной информации, которую изготовитель (продавец, исполнитель) обязан довести до потребителя. Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. Указанная информация доводится до сведения потребителей в технической документации, прилагаемой к товарам (работам, услугам), на этикетках, маркировкой или иным способом, принятым для отдельных видов товаров (работ, услуг). Информация об обязательном подтверждении соответствия товаров предоставляется в порядке и способами, которые установлены законодательством РФ о техническом регулировании, и включает в себя сведения о номере документа, подтверждающего такое соответствие, сроке его действия и организации, его выдавшей (п. 3 ст. 10 Закона РФ «О защите прав потребителей»).

**64. Право потребителя на информацию о продавце (изготовителе) и товаре.**

# Статья 8. Право потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах)

1. Потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), [режиме его работы](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358915/ac1a448fb00fbf7757cb9a1bdf809b9cfaa990b0/#dst100077) и реализуемых им товарах (работах, услугах).

2. Указанная в [пункте 1](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358915/7277de8b3c2fcf0360ef348aae019c0da29095fa/#dst100053) настоящей статьи информация в наглядной и доступной форме доводится до сведения потребителей при заключении договоров купли-продажи и договоров о выполнении работ (оказании услуг) способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, на русском языке, а дополнительно, по усмотрению изготовителя (исполнителя, продавца), на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации.

3. Уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель по требованию потребителя обязаны предоставить подтверждение своих полномочий, вытекающих из заключенного ими договора с изготовителем (продавцом).

Изготовитель (исполнитель, продавец) сам должен определять необходимый объем этой информации, памятуя о своей ответственности за неполноту предоставленной информации в соответствии с Законом РФ "О защите прав потребителей". В соответствии с п. 1 ст. 8 Закона РФ "О защите прав потребителей" потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах (работах, услугах). Указанная информация в наглядной и доступной форме доводится до сведения потребителя на русском языке.

В ст. 10 Закона РФ "О защите прав потребителей" определен объем обязательной информации, которую изготовитель (продавец, исполнитель) обязан довести до потребителя. При этом Закон РФ "О защите прав потребителей" не устанавливает конкретные способы, которыми указанная информация должна доводиться до потребителя, а ограничивается лишь перечислением возможных способов ее доведения.

**65. Права потребителя при продаже товара ненадлежащего качества. Права потребителя при продаже товара надлежащего качества**.

# Статья 18. Права потребителя при обнаружении в товаре недостатков

1. Потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков, если они не были оговорены продавцом, по своему выбору вправе:

* потребовать замены на товар этой же марки (этих же модели и (или) артикула);
* потребовать замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;
* потребовать соразмерного уменьшения покупной цены;
* потребовать незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом;
* отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы. По требованию продавца и за его счет потребитель должен возвратить товар с недостатками.

При этом потребитель вправе потребовать также полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. Убытки возмещаются в сроки, установленные настоящим [Законом](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358915/00616d1e160d7ff7ac8d5a6a8e4525fb75e3b486/#dst100395) для удовлетворения соответствующих требований потребителя.

В отношении технически сложного товара потребитель в случае обнаружения в нем недостатков вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за такой товар суммы либо предъявить требование о его замене на товар этой же марки (модели, артикула) или на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены в течение пятнадцати дней со дня передачи потребителю такого товара. По истечении этого срока указанные требования подлежат удовлетворению в одном из следующих случаев:

* обнаружение существенного недостатка товара;
* нарушение установленных настоящим [Законом](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358915/c771be122fddbc6e3087cbf43aa39a85a960a296/#dst30) сроков устранения недостатков товара;
* невозможность использования товара в течение каждого [года](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_209326/c15096fa175ac98be8932a002da21681dd212910/#dst100235) гарантийного срока в совокупности более чем тридцать дней вследствие неоднократного устранения его различных недостатков.

[Перечень](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_321359/63df0c03a72c20f83fbac36216d643e24c7dc5cd/" \l "dst100008) технически сложных товаров утверждается Правительством Российской Федерации.

2. Требования, указанные в [пункте 1](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358915/76ae101b731ecc22467fd9f1f14cb9e2b8799026/#dst14) настоящей статьи, предъявляются потребителем продавцу либо уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю.

3. Потребитель вправе предъявить требования, указанные в [абзацах втором](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358915/76ae101b731ecc22467fd9f1f14cb9e2b8799026/#dst15) и [пятом пункта 1](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358915/76ae101b731ecc22467fd9f1f14cb9e2b8799026/#dst18) настоящей статьи, изготовителю, уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю, импортеру.

Вместо предъявления этих требований потребитель вправе возвратить изготовителю или импортеру товар ненадлежащего качества и потребовать возврата уплаченной за него суммы.

 Отсутствие у потребителя кассового или товарного чека либо иного документа, удостоверяющих факт и условия покупки товара, не является основанием для отказа в удовлетворении его требований.

Продавец (изготовитель), уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер обязаны принять товар ненадлежащего качества у потребителя и в случае необходимости провести проверку качества товара. Потребитель вправе участвовать в проверке качества товара.

В случае спора о причинах возникновения недостатков товара продавец (изготовитель), уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер обязаны провести экспертизу товара за свой счет. Экспертиза товара проводится в сроки, установленные [статьями 20](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358915/c771be122fddbc6e3087cbf43aa39a85a960a296/#dst100388), [21](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358915/6dd6c070a38a1de71282c1f0206c1d9131d7446c/#dst100159) и [22](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358915/00616d1e160d7ff7ac8d5a6a8e4525fb75e3b486/#dst100395) настоящего Закона для удовлетворения соответствующих требований потребителя. Потребитель вправе присутствовать при проведении экспертизы товара и в случае несогласия с ее результатами оспорить заключение такой экспертизы в судебном порядке.

Если в результате экспертизы товара установлено, что его недостатки возникли вследствие обстоятельств, за которые не отвечает продавец (изготовитель), потребитель обязан возместить продавцу (изготовителю), уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю, импортеру расходы на проведение экспертизы, а также связанные с ее проведением расходы на хранение и транспортировку товара.

Продавец (изготовитель), уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер отвечает за недостатки товара, на который не установлен гарантийный срок, если потребитель докажет, что они возникли до передачи товара потребителю или по причинам, возникшим до этого момента.

В отношении товара, на который установлен гарантийный срок, продавец (изготовитель), уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер отвечает за недостатки товара, если не докажет, что они возникли после передачи товара потребителю вследствие нарушения потребителем правил использования, хранения или транспортировки товара, действий третьих лиц или непреодолимой силы.

Доставка крупногабаритного товара и товара весом более пяти килограммов для ремонта, уценки, замены и (или) возврат их потребителю осуществляются силами и за счет продавца (изготовителя, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера). В случае неисполнения данной обязанности, а также при отсутствии продавца (изготовителя, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) в месте нахождения потребителя доставка и (или) возврат указанных товаров могут осуществляться потребителем. При этом продавец (изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) обязан возместить потребителю расходы, связанные с доставкой и (или) возвратом указанных товаров.

Основной обязанностью продавца в сфере защиты прав потребителей является предоставление товара покупателю надлежащего качества. Статьей 4 Закона о защите прав потребителей установлено, что надлежащим качеством товара будет являться:

* соответствие его договору;
* пригодность для использования в целях, для которых такой товар обычно применяется;
* пригодность для использования в целях, для которых такой товар приобретается покупателем (покупатель в таком случае должен поставить в известность продавца о целях приобретения товара);
* соответствует образцу или описанию (при продаже товара по образцу или описанию);
* соответствует обязательным требованиям, предъявляемым к товару, установленным законодательством.

Во исполнение названных положений к качеству товара, законодателем для продавцов и изготовителей товара предусмотрены дополнительные требования:

* товар должен быть безопасным для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинял вред имуществу потребителя в каждодневном его применении (статья 7 Закона о защите прав потребителей);
* на товар в некоторых случаях обязательно установление срока службы, срока годности, гарантийного срока (статья 5 Закона о защите прав потребителей, Постановление Правительства Российской Федерации от 16 июня 1997 года №720 «Об утверждении перечня товаров длительного пользования, в том числе комплектующих изделий (деталей, узлов, агрегатов), которые по истечении определенного периода могут представлять опасность для жизни, здоровья потребителя, причинять вред его имуществу или окружающей среде и на которые изготовитель обязан устанавливать срок службы, и перечня товаров, которые по истечении срока годности считаются непригодными для использования по назначению»);
* обязательно раскрытие информации как об изготовителе и продавце, так и о товаре. При этом необходимо учитывать, что по отдельным видам товаров перечень и способы доведения информации до потребителя устанавливаются Правительством Российской Федерации. Продавец или изготовитель, осуществивший реализацию товара ненадлежащего качества, несет в соответствии с законодательством ряд неблагоприятных последствий.

**66. Способы защиты прав потребителей**.

## Способы защиты прав

Для того чтобы противостоять незаконным действиям отдельных продавцов, каждый гражданин должен быть осведомлен о своих потребительских правах. В случае если эти права нарушаются третьей стороной, и меры самостоятельной защиты прав не дают никакого результата, то стоит обратиться к юристу, и с его помощью составить претензию.

В настоящее время в нашей стране действует больше десятка механизмов защиты потребительских прав граждан. Все эти способы осуществляются посредством принятия следующих решений:

* признание сделки недействительной;
* полное соглашение и признание нарушителем в составе причиненного преступления;
* прекращение правовых отношений между сторонами;
* возмещение нанесенных материальных или моральных убытков;
* уплата неустойки по сделке;
* присуждение ответной стороне к исправлению проблемной ситуации;

## Порядок защиты прав

Можно выделить следующие этапы, которые предусмотрены законодательством для защиты потребителями своих прав:

* непосредственное обращение к продавцу с предъявлением к нему требований и претензий;
* если продавец не идет на контакт, составляется претензия на имя руководителя;
* если и это не помогает урегулировать спорные отношение, то остается только обращаться в суд.

Стоит сделать ударение на том, что все эти положения четко прописаны в законодательстве РФ. Поэтому, любой гражданин нашей страны, который стал жертвой мошенничества или обмана, имеет все шансы восстановить свои права, ведь на его стороне закон. Вооружившись знаниями законодательства, можно смело начинать процедуру по защите своих потребительских прав.

**67. Понятие, виды и методы управления коммерческими рисками.**

Для поддержания устойчивой работы предпринимателю необходимо заниматься выявлением и анализом факторов, оказывающих влияние на уровень рисков. Поскольку риск имеет субъективную основу в результате принятия решения самим коммерсантом и объективную — из-за влияния внешней среды, то успехи и неудачи коммерческой деятельности следует рассматривать с учетом их классификации на внутренние и внешние.

#### Внешние факторы

Под внешними факторами понимают те условия, которые коммерсант не может изменить, но должен учитывать, поскольку они влияют на состояние его дел.

Внешние факторы, влияющие на уровень коммерческого риска, подразделяют на:

* **факторы прямого воздействия**, которые непосредственно влияют на результаты коммерческой деятельности. К ним относятся:
  + законы, регулирующие коммерческую деятельность;
  + непредвиденные действия государственных служб и учреждений;
  + налоговая система;
  + взаимоотношения с партнерами;
  + действия конкурентов;
  + коррупция и рэкет;
* **факторы косвенного воздействия** (они не могут оказывать прямого воздействия, но способствуют его изменению):
  + политические условия;
  + экономическая обстановка в стране;
  + экономическое положение на рынке;
  + международные события;
  + форс-мажорные обстоятельства.

#### Внутренние факторы

К внутренним факторам относятся:

* стратегия организации (ошибочный выбор собственных целей торгового предприятия, ошибочный прогноз развития внешней среды, неверная оценка потенциала торгового предприятия);
* управление торговым предприятием и принятие управленческих решений (низкое качество управления трудовыми, материальными, финансовыми ресурсами в связи с несогласованностью действий сотрудников, недостатком опыта, финансовыми просчетами, плохой организацией труда и т.д.);
* организация процессов купли-продажи (соблюдение договорной дисциплины, рациональный выбор поставщиков, применение рационального товародвижения, выбор эффективной сервисной политики);
* наличие финансовых средств (трудности получения кредитов, высокие их проценты, создание необходимых запасов материальных ресурсов);
* потеря товаров из-за небрежности работников торгового предприятия;
* вероятность нечестности работников, что может нанести материальный ущерб торговому предприятию;
* низкая квалификация коммерческих работников, результатом деятельности которых может быть рискованная сделка;
* приостановка деловой активности торгового предприятия.

#### Виды факторов риска по степени управляемости

Большое значение имеет разделение факторов риска **по степени управляемости:**

* управляемые;
* труднорегулируемые;
* неуправляемые.

**Управляемыми** являются факторы, которые зависят от качества работы предприятия: качество управленческой работы на предприятии; уровень организации труда; эффективность использования ресурсов.

**Труднорегулируемыми** являются факторы, которые зависят от предыстории предприятия и в исследуемом периоде с трудом или частично поддаются воздействию: помещение, в котором размещается предприятие, квалификация и численность персонала, взаимоотношения в коллективе.

**Неуправляемые** факторы — это такие факторы, которые не могут быть изменены, а могут быть только учтены. Это — климатические и политические условия, курсы валют и др.

Существенным фактором, влияющим на риск, являются **черты личности коммерсанта**. Это обусловлено тем, что ситуация риска связана с наличием альтернатив, необходимостью выбрать один конкретный вариант поведения из множества возможных. Выбор варианта во многом зависит от [характера](https://www.grandars.ru/college/psihologiya/harakter-cheloveka.html) коммерсанта, его способности правильно оценить ситуацию, степень риска, от его смелости и способности своевременно принять необходимое решение.

Коммерческий риск возникает в силу **неопределенности** воздействия всех факторов внешней среды на коммерческую деятельность.

Наличие коммерческого риска — это оборотная сторона экономической свободы, своеобразная плата за нее. Свобода предоставлена всем предпринимателям, свободе одного коммерсанта- предпринимателя сопутствует одновременно свобода и других продавцов и потребителей, поэтому с развитием рыночных отношений возрастают неопределенность и коммерческий риск.

### Оценка степени риска

В литературе зачастую не делают различий между понятиями «риск» и «неопределенность». Но все-таки они различаются, поскольку риск характеризует такую ситуацию, когда наступление неизвестных событий весьма вероятно и может быть оценено количественно. Неопределенность — более широкое и емкое понятие, так как обусловлена всеми факторами, которые влияют на конечный результат коммерческой деятельности, она характеризуется тем, что вероятность наступления неизвестных событий оценить заранее невозможно.

Неопределенность измерить практически невозможно, в то время как коммерческий риск измеряется количественно путем учета потерь и неполучения запланированного конечного результата коммерческой деятельности.

В коммерческой деятельности потери от риска могут быть разные:

* материальные (здания, сооружения, сырье, материалы);
* трудовые (потери рабочего времени, уход квалифицированных работников);
* финансовые (непредусмотренные штрафы);
* потери времени;
* специальные виды потерь (ущерб, наносимый здоровью людей, окружающей среде и др.).

Определить степень риска можно с помощью:

* статистического метода (основан на приемах математической статистики с использованием показателей финансово-хозяйственной деятельности);
* экспертного метода (учитывают влияние различных факторов риска и определяют вероятность возникновения различных потерь).

## Виды рисков в коммерческой деятельности

В процессе своей деятельности коммерсант может столкнуться с различными видами рисков. Для удобства анализа риски принято классифицировать.

Выделяют риски:

* **неизбежные**, которые можно заранее учесть и переложить на страховые компании, заключив с ними договоры страхования (риски от аварий, хищений, транспортировки товаров, риски от стихийных бедствий, от нарушений обязательств партнеров — «боны гарантии», риски потерь от нечестности и небрежности работников — «боны честности», риски потерь от болезни сотрудников);
* риски, **связанные с неизбежной неопределенностью** (риск потерь от непредсказуемого изменения спроса, изменение конъюнктуры акций и ценных бумаг, изменения моды, достижения научно-технического прогресса и т.д.).

## Управление рисками в коммерческой деятельности

Как уже отмечалось, 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](https://www.grandars.ru/college/biznes/torgovoe-predpriyatie.html), 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](https://www.grandars.ru/college/pravovedenie/subekty-predprinimatelskoy-deyatelnosti.html) может отказаться в процессе ведения хозяйственной деятельности от совершения финансовых операций, связанных с высоким риском, т.е. **уклониться от риска**. В таких случаях не всегда получают те результаты, которые могли быть достигнуты, но зато это позволяет полностью избежать потенциальных потерь. Но, к сожалению, это не всегда возможно.

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

* если уклонение от одного вида риска не влечет за собой возникновение других видов рисков;
* если уровень риска намного выше уровня возможных доходов коммерческой сделки;
* если финансовые потери по данному виду риска торговое предприятие не имеет возможности возместить за счет собственных финансовых средств из-за больших размеров.

Однако не от всех видов коммерческих рисков торговое предприятие может уклониться, в большей части оно сознательно идет на риск и занимается [коммерческой деятельностью](https://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/kommercheskaya-deyatelnost.html). Одни виды рисков принимаются как неизбежные, другие риски принимаются потому, что несут в себе возможность прибыли.

### Методы снижения коммерческого риска

Основными направлениями политики риска являются:

* политика избежания риска;
* политика принятия риска;
* политика снижения степени риска.

**Политика избежания риска** состоит в разработке таких мероприятий, которые позволяют полностью исключить конкретный вид хозяйственного риска. В основном это достигается путем отказа от осуществления таких хозяйственных операций, уровень риска которых чрезмерно высок. Эта политика наиболее проста, но не всегда эффективна, так как, избегая рисков, предприятие одновременно теряет возможность получить достаточно высокую прибыль.

**Политика принятия риска** означает желание и возможность покрытия риска за счет собственных средств. Такая политика уместна при стабильном финансовом состоянии предприятия, желании расширить деятельность, однако может привести к большим неоправданным потерям.

**Политика снижения риска** предполагает уменьшение вероятности и объема потерь. Существуют методы и приемы, с помощью которых можно снизить риск коммерческой деятельности. Наиболее широко используемыми и эффективными методами предупреждения и снижения риска являются:

* [страхование](https://www.grandars.ru/college/strahovanie/strahovanie.html) (внутреннее и внешнее);
* диверсификация;
* лимитирование.

#### Страхование

Наиболее опасные по своим последствиям коммерческие риски подлежат нейтрализации путем **страхования**. В настоящее время рынок страхования насчитывает около 3000 страховых компаний.

Прибегая к страхованию, коммерческая организация должна четко определить те виды рисков, по которым необходимо обеспечить страховую защиту. При выборе страховой компании следует учитывать определенные критерии, а именно — наличие лицензии, размер уставного капитала и собственных средств, размер тарифов, используемых страховой компанией, финансовая устойчивость страховой компании и др.

Взаимоотношения торгового предприятия и страховой компании основываются на договоре страхования — соглашения между страхователем и страховщиком, регламентирующего их взаимные права и обязанности по условиям страхования отдельных коммерческих рисков.

**Внешнее страхование** заключается в передаче риска (ответственности за результаты негативных последствий) за определенное вознаграждение другой организации (страховой компании). Согласно российскому законодательству страховать можно следующие события:

* сокращение объема товарооборота в результате оговоренных в договоре событий;
* признание банкротства торгового предприятия;
* непредвиденные расходы;
* неисполнение (ненадлежащее исполнение) договорных обязательств контрагентом застрахованного лица, являющегося кредитором по сделке;
* понесенные застрахованным субъектом судебные расходы;
* иные события.

Это может быть страхование имущества предприятия, грузов при транспортировке, сотрудников от несчастных случаев и другие виды страхования.

**Внутреннее страхование** осуществляется в пределах самого предприятия. Оно проводится путем создания специальных фондов для возмещения убытков. Перечень таких фондов и размеры отчислений в них определяются уставом предприятия. Их источником служит прибыль. Страхование распространяется лишь на часть имущества торгового предприятия. Такое страхование торговому предприятию выгоднее, нежели привлечение для этой цели страховой компании.

#### Диверсификация

Одним из методов снижения коммерческих рисков является диверсификация.

**Диверсификация** (лат. — изменение, разнообразие, «диверсис» — разный, «фацио» — делаю; расширение ассортимента товаров, сфер деятельности) представляет собой процесс распределения средств между различными объектами, непосредственно не связанными между собой. Это позволяет снизить риск, так как трудно предположить, что рисковая ситуация возникнет одновременно на всех объектах.

Различают несколько форм диверсификации:

* Диверсификация видов [хозяйственной деятельности](https://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/process-vosproizvodstva.html) предполагает использование различных возможностей для получения дохода и прибыли, т.е. вложение средств **одновременно в несколько разных предприятии**, создание филиалов в различных регионах и т.п.
* Диверсификация поставщиков предусматривает **изобилие источников поступления** товаров.
* Диверсификация ассортимента предполагает включение в ассортимент предприятия **товаров с противоположной направленностью спроса** (например, прохладительные напитки и горячий чай в кафе). Это позволяет снижать экономический риск в период временного уменьшения спроса на отдельные товары.
* Диверсификация покупателей товаров позволяет расширить **границы рынка на другие территории и сегменты** рынка и увеличить товарооборот.
* Диверсификация так называемого депозитного портфеля предполагает размещение **временно свободных денежных средств в различных банках**, что снижает риск их потери при банкротстве банка.

#### Лимитирование

**Лимитирование** предполагает установление системы ограничений на величину [сделки](https://www.grandars.ru/college/pravovedenie/sdelka.html). Это может быть ограничение на максимальный объем сделки с одним партнером, максимальный размер товарного запаса, максимальный размер кредита, предоставляемого одному покупателю, максимальный размер вклада в одном банке и т.д.

Любое снижение риска имеет свою цену. Это так называемая плата за снижение риска. При внешнем страховании платой за снижение риска будет величина страховых взносов; при внутреннем страховании — это затраты на создание резервных фондов. Использование диверсификации, как правило, ведет к снижению прибыли от каждого источника дохода. Аналогичное явление наблюдается и при лимитировании. Следовательно, выбирая способ снижения риска, необходимо учитывать его стоимость и целесообразность.

**68. Страхование коммерческих рисков. Морское страхование.**

# Страхование коммерческих рисков

Коммерческие риски – это риски появления убытков у субъектов хозяйственной деятельности в результате невыполнения контрагентами своих обязательств по заключенным контрактам. К коммерческим рискам также относятся изменения условий в хозяйственной деятельности предприятия по независящим от него причинам.

Страхование коммерческих рисков является видом страхования, при котором предоставляется возможность осуществления полной или частичной компенсации субъекту хозяйственной деятельности по его потерям.

  Страховые риски

Страхование коммерческих рисков обеспечивает страховую защиту при наступлении следующих страховых событий:

* коммерческий риск, связанный с изменением или нарушением коммерческой (хозяйственной, уставной, предпринимательской) деятельностью страхователя;
* коммерческий риск, связанный с причинением имущественных убытков (расходов, потерь) страхователю по любой причине, в том числе в результате простоя из-за поломки автотранспорта, оборудования, отключения водоснабжения и электроснабжения, плохих погодных условий, препятствующих осуществлению деятельности предприятия;
* прочие коммерческие риски, определяемые условиями договора страхования, а также исходя из направлений проведения страхователем его хозяйственной деятельности.

  Лимит ответственности и страховой тариф

По договору страхования коммерческих рисков лимит ответственности (страховая сумма) определяется по согласованию сторон. Размер страхового лимита будет зависеть от суммы заключенного соглашения (договора, контракта) между страхователем и его контрагентом или в пределах возможных убытков, которые страхователь может понести при наступлении страхового события.

Страховой тариф рассчитывается при страховании коммерческого риска с учетом важных факторов, влияющих на степень страхового риска:

* рисковые признаки отдельного соглашения;
* предмет заключенного соглашения;
* характер хозяйственной деятельности страхователя и его контрагента;
* платежеспособность обеих сторон;
* прочие факторы.

Окончательный размер страхового тарифа и степень страхового риска определяются страховщиком самостоятельно. При принятии решения во внимание страховщиком берутся:

* основные характеристики и сфера действия договора (соглашения), заключенного между контрагентом и страхователем;
* анализ платежеспособности и финансового состояния контрагента;
* наличие у контрагента материальных гарантий перед страхователем;
* внешние и внутренние риски страхователя и контрагента;
* отдельные рисковые признаки договора, заключаемого между страхователем и контрагентом.

Размер страхового тарифа рассчитывается в зависимости от перечисленных факторов и с помощью страховых корректирующих коэффициентов (понижающих и повышающих).

## Страховой случай

При наступлении событий, имеющих признаки страховых случаев, страхователи обязаны:

* в письменном виде и в срок до трех дней (если иное не установлено договором) сообщить страховщику о свершившемся страховом событии;
* принять дополнительные меры по уменьшению возможных убытков;
* произвести необходимые действия по обеспечению выполнения контрагентом своих обязанностей, определенных в гражданско-правовом соглашении;
* осуществить право требования к лицу, которое виновно в наступившем страховом событии;
* при предъявлении страховщиком требований к виновному лицу в наступлении страхового события способствовать страховщику в судебной и внесудебной защите его интересов;
* предоставлять страховщику доступную документацию и информацию, позволяющую оценивать обстоятельства и последствия страхового случая, а также характер и размер причиненного убытка.

Конкретный размер убытков при наступившем страховом случае определяется страховщиком на основании решении хозяйственного суда. В случае отсутствия судебного спора размер определяется на основании расчетов и документов, предоставленных страхователем. Во внимание страховщиком также принимаются полученные материалы (информация) от компетентных органов:

* выводов от аудитора, финансовых, банковских, налоговых органов;
* соответствующих органов местного самоуправления и государственной власти;
* пожарных и правоохранительных органов;
* выводов эксперта юридической фирмы;
* прочих компетентных органов.

Выплата по страховому возмещению осуществляется на основании документов и в соответствие условий договора страхования коммерческих рисков. В документах должен подтверждаться факт наступления страхового случая, его обстоятельства, причины и размер убытков. Документы должны быть предоставлены в срок, не превышающий тридцати рабочих дней после даты принятия решения об уплате страхового возмещения.

Морское страхование – это страхование рисков, связанных с морским судоходством и перевозкой грузов морским транспортом.  
Морское страхование объединяет различные виды имущественного страхования и страхования ответственности и включает страхование судов, грузов, фрахта и ответственности судовладельцев перед третьими лицами.

Основные риски, принимаемые по договору морского страхования, – убытки в результате нанесения ущерба судну и грузу от пожара, бури, удара молнии, др. стихийных бедствий, столкновения судов, посадки судна на мель, повреждения портовых сооружений, загрязнения моря нефтью, а также убытки в результате принятых мер для спасания груза и судна, розыска судна, по ликвидации последствий морских катастроф.  
 К морскому страхованию относится также страхование рисков, связанных с добычей нефти и газа на морских буровых платформах и ответственности за возможное нанесение ущерба окружающей среде из-за аварии.  
 Страхование осуществляется на случай повреждения или уничтожения платформы, потери прибыли в результате остановки производства, возникновения дополнительных расходов по ликвидации последствий аварии, смерти или телесных повреждений персонала.  
  
 Морское страхование проводится на базе стандартных условий, в основу которых заложены общепринятые в мировой практике Правила морского страхования, разработанные Институтом лондонских страховщиков, а также так называемые Йорк-Антверпенские правила, применяемые в Кодексе торгового мореплавания.  
  При страховании судов используют следующие условия (сгруппированные по степени уменьшения объема страховой ответственности страховщика и страхового покрытия):

* «с ответственностью за все риски»;
* «без ответственности за частную аварию»;
* «без ответственности за повреждения»;
* «с ответственностью только за полную гибель» и др.

Например, при страховании «с ответственностью за все риски» страховщик возмещает судовладельцу:

* убытки от физической гибели или повреждения судна вследствие огня, молнии, взрыва, бури, других стихийных бедствий, посадки судна на мель или его столкновения с какими-либо предметами;
* убытки, взносы и расходы по общей аварии;
* убытки от пропажи судна без вести, от повреждения судна при осуществлении мер по его спасанию и тушению пожара и т. д.

Не возмещается ущерб, возникший вследствие:

* военных действий и военных мероприятий;
* пиратских нападений;
* народных волнений и забастовок;
* конфискации;
* реквизиции;
* ареста и уничтожения судна по требованию властей;
* умысла или грубой небрежности страхователя, выгодоприобретателя или их представителей;
* немореходности судна, его ветхости и износа;
* погрузки без ведома страховщика взрывоопасных и самовозгорающихся веществ (предметов) и в некоторых других случаях (отдельные события могут быть включены в ответственность по соглашению сторон за дополнительную плату).

Согласно условиям страхования «без ответственности за частную аварию» страхуются те же риски, что и при страховании на полных условиях, однако ответственность страховщика не относится к частной аварии (убытки от которой возникают чаще других, хотя и не имеют катастрофического характера).  
 По условиям страхования «без ответственности за повреждение» страховщик не отвечает за повреждения застрахованного судна и его оборудования и доля судовладельца в общей аварии возмещается за вычетом затрат на ремонт судна.  
 При условии страхования «только за полную гибель» убытки возмещаются лишь при гибели судна.

**69. Хеджирование**.

Хеджирование (от [англ.](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA) hedge — ограда, изгородь) — открытие сделок на одном рынке для компенсации воздействия ценовых [рисков](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B8%D1%81%D0%BA) равной, но противоположной позиции на другом рынке. Обычно хеджирование осуществляется с целью [страхования](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%85%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5) рисков изменения цен путём заключения сделок на [срочных рынках](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%80%D0%BE%D1%87%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA).

Наиболее часто встречающийся вид хеджирования — хеджирование [фьючерсными контрактами](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%8C%D1%8E%D1%87%D0%B5%D1%80%D1%81). Зарождение фьючерсных контрактов было вызвано необходимостью страхования от изменения цен на товары. Первые операции с фьючерсами были совершены в [Чикаго](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D0%B3%D0%BE) на [товарных биржах](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%B1%D0%B8%D1%80%D0%B6%D0%B0) именно для защиты от резких изменений [конъюнктуры](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%8A%D1%8E%D0%BD%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0) рынка. До второй половины XX века хеджирование (данный термин был уже тогда закреплён в некоторых нормативных документах) использовалось исключительно для снятия ценовых рисков. Однако, нужно заметить, что целью хеджирования является не снятие рисков, а их оптимизация.

Механизм хеджирования заключается в балансировании обязательств на наличном рынке ([товаров](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80), [ценных бумаг](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%B1%D1%83%D0%BC%D0%B0%D0%B3%D0%B0), [валюты](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B0%D0%BB%D1%8E%D1%82%D0%B0)) и противоположных по направлению на фьючерсном рынке.

Помимо операций с фьючерсами, операциями хеджирования могут считаться и операции с другими срочными инструментами: [форвардными контрактами](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D0%BE%D1%80%D0%B2%D0%B0%D1%80%D0%B4_(%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%82)) и [опционами](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%BF%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD). Продажа опциона согласно нормам [МСФО](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%A1%D0%A4%D0%9E) не может признаваться операцией хеджирования.

Результатом хеджирования является не только снижение рисков, но и снижение возможной [прибыли](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%B8%D0%B1%D1%8B%D0%BB%D1%8C).

Различают хеджирование покупкой и продажей. Хеджирование покупкой (хедж покупателя, длинный хедж) связано с приобретением фьючерса, что обеспечивает покупателю страхование от возможного повышения цен в будущем. При хеджировании продажей (хедж продавца, короткий хедж) предполагается осуществить продажу на рынке реального товара, и в целях страхования от возможного снижения цен в будущем осуществляется продажа срочных инструментов.

Целью хеджирования (страхования рисков) является защита от неблагоприятных изменений цен на рынке [акций](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BA%D1%86%D0%B8%D1%8F_(%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%8B)), товарных [активов](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2_(%D0%B1%D1%83%D1%85%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%8F)), валют, [процентных ставок](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%BA%D0%B0), и прочее. Например, инвестор имеет в портфеле акции «Газпрома», но остерегается снижения цен на этот инструмент, поэтому он открывает короткую позицию по фьючерсу на «Газпром» или покупает [опцион пут](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%83%D1%82-%D0%BE%D0%BF%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD), и таким образом страхуется от падения цен на этот актив.

### Классическое (чистое) хеджирование

Хеджирование путём открытия противоположных позиций на рынке реального товара и фьючерсном рынке. Например, заключается контракт на поставку [пшеницы](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%88%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B0). Но урожай ещё не вырос, есть риск сорвать контракт. Для минимизации рисков покупается опцион на поставку аналогичной партии пшеницы по аналогичной цене. Первый вид хеджирования, который применялся торговцами сельскохозяйственной продукцией в Чикаго (США).

### Полное и частичное хеджирование

Полное хеджирование предполагает страхование рисков на фьючерсном рынке на полную сумму сделки. Данный вид хеджирования полностью исключает возможные потери, связанные с ценовыми рисками. Частичное хеджирование страхует только часть реальной сделки.

### Предвосхищающее хеджирование

Предвосхищающее хеджирование предполагает покупку или продажу срочного контракта задолго до заключения сделки на рынке реального товара. В период между заключением сделки на срочном рынке и заключением сделки на рынке реального товара фьючерсный контракт служит заменителем реального договора на поставку товара. Также предвосхищающее хеджирование может применяться путём покупки или продажи срочного поставочного товара и его последующее исполнение через биржу. Данный вид хеджирования наиболее часто встречается на рынке акций.

### Выборочное хеджирование

Выборочное хеджирование характеризуется тем, что сделки на фьючерсном рынке и на рынке реальных товаров различаются по объёму и времени заключения.

### Перекрёстное хеджирование

Перекрёстное хеджирование характеризуется тем, что на фьючерсном рынке совершается операция с контрактом не на [базовый актив](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9_%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2) рынка реального товара, а на другой финансовый инструмент. Например, на реальном рынке совершается операция с акцией, а на фьючерсном рынке с фьючерсом на биржевой индекс.

### Хеджирование и рехеджирование опционов

Открытие позиций с активом, являющимся базовым для уже открытых позиций по опционам, с целью снижения ценового риска покупателя или продавца опционов. Такая общая позиция называется хеджированной покупкой или соответственно продажей опционов. Однако такое состояние не является постоянным. Изменение цен базового актива или цен опционов часто требует дополнительных корректирующих сделок по покупке или продаже базового актива с целью достижения нового хеджированного состояния — такие действия называются рехеджированием опционов.

**70. Понятие внешнеторговой деятельности и система ее правого регулирования.**

Методы государственного регулирования внешнеторговой деятельности.

Внешнеэкономическая деятельность — внешнеторговая, инвестиционная и иная деятельность, включая производственную кооперацию, в области международного обмена товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности, в том числе исключительными правами на них (интеллектуальная собственность).

Как видим, внешнеэкономическая деятельность представлена такими видами, как:

* внешнеторговая деятельность;
* инвестиционная деятельность;
* производственная кооперация.

Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности осуществляется достаточно большим числом нормативных правовых актов.

Государственное регулирование внешнеторговой деятельности имеет своей целью обеспечение благоприятных условий для ее осуществления, а также защиту экономических и политических интересов Российской Федерации. Оно основывается на таких принципах, как:

1) защита государством прав и законных интересов участников внешнеторговой деятельности, а также прав и законных интересов российских производителей и потребителей товаров, и услуг;

2) равенство и не дискриминация участников внешнеторговой деятельности, если иное не предусмотрено федеральным законом;

3) взаимность в отношении другого государства (группы государств);

4) обеспечение выполнения обязательств Российской Федерации по международным договорам Российской Федерации и осуществление возникающих из этих договоров прав Российской Федерации;

5) выбор мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности, являющихся не более обременительными для участников внешнеторговой деятельности, чем необходимо для обеспечения эффективного достижения целей, для осуществления которых предполагается применить меры государственного регулирования внешнеторговой деятельности;

6) гласность в разработке, принятии и применении мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности;

7) обоснованность и объективность применения мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности;

8) исключение неоправданного вмешательства государства или его органов во внешнеторговую деятельность и нанесения ущерба участникам внешнеторговой деятельности и экономике Российской Федерации;

9) обеспечение обороны страны и безопасности государства;

10) обеспечение права на обжалование в судебном или ином установленном законом порядке незаконных действий (бездействия) государственных органов и их должностных лиц, а также права на оспаривание нормативных правовых актов Российской Федерации, ущемляющих право участника внешнеторговой деятельности на осуществление внешнеторговой деятельности;

11) единство системы государственного регулирования внешнеторговой деятельности;

12) единство применения методов государственного регулирования внешнеторговой деятельности на всей территории Российской Федерации.

Внешняя торговля товарами представляет собой импорт и (или) экспорт товаров.

Внешняя торговля интеллектуальной собственностью — передача исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности или предоставление права на использование объектов интеллектуальной собственности российским лицом иностранному лицу либо иностранным лицом российскому лицу.

Внешняя торговля услугами — оказание услуг (выполнение работ), включающее в себя производство, распределение, маркетинг, доставку услуг (работ) и осуществляемое способами, указанными в ст. 33 Закона о внешней торговле.

Для каждого из указанных видов внешней торговли используются как свои (специфические) методы, так и общие. Наибольшим богатством методов отличается внешняя торговля товарами.

В основе государственного регулирования внешней торговли услугами и интеллектуальной собственностью лежит принцип национального режима, в соответствии с которым иностранным участникам внешнеторговой деятельности предоставляются те же права и возлагаются те же обязанности, что и на отечественных участников, за изъятиями, установленными международными договорами и внутренним законодательством.

**71. Защита экономических интересов России при осуществлении внешнеторговой деятельности (специальные защитные, антидемпинговые и компенсанционные меры).**

# Федеральный закон "О специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мерах при импорте товаров" от 08.12.2003 N 165-ФЗ

Целью настоящего Федерального закона является защита экономических интересов российских производителей товаров в связи с возросшим импортом, демпинговым импортом или субсидируемым импортом на таможенную территорию Российской Федерации.

Настоящий Федеральный закон устанавливает порядок введения и применения специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер при импорте товаров.

Настоящий Федеральный закон применяется к правоотношениям, возникающим в связи с расследованиями, которые предшествуют введению специальных защитных, антидемпинговых или компенсационных мер при импорте товаров и заявления о проведении которых зарегистрированы после вступления в силу настоящего Федерального закона.

Настоящий Федеральный закон не регулирует отношения, связанные с оказанием услуг, выполнением работ, передачей исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности или предоставлением права на использование объектов интеллектуальной собственности, осуществлением инвестиций и валютного контроля.

Введению специальной защитной меры, антидемпинговой меры или компенсационной меры при импорте товара должно предшествовать расследование, проводимое в соответствии с положениями настоящего Федерального [закона](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221014/859ec011fbc071504abe977e2d98b7de65b15258/#dst100261).

Расследование, указанное в [части 1](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221014/2783836a75cf2fe7c65d6fa47ce0c3575d76f1e4/#dst100042) настоящей статьи, проводится в целях установления наличия возросшего импорта на таможенную территорию Российской Федерации и обусловленного этим серьезного ущерба отрасли российской экономики или угрозы причинения серьезного ущерба отрасли российской экономики, а также в целях установления наличия демпингового импорта или субсидируемого импорта и обусловленного этим материального ущерба отрасли российской экономики, угрозы причинения материального ущерба отрасли российской экономики или существенного замедления создания отрасли российской экономики.

# Статья 6. Общие принципы применения специальной защитной меры

# 

1. Специальная защитная мера может быть применена к товару в случае, если по результатам расследования, проведенного органом, проводящим расследования, установлено, что импорт данного товара на таможенную территорию Российской Федерации осуществляется в таких возросших количествах (в абсолютных или относительных показателях к общему объему производства в Российской Федерации непосредственно конкурирующего товара) и на таких условиях, что это причиняет серьезный ущерб отрасли российской экономики или создает угрозу причинения серьезного ущерба отрасли российской экономики.

2. Специальная защитная мера применяется к товару, импортируемому на таможенную территорию Российской Федерации, в соответствии с [частью 1](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221014/8dbf7206e440a6b1ad02070de762c558c74f522b/#dst8) настоящей статьи независимо от страны происхождения этого товара, за исключением товара, происходящего из развивающейся страны, пользующейся национальной системой преференций Российской Федерации, если доля импорта данного товара из такой страны не превышает три процента общего объема импорта данного товара на таможенную территорию Российской Федерации, при условии, что суммарная доля импорта данного товара из развивающихся стран, на долю каждой из которых приходится не более чем три процента общего объема импорта данного товара на таможенную территорию Российской Федерации, не превышает девять процентов общего объема импорта данного товара на таможенную территорию Российской Федерации.

# Статья 11. Основания применения антидемпинговой меры

# 

Антидемпинговая мера может быть применена к товару, являющемуся предметом демпингового импорта, в случае, если по результатам расследования, проведенного органом, проводящим расследования, установлено, что импорт такого товара на таможенную территорию Российской Федерации причиняет материальный ущерб отрасли российской экономики, создает угрозу причинения материального ущерба отрасли российской экономики или существенно замедляет создание отрасли российской экономики.

# Статья 18. Общие принципы применения компенсационной меры

# 

1. Компенсационная мера может быть применена к импортированному товару, при производстве, экспорте или транспортировке которого использовалась специфическая субсидия иностранного государства (союза иностранных государств), в случае, если по результатам расследования, проведенного органом, проводящим расследования, установлено, что импорт такого товара на таможенную территорию Российской Федерации причиняет материальный ущерб отрасли российской экономики, создает угрозу причинения материального ущерба отрасли российской экономики или существенно замедляет создание отрасли российской экономики.

2. [Порядок](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_49865/#dst100013) расчета размера специфической субсидии иностранного государства (союза иностранных государств), указанной в [части 1](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221014/4b5436ffef367402fac0540a3d27fc430144a115/#dst100186) настоящей статьи, устанавливается Правительством Российской Федерации.

**72. Особые режимы осуществления внешнеторговой деятельности (приграничная торговля, режим хозяйственной деятельности особых экономических зон).**

[Федеральный закон от 08.12.2003 N 164-ФЗ "Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности"](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_45397/)

# Статья 41. Приграничная торговля

# 

1. Приграничная торговля осуществляется, как правило, на основе международного договора Российской Федерации с сопредельным иностранным государством или группой сопредельных иностранных государств, предусматривающего предоставление особого благоприятного режима внешнеторговой деятельности в отношении внешней торговли товарами и услугами, осуществляемой исключительно для удовлетворения местных потребностей в товарах и услугах, произведенных в пределах соответствующих приграничных территорий и предназначенных для потребления физическими лицами, имеющими постоянное место жительства на этих территориях, и юридическими лицами, имеющими место нахождения на этих территориях. При этом указанный особый благоприятный режим не распространяется на другие иностранные государства или группы иностранных государств, с которыми у Российской Федерации заключены международные договоры, предусматривающие предоставление режима не менее благоприятного, чем режим, предоставленный любому другому иностранному государству.

2. Приграничная торговля может осуществляться между российскими лицами, имеющими постоянное место нахождения (место жительства) на приграничной территории Российской Федерации, и иностранными лицами, имеющими постоянное место нахождения (место жительства) на соответствующей приграничной территории, определенной в международном договоре Российской Федерации с сопредельным иностранным государством, исключительно для удовлетворения местных нужд в товарах и услугах, произведенных в пределах соответствующих приграничных территорий и предназначенных для потребления в пределах соответствующих приграничных территорий.

3. Порядок осуществления приграничной торговли и соответствующие приграничные территории, на которых устанавливаются особые режимы осуществления внешнеторговой деятельности, определяются Правительством Российской Федерации в соответствии с международными договорами Российской Федерации с сопредельными иностранными государствами и федеральными законами.

# Статья 42. Особые экономические зоны

Особый режим хозяйственной, в том числе внешнеторговой, деятельности на территориях особых экономических зон устанавливается Федеральным [законом](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_220377/#dst0) "Об особых экономических зонах в Российской Федерации".

**73. Договор международной купли продажи товаров (венская конференция 1980г).**

По договору купли-продажи одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену). В международной коммерции этот вид договора наиболее часто встречается, и его международно-правовое регулирование характеризуется очень высокой степенью унификации. В качестве наиболее важных источников, получивших очень широкое распространение, можно назвать Венскую конвенцию 1980 г. о договорах международной купли-продажи товаров и Инкотермс.

В настоящий момент в Венской конвенции участвуют 59 государств. Сфера применения Венской конвенции достаточно широка. Основное условие ее применения — нахождение коммерческих предприятий сторон в разных государствах. Венская конвенция не применяется к купле-продаже: товаров, которые приобретаются для личного, семейного или домашнего пользования; с аукциона; в порядке исполнительного производства или иным образом в силу закона; фондовых бумаг, акций, обеспечительных бумаг, оборотных документов и денег; судов водного и воздушного транспорта, а также судов на воздушной подушке; электроэнергии.

Основные вопросы, регулируемые Венской конвенцией: заключение договора; права и обязанности сторон (продавца и покупателя); ответственность.

Предложение заключить договор, адресованное определенному лицу, должно быть достаточно определенным и выражать намерение оферента считать себя связанным в случае акцепта, а также должно содержать обозначение товара и его количество. Оферта не может быть отозвана, если в ней указывается определенный срок для акцепта либо адресат рассматривает оферту как безотзывную.

Наиболее важной обязанностью продавца является поставка товара надлежащего качества. Если в договоре качество не определено, то соответствие товара может быть определено по следующим критериям: товар не пригоден для тех целей, для которых он обычно используется, товар не пригоден для любой конкретной цели, товар не обладает качествами, представленного образца, товар не упакован обычным способом.

Основными обязанностями покупателя является принятие товара и уплата цены. Если цена не определена в договоре, то она определяется как цена, которая в момент заключения договора обычно взималась за аналогичные товары, продававшиеся при сравнимых обстоятельствах в соответствующей области торговли.

**74. Инкотермс 2000 года**.

INCOTERMS 2000 – это международные правила, признанные правительственными органами, юридическими компаниями и коммерсантами по всему миру как толкование наиболее применимых в международной торговле терминов. Сфера действия Инкотермс 2000 распространяется на права и обязанности сторон по договору купли-продажи в части поставки товаров (условия поставки товаров). На данный момент ИНКОТЕРМС 2000 года устарел его заменили на ИНКОТЕРМС 2020.

Инкотермс 2020 (Incoterms 2020) – это 11 международных правил, применяемых в международной торговле, которые определяют права и обязанности сторон по договору купли-продажи, в части доставки товара от продавца к покупателю (условия поставки товаров).

Правила Incoterms (Инкотермс) представляют сокращенные по первым трем буквам торговые термины, отражающие предпринимательскую практику в международной поставке товаров. Incoterms ® (англ. International commerce terms) является товарным знаком Международной торговой палаты (International Chamber of Commerce, ICC). Правила Инкотермс ICC предназначены для использования торговых терминов в национальной и международной торговле.

## Новые правила Инкотермс 2020 (Incoterms 2020)

В связи с необходимостью обеспечить коммерсантов международными правилами толкования торговых терминов, наиболее часто используемых во внешней торговле, Международная торговая палата (МТП) в 1936 году опубликовала первое издание правил Incoterms. Далее, с изменением параметров торговли и увеличением различных способов доставки товаров менялись и международные правила Инкотермс. Изменения и поправки были сделаны в 1953, 1967, 1976 годах, а с 1980 года Инкотермс стал периодически пересматриваться каждые 10 лет, и обновлялся в 1990, 2000, 2010 годах.

10 сентября 2019 года был опубликован новейший девятый выпуск правил Incoterms 2020, который вступил в силу с 1 января 2020 года (издание ICC № 723). Новые правила Инкотермс 2020 представляют собой обновленную версию правил Incoterms 2010, которые были разработаны в Международной торговой палате (МТП) комитетом экспертов - Редакционной группой. В данный комитет вошли юристы из Соединенных Штатов Америки, Великобритании, Франции, Турции, Германии, а также впервые представители Китая и Австралии. Целью Редакционной группы и пересмотра действующих правил Инкотермс состояла в том, чтобы их максимально упростить, и кроме того, удалить излишне базисы поставок, которые могут вызвать путаницу и недопонимание в использовании торговых терминов, более четко разъяснить все условия поставок для экспортеров и импортеров по всему миру.

## Как использовать правила Incoterms 2020 (Инкотермс 2020)

Международные правила Инкотермс 2020 могут применяться с 1 января 2020 года, но также можно продолжить использование [правил Инкотермс 2010](https://anvay.ru/incoterms), или [правила Инкотермс 2000](https://anvay.ru/incoterms-2000), и даже более [ранние версии Инкотермс](https://anvay.ru/incoterms-history). Поэтому в международных контрактах купли-продажи при указании условия поставки необходимо точно указать версию Инкотермс.

Важно знать, что правила Инкотермс не заменяют договор купли-продажи, а лишь позволяют сократить его. Условия поставки Инкотермс не определяют переход право собственности на товар, не указывают цену за товар и способ оплаты или последствия нарушения договора. Инкотермс лишь отражают распределение между продавцом и покупателем обязанностей и финансовых затрат, таких как: перевозка товара, его погрузка и разгрузка с транспортного средства, таможенное оформление, оплата налогов, пошлин и сборов, страхование, а также переход рисков утери и повреждения товара.

Условие поставки [FCA Инкотермс 2020](https://anvay.ru/incoterms-2020-fca) (Free Carrier / Франко перевозчик) является наиболее распространенным правилом Инкотермс (около 40% международных коммерческих операций проходит с этим торговым термином). Это очень универсальное правило, позволяющее отгружать товары в различных местах (например: по адресу, на терминале, в порту, аэропорту и т.д.), которые расположены в стране покупателя.

**75. Конфиденциальная информация и коммерческая тайна: понятие, правовая защита.**

**Коммерческая информация** отвечает на вопросы: какую продукцию и в каком количестве необходимо изготовить; по какой цене и кому ее реализовать; какие расходы потребуются для ее производства.

**Техническая информация** дает исчерпывающую характеристику продукции, описывает технологию ее изготовления, устанавливает, из каких частей и материалов нужно производить каждое изделие, при помощи каких машин, оборудования, инструментов и приемов, в какой последовательности должна вестись работа.

На основе **оперативной информации** выдаются задания персоналу, производится его расстановка по рабочим местам, осуществляются контроль, учет и регулирование хода производственного процесса, а также корректировка управленческих и коммерческих операций. При помощи информации все компоненты действующего предприятия связываются в единый синхронно функционирующий комплекс, нацеленный на производство заданного вида продукции соответствующего количества и качества.

## Коммерческая информация в предпринимательстве и способы ее защиты.

#### Коммерческая информация и коммерческая тайна.

Чтобы правильно сориентировать производство на требования рынка, принять правильное решение с учетом всех факторов и уменьшить степень риска, необходимо располагать обстоятельной, надежной, оперативной и достоверной информацией.

Под информацией в [бизнесе](https://www.grandars.ru/college/biznes/biznes.html) следует понимать данные (сведения), обрабатываемые определенным образом для конкретных людей, проблем, целей, ситуаций.

Коммерческая информация представляет собой сведения о сложившейся ситуации на рынке различных товаров и услуг.

Предпринимательская деятельность во всех сферах неразрывно связана с получением и использованием различного рода информации. Причем в современных условиях информация представляет собой особого рода товар, имеющий определенную ценность.

Коммерческая информация позволяет предпринимателям:

* проводить анализ своей деятельности;
* планировать и осуществлять контроль над ее результатами (т.е. за получением прибыли);
* получать преимущество в конкуренции;
* определять (выявлять) отношение покупателей;
* следить за внешней и внутренней средой;
* повышать доверие к фирме;
* координировать стратегию;
* снижать [коммерческие риски](https://www.grandars.ru/student/fin-m/kommercheskiy-risk.html).

Таким образом, информационное обеспечение является одним из важнейших элементов управления предпринимательской деятельностью.

Информационное обеспечение включает получение, передачу, обработку, накопление и реализацию выходной информации.

Источниками коммерческой информации могут служить:

* маркетинговые исследования по конкретным направлениям деятельности;
* внутренние материалы и документы фирмы;
* данные внешней статистики и публикуемые в средствах массовой информации сведения о состоянии рынка.

Информация, используемая в [предпринимательской деятельности](https://www.grandars.ru/college/pravovedenie/predprinimatelskoe-pravo.html), весьма разнообразна. В зависимости от оснований классификации различают следующие виды информации:

**по периоду времени:**

* **историческая (ретроспективная) -** дает представление об условиях и результатах деятельности в предшествующем периоде);
* **текущая -** дает представление о состоянии дел фирмы в настоящий период;
* **прогнозная (вероятная, предположительная) -** позволяет оценивать состояние фирмы на последующий период времени;

**по отношению к этапам принятия решений:**

* **констатирующая -** содержит данные о состоянии объектов управления;
* **поясняющая** — позволяет сформулировать представление о причинах и факторах, которые вызывают изменения;
* **плановая** — применяется при разработке и принятии решения;
* **информация, используемая при контроле, -** содержит сведения, связанные с контролем текущей деятельности фирмы;

**по степени охвата:**

* **общая;**
* **локальная** (характеризующая часть объекта);

**по функциональному назначению:**

* плановая;
* учетная;
* нормативно-справочная;
* статистическая;
* маркетинговая;

по периодичности поступления:

* **дискретная -** поступает на фирму периодически;
* **эпизодическая -** поступает единовременно, по мере необходимости;
* **непрерывная (мониторинговая) -** поступает в соответствии с ритмом работы изучаемого объекта.

Различают также промышленную и коммерческую информацию.

К**промышленной** относится информация о технологии и способе производства, о технических открытиях и изобретениях, ноу- хау, конструкторская документация, программное обеспечение и т.п.

**Коммерческая** информация содержит сведения о финансово- экономическом положении предприятия (бухгалтерская отчетность), кредитах и банковских операциях, о заключаемых договорах и контрагентах, структуре капиталов и планах инвестиций, стратегических планах маркетинга, анализе конкурентоспособности собственной продукции, клиентах, планах производственного развития, деловой переписке и проч.

Информация представляет определенную ценность для предпринимателя, разглашение тех или иных сведений может создать угрозы экономической безопасности предприятия. Поэтому информацию необходимо разделить на три группы:

* информация для открытого пользования любым потребителем в любой форме;
* информация ограниченного доступа — только для органов, имеющих соответствующие законодательно установленные права (милиция, налоговая полиция, прокуратура);
* информация только для работников (либо руководителей) фирмы.

Информация, относящаяся ко второй и третьей группам, является конфиденциальной и имеетограничения в распространении.

**Конфиденциальная** информация — это документированная информация, т.е. зафиксированная на материальном носителе и с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать, доступ к которой ограничивается в соответствии с законодательством РФ.

Законом охраняется государственная, служебная, банковская, военная, коммерческая тайна. Часть коммерческой информации составляет особый блок и может быть отнесена к коммерческой тайне.

Предпринимательская тайна отождествляется с коммерческой тайной.

**Коммерческая тайна** — это охраняемое законом право предпринимателя на засекречивание сведений, не являющихся государственными секретами о деятельности предприятия, связанные с производством, технологией, управлением, финансами, разглашение которых могло бы нанести ущерб его интересам.

В соответствии с гражданским законодательством РФ коммерческой тайной является информация, которая имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности ее третьим лицам, к ней нет свободного доступа на законном основании, и обладатель принимает меры к охране се конфиденциальности.

Следовательно, коммерческая тайна не может быть общеизвестной и общедоступной информацией, открытое ее использование несет угрозу экономической безопасности предпринимательской деятельности, в связи с чем предприниматель осуществляет меры по сохранению ее конфиденциальности и защите от незаконного использования.

Однако не вся информация, которой располагает предприниматель, может быть отнесена к категории коммерческой тайны. Постановлением Правительства РФ от 5 декабря 1991 г. № 35 утвержден перечень сведений, которые не могут составлять коммерческую тайну. К ним относятся:

* учредительные документы (устав, учредительный договор); документы, дающие право заниматься предпринимательской деятельностью (регистрационное удостоверение, свидетельство о регистрации, лицензии, сертификаты, патенты);
* сведения по установленным формам отчетности о финансово- хозяйственной деятельности, необходимые для проверки правильности исчисления и уплаты налогов и других обязательных платежей в государственную бюджетную систему РФ); документы о платежеспособности;
* сведения о численности работающих, их составе, заработной плате, условиях работы, наличии свободных рабочих мест; документы об уплате налогов и обязательных платежей; сведения о соблюдении установленных правил охраны труда; сведения о соблюдении установленных норм охраны окружающей среды;
* сведения о нарушении антимонопольного законодательства; сведения о реализации продукции, причинившей вред здоровью населения;
* сведения об участии должностных лиц предприятия в кооперативах, малых предприятиях, акционерных обществах и других организациях, занимающихся предпринимательской деятельностью.

Но и эти сведения не предназначаются для открытого доступа всем желающим. Например, сведения о заработной плате работников предприятия, финансовая отчетность могут быть предоставлены только по требованию органов власти, управления, контролирующих и правоохранительных органов, а также других юридических лиц, имеющих на это право в соответствии с действующим законодательством РФ. В то же самое время клиенты фирмы вправе ознакомиться с ее уставом, свидетельством о регистрации, лицензией, сертификатами, патентами.

В плане защиты наиболее важной информации предприниматель должен решить сложную проблему.

С одной стороны, он должен предоставить максимум информации о своей деятельности потребителям, контрагентам, кредиторам и т.п. для того, чтобы они сделали выбор в его пользу. Реклама привлекает покупателей, деловые связи, патенты и лицензии, ноу- хау — контрагентов, финансовое положение — инвесторов. С другой стороны, предприниматель должен оградить названные группы лиц, а также своих конкурентов от информации, утечка или разглашение которой может представлять угрозу его экономической безопасности. В выборе «золотой середины», т.е. определении того оптимального количества информации, которого будет достаточно для внешних пользователей и разглашение которой не будет представлять угроз экономической безопасности, и состоит первый шаг предпринимателя в процессе защиты информации, составляющей коммерческую тайну.

Получить информацию о деятельности фирмы можно законным и незаконным путем.

В первом случае источником информации служат средства массовой информации, рекламные проспекты фирмы, выставок, материалы пресс-конференций. Эта информация специально готовится работниками фирмы для открытого пользования всеми заинтересованными лицами.

Во втором случае информацию, не предназначенную для внешних пользователей, добывают без согласия руководства фирмы, с нарушением действующего законодательства. Полученные таким образом сведения представляют интерес прежде всего для конкурентов данной фирмы, а также для криминальных структур.

Небезынтересно, что в мировой практике в течение последних нескольких десятков лет 80-90% информации, интересующей конкурентов, черпается ими из открытых источников — газет, специальных журналов, на выставках и проч. Для этого многие фирмы даже используют специалистов, изучающих всю открытую информацию, «просеивающих» ее и отбирающих нужные сведения.

Вообще существует много способов получения информации. Так, американский журнал «Chemical engineering» опубликовал перечень из 16 источников получения информации:

* сбор информации, содержащейся в средствах массовой информации, включая официальные документы, например, судебные отчеты;
* использование сведений, распространяемых служащими конкурирующих фирм;
* биржевые документы и отчеты консультантов; финансовые отчеты и документы, находящиеся в распоряжении маклеров; выставочные экспонаты и проспекты, брошюры конкурирующих фирм; отчеты коммивояжеров своей фирмы;
* изучение продукции конкурирующих фирм; использование данных, полученных во время бесед со служащими конкурирующих фирм (без нарушения законов);
* замаскированные опросы и «выуживание» информации у служащих конкурирующих фирм на научно-технических конгрессах (конференциях, симпозиумах);
* непосредственное наблюдение, осуществляемое скрытно;
* беседы о найме на работу со служащими конкурирующих фирм (хотя опрашивающий сотрудник вовсе не намерен принимать данного человека в свою фирму);
* так называемые ложные переговоры с фирмой-конкурентом относительно приобретения лицензии;
* наем на работу служащего конкурирующей фирмы для получения требуемой информации;
* подкуп служащего конкурирующей фирмы или лица, занимающегося ее снабжением;
* использование агента для получения информации на основе платежной ведомости фирмы-конкурента;
* подслушивание переговоров, ведущихся в фирмах-конкурентах;
* перехват телеграфных сообщений;
* подслушивание телефонных разговоров;
* кража чертежей, образцов, документации;
* шантаж и вымогательство.

В связи с этим необходимо определить, какая информация должна быть отнесена к коммерческой тайне и требует зашиты, каков срок ее «хранения» в качестве тайны и др.

Важность информации определяется се ценностью для предпринимателя, которая, по мнению ряда специалистов, должна включать полезность (создание субъекту выгодных условий для принятия оперативного решения и получения эффективного результата), своевременность, достоверность и полноту.