
ЛЕКЦИЯ № 1. Коммерческое право как отрасль права. Предмет, метод и принципы коммерческого права

1. Коммерческое право как отрасль 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.

Сегодня, по мере того как в России развивается товарный рынок, существует необходимость постепенного обособления коммерческого права. Коммерческое право постепенно из подотрасли гражданского права становится самостоятельной отраслью права. Одним из существенных условий отнесения страны к государству с развитой рыночной экономикой является наличие ком-

мерческого права как самостоятельной отрасли, которая существует наряду с гражданским правом.

2. Предмет, метод и принципы коммерческого права

Слово «коммерция» произошло от латинского слова «commercium» — «торговля».

Предмет коммерческого права — регулирование профессиональной торговой деятельности, коммерческие отношения, отношения между субъектами по купле-продаже объектов торгового оборота. Предмет коммерческого права — коммерческая (торговая) деятельность как один из видов предпринимательской деятельности, т. е. такой деятельности, которая направлена на получение прибыли в результате торговых сделок. Под торговой деятельностью следует понимать последовательность взаимосвязанных между собой действий по продвижению товара от производителя к потребителю.

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.

Принципы коммерческого права:

- 1) признание равенства участников коммерческих отношений, которые регулируются гражданским законодательством;
- 2) неприкосновенность собственности;
- 3) свобода договора;
- 4) запрет на произвольное вмешательство какого-либо в частные дела коммерсанта;
- 5) беспрепятственное осуществление гражданских прав;
- 6) восстановление нарушенных прав;
- 7) судебная защита нарушенных прав;
- 8) дозволенная направленность частноправового регулирования.

Принцип неприкосновенности собственности обеспечивает собственникам возможность обладания своими полномочиями по владению, пользованию и распоряжению своим имуществом.

Принцип свободы договора предполагает возможность предпринимателей самостоятельно решать вопросы заключения, изменения, расторжения договора, определять виды договоров и их условий, выбирать контрагентов по договору, если это не противоречит законодательству.

Принцип беспрепятственного осуществления частных прав закреплен в Конституции Российской Федерации от 12 декабря 1993 г. и характеризуется свободным использованием своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности.

Принцип равенства участников коммерческих отношений создает равноправные условия для предпринимателей независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности.

Принцип судебной защиты нарушенных прав закрепляется Конституцией РФ (ст. 46), по которой нарушенные права защищаются в соответствии с подведомственностью дел, определяемой процессуальным законодательством РФ.

ЛЕКЦИЯ № 2. Соотношение коммерческого права с предпринимательским, гражданским правом. Соотношение коммерческого и торгового права

1. Соотношение коммерческого права с предпринимательским, гражданским правом

Сравнивая **коммерческое** и **предпринимательское** право, нужно отметить, что они схожи по своему предмету. Тем не менее коммерческое право и предпринимательское право — разные отрасли права. **Предпринимательское право** регулирует отношения, складывающиеся в сфере предпринимательской деятельности, т. е. такой деятельности, которая направлена на получение прибыли. Торговая деятельность является частью предпринимательской деятельности. Понятие предпринимательской деятельности намного шире торговой деятельности. К предпринимательской деятельности относятся, кроме торговли, оборот ценных бумаг, банковская деятельность, организация юридических лиц и др. Так как понятие торговли более узкое, чем понятие предпринимательства, то коммерческое право имеет и более узкий предмет правового регулирования, чем предпринимательское право.

Как уже было сказано выше, **коммерческое право** является подотраслью гражданского права, так как регулирует сходные отношения — товарный оборот, являющийся составной частью имущественного оборота. Для коммерческого права, так же как и для гражданского права, характерно наличие диспозитивного метода правового регулирования.

2. Соотношение коммерческого и торгового права

Между коммерческим и торговым правом существует значительное различие. **Торговое право** — это элемент подготовки специалистов в советское время. В постсоветское время активно развивается коммерческое право. В настоящее время в современной

литературе термины «коммерческое право» и «торговое право» довольно часто употребляются как синонимы. Термин «торговое право», как правило, часто употребляется в США и некоторых странах Западной Европы (во Франции, Германии и др.). В этих странах торговое право понимается как право, регулирующее профессиональную торговую деятельность. **В России принято употреблять понятие «коммерческое право».**

Между тем современное коммерческое право нельзя считать правопреемником советского торгового права. Советское торговое право не рассматривалось юристами как самостоятельная отрасль права, а значит, торговое право не имело ни своего предмета, ни метода правового регулирования. Советское торговое право носило комплексный характер, которое объединяло в себе нормы самых разных отраслей советского права (гражданского, административного, трудового, уголовного и т. д.), которые хоть каким-нибудь образом имели отношение к торговле. Современное коммерческое право в России формируется заново как самостоятельная отрасль права со своим предметом, методами, принципами. Кроме того, характер торгового оборота в России слишком сильно отличается от характера торгового оборота в бывшем СССР, а значит, прежнее право советской торговли в настоящее время совершенно неактуально.

ЛЕКЦИЯ № 3. Современные мировые системы гражданского и торгового (коммерческого) права

На современном этапе выделяются три главные системы построения гражданского и торгового (коммерческого) права:

- 1) франко-германская система (или дуалистическая);
- 2) гражданско-монистическая;
- 3) торгово-монистическая.

Как видно из названия **первой системы**, она преимущественно распространена в таких странах, как Франция и Германия. Помимо этих двух стран, такая система построения гражданского и торгового права действует во многих других странах, преимущественно находящихся в Западной Европе. К таким странам с дуалистической системой построения гражданского и торгового права относятся Испания, Португалия, Бельгия, Люксембург, Нидерланды и др. Франко-германской эта система называется потому, что именно эти страны оказали особое влияние на подобную систему построения гражданского и торгового права в других странах. Дуализм такой системы построения гражданского и торгового права заключается в том, что в данных государствах одновременно существуют и действуют **гражданские и торговые кодифицированные нормы права**. В настоящее время во Франции действуют Гражданский кодекс 1804 г. и Торговый кодекс 1807 г. Эти кодексы были приняты при Наполеоне, и в дальнейшем на их основе принимались аналогичные кодексы и в других странах с дуалистической системой построения гражданского и торгового права. В современной Германии также одновременно существуют и действуют Германское гражданское Уложение 1896 г. и Торговый кодекс 1897 г.

Суть **торгово-монистической системы** построения гражданского и торгового права заключается в том, что в стране действует только Торговый кодекс при отсутствии Гражданского. Яркий пример тому — США. В Соединенных Штатах действует единый Торговый кодекс, в то время как единый для всего государства Гражданский кодекс отсутствует. Гражданские правоот-

ношения в США регулируются на уровне штатов. Поэтому в каждом штате США имеется свое гражданское законодательство, а вот торговое законодательство едино для всех США в целом. Можно предположить, что объединение торгового законодательства происходит в США значительно быстрее, чем объединение гражданского законодательства.

Как видно из приведенных примеров, дуалистическая система построения гражданского и торгового права характерна для стран с романо-германской системой права, а торгово-монистическая система построения гражданского и торгового права присуща странам с англосаксонской системой права.

При гражданско-монистической системе построения гражданского и торгового (коммерческого) права в стране действует только Гражданский кодекс и отсутствует отдельный Торговый кодекс. Гражданский кодекс отчасти регулирует и торговые отношения. Примером подобной системы построения гражданского и торгового (коммерческого) права является Российская Федерация. Такое положение объясняется тем, что в нашей стране торговые (коммерческие) отношения находятся только в стадии своего развития, и, как уже было сказано, коммерческое право является для России новой отраслью права, существующей всего несколько лет. Кроме России, гражданско-монистическая система построения гражданского и коммерческого права существует во многих странах бывшего соцлагеря в Восточной Европе (в Украине, Республике Беларусь и др.), так как социалистическая экономика не предполагала широкое развитие коммерческих (торговых) связей.

ЛЕКЦИЯ № 4. Периодическая классификация коммерческого права. Современный этап развития мирового торгового права

1. Периодическая классификация коммерческого права

Торговое право развивалось в Европе в XI—XIX вв. н. э.
Можно выделить три основных этапа его развития:

- 1) итальянский период;
- 2) французский период;
- 3) немецкий период.

Такое наименование этапов не случайно, оно обусловлено тем, что в определенные периоды времени каждая из трех названных стран (Италия, Франция, Германия) друг за другом превращались по мере своего развития в центры мировой торговли и, следовательно, развивали новое в законодательстве в области торгового оборота.

Итальянский период развития торгового права (XI—XV вв.) — время зарождения капиталистических отношений, время зарождения торгового права. В это время итальянские государства становятся центром мировой торговли. Появляются торговые города-государства (Генуя, Флоренция и др.). Основу экономики таких городов-государств составляла именно торговля. Одним из элементов возникающего торгового права становится морское средневековое право, основанное на морских обычаях. Морское право формируется в итальянских государствах потому, что в силу географических условий итальянские государства осуществляли торговлю преимущественно морским путем. В 1494 г. выходит книга Луки Пачолли «Трактат о счетах и записях». В этом трактате Лука Пачолли обобщил опыт ведения бухгалтерского учета в Венеции и описал метод двойной бухгалтерской записи, а также дал основные понятия современной бухгалтерии: баланс, дебет, кредит. Во время рождения торгового права в XI—XV вв. принимаются законы, которые специальным образом регулируют трудовые отношения.

Во **Французский период (XVI—XVII вв.)** возрастает роль Франции как торговой державы. В этот период во Франции формируется сильное торговое сословие, которое пользуется поддержкой со стороны государства. В XVII в. во Франции предпринята попытка кодификации: издается кодифицированный общегосударственный правовой акт, регулирующий торговые отношения — **Торговый ордонанс 1673 г.** Этот Ордонанс послужил началу становления торгового права. В 1807 г. издан Торговый кодекс Наполеона, который действует во Франции и по сей день, а в XIX в. применялся путем заимствования или оказания сильного влияния на развитие торгового права во многих других государствах того времени (в Италии, Бельгии, Голландии, Швейцарии).

В Немецкий период (XVIII — начало XX вв.) большое влияние на развитие торгового права в Европе и мире оказали немецкие государства. В 1861 г. тогда еще разрозненные немецкие государства принимают общий Торговый кодекс. После объединения немецких государств в 1871 г. в единую Германию и принятия в 1896 г. общегерманского Гражданского кодекса Торговый кодекс 1861 г. был переиздан в 1897 г., чем значительно способствовал дальнейшему экономическому объединению Германии, а также способствовал принятию Торгового кодекса в других государствах (в 1899 г. на основе германского Торгового кодекса был принят Торговый кодекс в Японии).

2. Современный этап развития мирового торгового права

60-е годы XX в. называют торговой революцией, так как именно в этот период произошло резкое увеличение объема продаж и сбыта товаров. Кардинально изменились методы организации производства и торговли, между производством и торговлей установилась тесная взаимосвязь. В США и Западной Европе развивается **маркетинг** — изучение спроса на товар. Начинают серьезно изучать и анализировать работу по сбыту и снабжению, развивается предварительное исследование потребности в производимом товаре и возможностей его продажи. В результате изучения спроса и предложения стало выгодно производить именно столько товаров, сколько их можно реализовать, благодаря чему предотвращается появление дефицита на определенный товар и не происходит его перепроизводство. На рынках появляются крупные

оптовые продавцы. Они создают условия для влияния интересов потребителей на развитие производства, на улучшение качества товаров, для расширения ассортимента товаров. В торговом обороте появляются высокопрофессиональные посредники, которые специализируются в различных отраслях экономики. В результате возникновения класса посредников многие предприятия — производители продукции (особенно крупные) освободились от обязанностей сбыта своего товара и сосредоточили свои усилия на внедрении новых технологий для более рационального производства. Во всех развитых странах созданы мощные торговые сети, которые в состоянии довести товар до самых разных групп потребителей.

Произошедшая торговая революция потребовала соответствующего правового обеспечения. Торговое право стало быстро развиваться. Прежде существовавшие торговые кодексы стали обновляться, а где их не было — приниматься. Во второй половине XX в. в США принят единообразный Торговый кодекс. В Великобритании в 70-е гг. XX в. был принят целый ряд законов торгового права: Закон о справедливой торговле, Закон о недобросовестных договорных условиях, Закон о купле и продаже и др. Во второй половине XX в. принимается большое количество международных соглашений по вопросам торговли (например, Венская конвенция ООН 1980 г. о договорах международной купли-продажи товаров). Активизируется деятельность международной торговой палаты. Создаются различные международные организации: Комиссия ООН по праву международной торговли (ЮНИСТРАЛ), Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД). В 1994 г. страны Европейского союза приняли Общеввропейский кодекс частного права, первая часть которого называется «Принципы европейского договорного права». Она является своеобразным Торговым кодексом Европейского союза.

ЛЕКЦИЯ № 5. Развитие коммерческого права в России

Становление и развитие коммерческого права в России проходило по основным этапам, связанным с историческим развитием Российского государства:

- 1) дореволюционный этап;
- 2) советский этап;
- 3) постсоветский (современный) этап.

До 1917 г. в России торговые отношения регулировались различными законодательными актами гражданского права, и никогда не было самостоятельного торгового кодекса. **В дореволюционном этапе развития коммерческого права выделяются два основных периода.**

1. Зарождение российского торгового права пришлось на середину XVII в. В это время были приняты:

- 1) Соборное Уложение 1649 г.;
- 2) Торговый Устав 1653 г.;
- 3) Новоторговый Устав 1667 г.

Особая глава Уложения 1649 г. была посвящена городам. Частновладельческие «белые» слободы в городах передавались из рук феодалов «на государево имя». Посадские люди получили право монопольной торговли в городах, постоянная (в лавках) крестьянская торговля в городах была запрещена. Торговый устав 1653 г. установил единую пошлину с продаж. В 1667 г. Новоторговый устав упорядочил вопросы внешней торговли. По этому Уставу иностранным купцам запретили розничную торговлю на русских рынках, чего для обеспечения экономической независимости страны было мало. Нужно было активно вести внешнюю торговлю, а для этого требовалось овладеть выходом на морское побережье.

2. Зарождение российского капиталистического торгового права пришлось на конец XIX — начало XX вв. В 1887 г. был принят Торговый устав, а в 1903 г., когда появилась необходимость упорядочить торговую деятельность различных обществ, он был переработан. В 1903 г. был принят Устав торгового судопроизводства, который определил порядок создания и деятельности

коммерческих судов, которые решали все споры, связанные с торговым оборотом.

Особенностью советского этапа с 1917 по 1991 г. стало то, что советское государство отказалось от коммерческого права в его общемировом понимании. В 1917 г. утратили силу все прежние Уставы, регламентирующие порядок торгового оборота. В советский период, когда экономика являлась полностью государственной, появилась идея создания такого коммерческого права, которое бы сочетало в себе административно-правовые и имущественно-стоимостные элементы. Сам рынок в Советском Союзе был заменен плановой системой хозяйствования, следовательно, коммерческое (торговое) право стало неактуально и не развивалось.

В современной России с 1991 г. торговое (коммерческое) право стало заново развиваться. Становление коммерческого права в России происходит по мере становления и развития товарного рынка. Инфраструктура товарного рынка пока еще развита недостаточно, а это, в свою очередь, мешает развитию коммерческого права. В то же время пробелы и недостатки в правовом регулировании тормозят развитие коммерческих отношений. В результате всего этого развитие коммерческого права в России идет очень медленным темпом.

Указом Президента РФ № 2171 от 16 декабря 1993 г. «Об общеправовом классификаторе отраслей законодательства» был утвержден Общеправовой классификатор отраслей законодательства, где выделено законодательство о торговле.

Принятый в 1994-2001 г. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) совершенствует регулирование имущественных отношений, тем не менее много видов правовых отношений в сфере торгового оборота осталось вне пределов регулирования ГК РФ. Это, например, организация бирж, деятельность посредников, приемка продукции, возврат тары и др. В Российской Федерации издан Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», который предусматривает возможности защиты прав гражданина от злоупотреблений со стороны производителя.

В настоящее время становление коммерческого права в России продолжается. Во второй половине 2006 г. вступили в силу федеральные законы: Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

ЛЕКЦИЯ № 6. Источники коммерческого права РФ

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) нормативные правовые акты СССР, которые продолжают действовать в той части, в которой они не противоречат современному законодательству;
- 6) 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. Граждан-

ский кодекс РФ закрепляет базовые принципы коммерческих отношений. Наряду с ГК РФ **большую роль имеют акты, регулирующие деятельность транспорта в регулировании торгового оборота:**

- 1) Устав автомобильного транспорта РСФСР, утвержденный Постановлением Совета Министров РСФСР от 8 января 1969 г. № 12 «Об утверждении Устава автомобильного транспорта РСФСР»;
- 2) Воздушный кодекс РФ от 19 марта 1997 г. № 60-ФЗ (ВК РФ);
- 3) Кодекс торгового мореплавания РФ от 30 апреля 1999 г. № 81-ФЗ (КТМ РФ);
- 4) Кодекс внутреннего водного транспорта РФ от 7 марта 2001 г. № 24-ФЗ (КВВТ РФ);
- 5) Федеральный закон от 10 января 2003 г. № 18-ФЗ «Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации».

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:
 - а) монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции;
 - б) 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) Закон РФ от 20 февраля 1992 г. № 2383-I «О товарных биржах и биржевой торговле»;
- 5) Закон РФ от 7 июля 1993 г. № 5340-I «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации»;
- 6) Закон РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-I «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров»;
- 7) ряд других законов.

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.

В РФ продолжают действовать нормативные акты бывшего СССР:

- 1) Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству, утвержденная постановлением Госарбитража при Совете Министров СССР от 15 июня 1965 г. № П-6;
- 2) Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству, утвержденная постановлением Госарбитража при Совете Министров СССР от 25 апреля 1966 г. № П-7 и др.

Важнейшими международными документами в области коммерческого права являются:

- 1) Венская конвенция ООН 1980 г. о договорах международной купли-продажи товаров;
- 2) Гагская конвенция 1986 г. о праве, применимом к договорам международной купли-продажи;
- 3) иные документы.

Субъекты РФ в пределах своей компетенции могут издавать нормативные акты в сфере регулирования товарного оборота, которые не могут противоречить федеральному законодательству.

ЛЕКЦИЯ № 7. Субъекты 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 (п. 1 ст. 48 ГК РФ).

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:**

- а) товарные биржи — организации, формирующие оптовый рынок в виде гласных и публичных торгов, проводимых в определенном месте и по определенным правилам;
- б) валютные биржи;
- в) фондовые биржи;
- г) выставки-ярмарки;
- д) 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.

ЛЕКЦИЯ № 8. Коммерческие организации. Некоммерческие организации

1. Коммерческие организации

Согласно ГК РФ все юридические лица делятся на коммерческие и некоммерческие. Коммерческие юридические лица имеют в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли. Некоммерческие юридические лица не имеют основной целью извлечение прибыли и не распределяют ее между участниками.

К коммерческим юридическим лицам гражданским законодательством отнесены:

- 1) полные товарищества;
- 2) товарищества на вере (коммандитные товарищества);
- 3) общества с ограниченной ответственностью;
- 4) общества с дополнительной ответственностью;
- 5) акционерные общества;
- 6) производственные кооперативы;
- 7) государственные и муниципальные унитарные предприятия.

Полное товарищество создается участниками на основе учредительного договора. Полные товарищи осуществляют предпринимательскую деятельность от имени товарищества и несут по его долгам солидарную полную ответственность всем своим имуществом. Порядок управления товариществом определяется по соглашению участников (товарищей). Прибыль и убытки полного товарищества распределяются между его участниками пропорционально их долям в складочном капитале, если иное не предусмотрено учредительным договором или иным соглашением участников.

В коммандитном товариществе полные товарищи отвечают по обязательствам товарищества своим имуществом и участвуют в предпринимательской деятельности товарищества. Наряду с полными товарищами в коммандитном товариществе имеется

один или несколько участников-вкладчиков (командитистов), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью товарищества, в пределах сумм внесенных ими вкладов и не принимают участия в осуществлении товариществом предпринимательской деятельности. Полным товарищем можно быть только в одном полном товариществе или только в одном товариществе на вере. Управление деятельностью товарищества на вере осуществляется полными товарищами по правилам управления в полном товариществе.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) — самый распространенный вид коммерческой организации. Обществом с ограниченной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставной капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Участники общества с ограниченной ответственностью распределяют прибыль между собой пропорционально долям, внесенным в уставной капитал. Участники ООО не отвечают по обязательствам Общества. Имущественная ответственность ООО ограничена размером уставного капитала. Высшим органом общества с ограниченной ответственностью является общее собрание его участников.

Общество с дополнительной ответственностью (ОДО) — учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставной капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров. Ответственность ОДО выше, чем ответственность ООО. По обязательствам ОДО ответственность несет не только само общество в размере уставного капитала, но и участники — своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов.

Акционерное общество (АО) — это юридическое лицо, уставной капитал которого разделен на определенное число равных по стоимости акций, удостоверяющих обязательственные права участников общества по отношению к обществу. Акционерное общество имеет в собственности обособленное имущество, которое учитывается на его самостоятельном балансе, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, быть истцом и ответчиком в суде. Высшим органом управления акционерного общества является общее собрание акционеров. Участник АО имеет число голосов на собрании акционеров пропорционально числу имеющихся

акций. Прибыль между акционерами распределяется также пропорционально числу акций. Акционерные общества бывают двух видов: открытые (ОАО) и закрытые (ЗАО). В ОАО акции могут свободно продаваться участникам друг другу или иным лицам. В ЗАО акции не могут быть проданы без согласия других акционеров, и акции распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц. АО, учредителями которых выступают в случаях, установленных федеральными законами, РФ, субъект РФ или муниципальное образование, могут быть только открытыми. В обществе с числом акционеров более 50 создается совет директоров (наблюдательный совет).

Производственный кооператив (артель) — добровольное объединение граждан на основе членства для осуществления совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на личном участии его членов и объединении его членами имущественных паевых взносов. Члены производственного кооператива несут по обязательствам кооператива субсидиарную ответственность в размерах и порядке, предусмотренных законом о производственных кооперативах. Имущество, находящееся в собственности производственного кооператива, делится на паи его членов в соответствии с уставом кооператива. Кооператив не вправе выпускать акции. Член кооператива имеет один голос при принятии решений высшим органом управления — общим собранием членов кооператива.

Унитарное предприятие — коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество. Имущество унитарного предприятия является неделимым и не может быть распределено по вкладам (долям, паям), в том числе между работниками предприятия. Имущество государственного или муниципального унитарного предприятия (ГУП и МУП) находится соответственно в государственной или муниципальной собственности и принадлежит такому предприятию на праве хозяйственного ведения или оперативного управления. Органом управления унитарным предприятием является руководитель, который назначается собственником имущества либо уполномоченным собственником органом и им подотчетен. Унитарное предприятие отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Унитарное предприятие не несет ответственности по обязательствам собственника его имущества.

2. Некоммерческие организации

Некоммерческими называются организации, которые не имеют своей основной целью извлечение прибыли и не распределяют ее между участниками. Субъектами коммерческого права они являются потому, что они могут заниматься торговой деятельностью для достижения своих уставных задач без цели получения прибыли. **К некоммерческим юридическим лицам относятся:**

- 1) потребительские кооперативы;
- 2) общественные и религиозные организации (объединения);
- 3) фонды;
- 4) учреждения;
- 5) объединения юридических лиц (ассоциации и союзы).

Потребительский кооператив — добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов. Доходы, полученные потребительским кооперативом от предпринимательской деятельности, осуществляемой кооперативом, распределяются между его членами. Члены потребительского кооператива солидарно несут субсидиарную ответственность по его обязательствам в пределах невнесенной части дополнительного взноса каждого из членов кооператива.

Фонд — не имеющая членства некоммерческая организация, учрежденная гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующая социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели. Имущество, переданное фонду его учредителями, является собственностью фонда. Учредители не отвечают по обязательствам созданного ими фонда, а фонд не отвечает по обязательствам своих учредителей. Фонд вправе заниматься предпринимательской деятельностью, необходимой для достижения общественно полезных целей, ради которых создан фонд, и соответствующей этим целям. Для осуществления предпринимательской деятельности фонды вправе создавать хозяйственные общества или участвовать в них.

Учреждения-организации, созданные собственником для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемые им полностью или частично. Учреждение отвечает по своим обязатель-

ствам находящимися в его распоряжении денежными средствами. При их недостаточности субсидиарную ответственность по его обязательствам несет собственник соответствующего имущества.

Ассоциации и союзы — объединения коммерческих и иных организаций с целью координации их предпринимательской деятельности, а также представления и защиты общих имущественных интересов. Ассоциация (союз) не отвечает по обязательствам своих членов. Члены ассоциации (союза) несут субсидиарную ответственность по ее обязательствам в размере и в порядке, предусмотренными учредительными документами ассоциации.

ЛЕКЦИЯ № 9. Индивидуальные предприниматели и их правовой статус

С момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя граждане имеют право заниматься предпринимательской (в том числе коммерческой) деятельностью без образования юридического лица. Предпринимательская деятельность граждан без образования юридического лица представляет собой простую форму организации предпринимательской деятельности. Регистрация индивидуальной предпринимательской деятельности производится по месту жительства будущего предпринимателя. Принцип общей правоспособности распространяется на всех предпринимателей, в том числе и на индивидуальных, поэтому они вправе совершать любые сделки, за исключением тех, которые специально запрещены законом. Отдельные виды предпринимательской деятельности требуют специального разрешения — **лицензии**. Законодательство регулирует последствия незаконной деятельности, связанной с ведением предпринимательской деятельности без государственной регистрации. В случаях, связанных с представительством предпринимателя, предпринимателем является сам представляемый, т. е. то лицо, от имени которого совершаются юридические действия представителем и для которого возникают правовые последствия этих действий. Закон говорит о распространении на индивидуальных предпринимателей принципа полной ответственности, по которому индивидуальный предприниматель отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. Решением арбитражного суда индивидуальный предприниматель может быть признан несостоятельным (банкротом), если он не в состоянии удовлетворить требования кредиторов, связанные с осуществлением индивидуальным предпринимателем предпринимательской деятельности. С момента вынесения арбитражным судом решения о признании индивидуального предпринимателя банкротом, регистрация его в качестве предпринимателя без образования юридического лица утрачивает свою силу.

Составной частью права на предпринимательство является право предпринимателей иметь имущество в собственности: владеть, пользоваться и распоряжаться им как единолично, так и совместно с другими лицами.

Гражданин, осуществляющий предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, не зарегистрированный в качестве индивидуального предпринимателя, не имеет права на ссылку в отношении заключенных им при этом сделок на то, что он не является предпринимателем. Суд может применить к таким сделкам правила ГК РФ об обязательствах, которые связаны с осуществлением предпринимательской деятельности.

ЛЕКЦИЯ № 10. Торгово-промышленная палата

Торгово-промышленная палата РФ (ТПП) — негосударственная, некоммерческая организация, объединяющая российские предприятия и российских предпринимателей. ТПП может заниматься предпринимательской деятельностью лишь поскольку это необходимо для выполнения ее уставных задач. Полученная ею прибыль между членами торгово-промышленной палаты не распределяется (п. 1, 2 ст. 1 Закона РФ «О торгово-промышленных палатах в РФ»). Основная цель ТПП — содействие развитию современной промышленности, финансовой и торговой инфраструктуры. Торгово-промышленная палата оказывает помощь российским предпринимателям как в России, так и за границей.

Для реализации своих уставных целей ТПП:

- 1) оказывает информационные услуги;
- 2) ведет реестр надежных и ненадежных партнеров;
- 3) занимается официальными переводами документации при осуществлении внешнеторговой деятельности;
- 4) оказывает поддержку в сертификации;
- 5) проводит экспертизу технической документации, договоров;
- 6) может заниматься оценочной деятельностью;
- 7) фиксирует торговые обычаи и свидетельствует в суде;
- 8) свидетельствует обстоятельства форс-мажора в соответствии с условиями внешнеторговых сделок и международных договоров РФ, а также торговые и портовые обычаи, принятые в РФ;
- 9) выдает сертификаты происхождения товаров при их вывозе в государства — страны СНГ;
- 10) оценивает и разрабатывает законы и нормативные акты, затрагивающие интересы предпринимателей;
- 11) может проводить экспертизу товара и приемку товара;
- 12) выдает разрешения на открытие в РФ представительств иностранных торговых палат, смешанных торговых палат, федераций, ассоциаций и союзов предпринимателей, а также

иностранных фирм и организаций, в сотрудничестве с которыми заинтересованы члены ТПП;

13) осуществляет сотрудничество с международными Торгово-промышленными палатами, представляет интересы своих членов в Международной торговой палате, Международной ассоциации по охране промышленной собственности, Международном бюро выставок, Международной организации труда, а также в других международных организациях в части, связанной с предпринимательской деятельностью;

14) формирует третейские суды, (Международный коммерческий арбитражный суд при ТПП, Морскую арбитражную комиссию), утверждает их регламенты;

15) выполняет иные функции в соответствии с законодательством.

ЛЕКЦИЯ № 11. Объекты коммерческого права

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).

Объектами коммерческого права являются не все товары, а лишь те, которые могут быть продвинуты от производителя к потребителю, т. е. такие товары, которые участвуют в торговом обороте. Мировой практикой **ряд товаров не включается в число объектов коммерческого (торгового) права** в связи со спецификой их транспортировки или же отсутствием возможности транспортировки такого товара:

- 1) электроэнергия;
- 2) тепло;
- 3) вода;
- 4) недвижимое имущество и др.

Порядок оборота вышеперечисленных товаров остался за пределами регулирования торговых кодексов ведущих мировых держав. Эти товары исключены их предмета регулирования ведущих международных документов в области торгового права.

В РФ ряд товаров изъят из торгового оборота и не является объектами торгового (коммерческого) права:

- 1) космическое оборудование;
- 2) военная техника;
- 3) яды;
- 4) лекарственные средства и др.

Товарораспорядительные документы наряду с товарами являются объектами коммерческого права. Владельцы товарораспорядительного документа имеют право на товар, указанный в данном документе. Продажа товарораспорядительных докумен-

тов влечет переход прав на эти товары. **К товарораспорядительным документам относятся:**

- 1) складские свидетельства;
- 2) коносамент;
- 3) накладные на перевозку грузов.

Средства индивидуализации товаров:

- 1) товарный знак;
- 2) знак обслуживания;
- 3) наименование места происхождения товара.

Товарный знак — обозначение, благодаря которому товары одних хозяйствующих субъектов отличаются от однородных товаров других хозяйствующих субъектов.

Знак обслуживания — обозначение, благодаря которому услуги одних юридических либо физических лиц отличаются от однородных услуг других юридических или физических лиц.

Наименование места происхождения товара — указание в названии товара того места его производства, которое позволяет отличить данный товар от других товаров.

Товарный знак и знак обслуживания регистрируются в Патентном ведомстве на имя юридического или физического лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность.

ЛЕКЦИЯ № 12. Понятие товара. Виды товаров

1. Понятие товара

Товар — это продукт труда, удовлетворяющий потребность человека посредством купли-продажи. Данное определение товара рассмотрено с экономической точки зрения. В ГК РФ с понятием товара отождествляется понятие «вещь». ГОСТ РФ «Товары: термины и определение» определяет товар как любую вещь, неограниченную в обороте, свободно отчуждаемую и переходящую от одного лица к другому по договору купли-продажи. В соответствии с типовым законом ЮНСИТРАЛ товар — это предметы любого вида и описания, в том числе сырье, изделия, предметы оборудования в твердом, жидком, ином состоянии, а также электрическая энергия и услуги, сопутствующие поставкам товара, если их стоимость не превышает стоимости самих товаров. Для коммерческого права товары — это движимые вещи, находящиеся в торговом обороте, имеющие стоимостную оценку и выступающие предметом договора купли-продажи, где сторонами являются лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность. **Существуют товары особого рода:**

- 1) потребительские;
- 2) электроэнергия.

У потребительских товаров особые возможности обмена, ремонта, возврата.

Электрическая энергия обладает рядом специфических свойств:

- 1) ее невозможно зрительно обнаружить;
- 2) ее невозможно накапливать и хранить;
- 3) процесс ее производства связан с транспортировкой и потреблением;
- 4) при передаче потребителю не может быть возвращена;
- 5) не может быть предметом виндикационного иска.

2. Виды товаров

Все товары делятся на три группы:

- 1) идентичные;
- 2) взаимозаменяемые;
- 3) однородные.

Идентичными признаются товары, которые имеют одинаковые характеризующие их признаки: физические характеристики, качество товаров, репутацию на рынке, страну происхождения, производителей. Некоторые незначительные различия в характеристиках товара могут не учитываться.

Однородные товары, не являясь идентичными, имеют сходные характеристики и состоят из схожих компонентов, что позволяет им выполнять одни и те же функции: качество, репутация на рынке, страна происхождения, наличие товарного знака.

Взаимозаменяемые товары сходны с однородными, могут быть сравнимы по их функциональному значению, применению, техническим характеристикам и цене с другими товарами таким образом, что покупатель их заменяет или готов заменить в процессе потребления.

ЛЕКЦИЯ № 13. Товарооборот. Товары, изъятые из оборота

1. Товарооборот

Различают три вида оборотоспособности товаров:

- 1) товары полностью оборотоспособные;
- 2) товары с ограниченной оборотоспособностью;
- 3) товары, изъятые из оборота.

Полностью оборотоспособные товары могут свободно отчуждаться и переходить от одного лица к другому любым способом.

Товары, которые могут принадлежать лишь определенным участникам оборота, либо нахождение которых в торговом обороте допускается по специальному разрешению, определяются в порядке, установленном законом. Такие товары являются ограниченными в торговом обороте объектами. **Оборотоспособность ограниченных в обороте товаров можно классифицировать на:**

- 1) ограниченные в торговом обороте товары по предмету — оружие, ядовитые вещества, драгоценные металлы;
- 2) ограниченные в торговом обороте по субъекту — по продаже лекарственных средств (право продажи имеют только лица, получившие в установленном порядке лицензию, и лица, имеющие фармацевтическое образование), спиртные и табачные изделия;
- 3) ограниченные в торговом обороте по месту торговли.

2. Товары, изъятые из оборота

В РФ ряд товаров изъят из торгового оборота. Эти товары не могут быть объектами свободной купли-продажи. Эти товары включены в Перечень видов продукции и отходов производства, свободная реализация которых запрещена, утвержденный Указом Президента РФ от 22 февраля 1992 г. № 179 «О видах продукции (работ, услуг) и отходов производства, свободная реализация которых запрещена».

К таким товарам относятся, в частности:

- 1) драгоценности — драгоценные и редкоземельные металлы и изделия из них; драгоценные камни и изделия из них;
- 2) вооружение и военная техника — боеприпасы, запасные части, комплектующие изделия и приборы к военной технике, стратегические материалы, вооружение, взрывчатые вещества, порох, боевые отравляющие вещества, средства защиты от них, документация на их производство и использование, системы связи и управления военного назначения и документация на их производство и эксплуатацию, результаты научно-исследовательских и проектных работ, а также фундаментальных поисковых исследований по созданию вооружений и военной техники, шифровальная техника, нормативно-техническая документация на ее производство и использование;
- 3) ракетно-космические комплексы и все виды ракетного топлива;
- 4) уран;
- 5) рентгеновское оборудование;
- 6) яды;
- 7) наркотические средства и психотропные вещества;
- 8) этиловый спирт;
- 9) некоторые виды отходов:
 - а) отходы радиоактивных металлов;
 - б) отходы взрывчатых веществ;
 - в) отходы, содержащие драгоценные металлы, редкоземельные металлы и драгоценные камни;
- 10) лекарственные средства, за исключением лекарственных трав;
- 11) лекарственное сырье, получаемое от северного оленеводства;
- 12) специальные и иные технические средства, предназначенные, разработанные, приспособленные, запрограммированные для негласного получения информации, нормативно-техническая документация на их производство и использование.

ЛЕКЦИЯ № 14. Товарораспорядительные документы

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 удостоверить 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.

В транспортном законодательстве дается перечень документов, при наличии которых возникает право на предъявление претензии перевозчику. Накладная представляется при претензии к железной дороге в случаях недостачи, порчи или повреждения груза, просрочки в доставке груза и задержки в его выдаче.

ЛЕКЦИЯ № 15. Средства индивидуализации товаров

В условиях насыщения товарного рынка все большее значение приобретает товарный знак. Товарный знак регулируется Законом РФ от 23 сентября 1992 г. № 3520-1 «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров». **Товарный знак или знак обслуживания** — это обозначение, которое способствует различению товара или услуги одних юридических или физических лиц от товаров и услуг других юридических или физических лиц. В качестве товарного знака можно регистрировать словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения и их комбинации на имя юридического лица, а также физического лица. Регистрация товарного знака производится в любом цвете и цветосочетании. Звук также может быть признан товарным знаком. **Функции товарного знака:**

- 1) выделение товара среди однородных товаров;
- 2) указание на источник происхождения товара;
- 3) указание на определенное качество товара;
- 4) рекламирование данного товара.

Выделяют виды товарных знаков:

- 1) зарегистрированные;
- 2) общеизвестные;
- 3) индивидуальные или коллективные.

Зарегистрированный товарный знак — знак, прошедший официальный порядок регистрации.

Общеизвестные товарные знаки — знаки, незарегистрированные, но в результате их интенсивного использования ставшие широко известными среди потребителей в отношении товаров данного вида.

Индивидуальный товарный знак — знак, исключительное право пользования и распоряжения которым принадлежит одному лицу, зарегистрировавшему товарный знак на свое имя. В Российской Федерации не предусмотрена возможность совладения товарным знаком несколькими лицами. В соответствии с международными договорами объединения лиц, создание и деятельность

которых не противоречит законодательству, вправе зарегистрировать в России коллективный товарный знак, который предназначен для обеспечения товаров, производимых и обладающих едиными качествами или иными общими характеристиками. Такой товарный знак принадлежит объединению лиц и не является объектом прав каждого отдельного участника.

По форме выражения товарные знаки бывают:

- 1) словесные;
- 2) изобразительные;
- 3) объемные.

Словесные товарные знаки подразделяются на знаки:

- 1) в виде слов естественного языка;
- 2) в виде искусственного образования слов.

Изобразительные товарные знаки — изображение живых существ, предметов, природных и иных объектов, фигуры на плоскости.

Объемные — трехмерные объекты, фигуры и комбинации линий.

Комбинированные товарные знаки содержат комбинации элементов различного вида товарных знаков. К другим обозначениям могут относиться звуковые, световые и иные обозначения.

Лицу может быть отказано в регистрации товарного знака. Существуют относительные и абсолютные отказы в регистрации товарного знака. Абсолютные обусловлены свойствами обозначения и связаны с содержанием товарного знака:

- 1) обозначения, не обладающие различительной способностью;
- 2) ложные или способные ввести в заблуждение потребителей относительно самого товара либо его изготовителя;
- 3) противоречащие общественным интересам, принципам гуманности и морали;
- 4) словосочетания, являющиеся общепринятыми символами и терминами;
- 5) названия известных художественных произведений без согласия их авторов;
- 6) обозначения, представляющие отдельные буквы, цифры, не имеющие графического обозначения, сочетания, не образующие композиции;
- 7) общепринятые наименования, представляющие простые указания товаров;

8) обозначения, характеризующие товары. Это такие обозначения, которые указывают на их вид, качество, количество, свойство;

9) обозначения, которые состоят из элементов, представляющих гербы, флаги, сокращенное или полное наименование международных организаций;

10) обозначения, тождественные или сходные до степени смешения со специальными обозначениями и изображениями, наименованиями особо ценных объектов культурного наследия, с изображениями культурных ценностей, хранящихся в частных коллекциях;

11) обозначения, содержащие элементы, которые охраняются в одном из государств — участников договора, в качестве обозначений, идентифицирующих вина и спиртные напитки, происходящие с его территории и имеющие особые качества и другие характеристики, которые определяют их происхождение, если товарный знак вина или спиртного напитка не происходит с территории данного объекта.

К относительным условиям отказа от регистрации товарного знака относятся:

1) если такой товарный знак уже зарегистрирован другим лицом;

2) если этот товарный знак тождественен или похож на уже имеющиеся товарные знаки.

Под использованием товарного знака понимается его применение на упаковках, товарах обладателем товарного знака или лицом на основании лицензионного договора. Можно использовать товарный знак на вывесках, рекламе. Использование товарного знака — это не только право, но и обязанность. Регистрация товарного знака прекращается в случае неиспользования товарного знака в течение 5 лет непрерывно с даты регистрации. Лицензионный договор (договор франчайзинга) является основанием для уступления права на товарный знак другому лицу.

Использование товарного знака прекращается:

1) в связи с истечением срока действия регистрации товарного знака;

2) на основании вступившего в законную силу решения суда о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака в связи с его использованием на товарах, не обладающих единичными качествами;

- 3) на основании принятого решения о досрочном прекращении использования товарного знака в связи с его неиспользованием;
- 4) на основании решения Роспатента о досрочном прекращении товарного знака в случае ликвидации организации;
- 5) в случае отказа от товарного знака правообладателя;
- 6) на основании решения, которое принято Палатой по патентным спорам на основании заявления любого лица о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака при переходе зарегистрированного товарного знака во всеобщее употребление как обозначения товаров определенного вида.

Наименование места происхождения товара — обозначение, представляющее собой или содержащее современное либо историческое название страны, населенного пункта, местности или иного географического объекта, или производное от такого наименования, которые стали известны вследствие его использования для обозначения товаров, особые свойства которого исключительно или главным образом определены характерными для данного географического объекта природными условиями, людскими факторами либо и тем, и другим одновременно. **Отличие наименования места происхождения товара от товарного знака:**

- 1) обладателем товарного знака может стать юридическое лицо, обладателями наименования места происхождения товара могут быть сколько угодно юридических лиц, которые осуществляют свою деятельность в данном конкретном регионе;
- 2) охрана наименования места происхождения товара осуществляется бессрочно;
- 3) наименование места происхождения товара нельзя передать по лицензионному договору (договору франчайзинга).

Использование наименования места происхождения товара прекращается:

- 1) при исчезновении характерных для данного региона условий;
- 2) при невозможности использования при изменении характеристики товара.

ЛЕКЦИЯ № 16. Рынок и его правовая характеристика

Рынок — это сфера предпринимательской деятельности, осуществляемая на основе конкуренции по производству, продаже, приобретению отдельных товаров и пользованию имуществом. Налоговый кодекс РФ определяет рынок как сферу обращения товаров, определяемую исходя из возможностей покупателя или продавца реально и без значительных дополнительных затрат приобрести или реализовать товар на ближайшей по отношению к покупателю-продавцу территории или за ее пределами. **Черты рынка:**

- 1) наличие специфического объекта рынка — однородных товаров, не изъятых из оборота. Качественная характеристика рынка — объемы оборота товара;
- 2) наличие субъектов рынка, под которыми понимаются юридические и физические лица, осуществляющие свою деятельность на профессиональной основе;
- 3) территория рынка (географические границы, на которой покупатели приобретают или имеют возможность приобрести товар, а продавцы реализуют определенный товар и не имеют возможности сделать это за ее пределами):
 - а) международные рынки;
 - б) республиканские рынки;
 - в) местные рынки.

Товарный рынок имеет свою структуру — совокупность звеньев, которые участвуют в продвижении товаров от производителей к потребителям, и **инфраструктуру** — совокупность звеньев, которые, непосредственно не продвигая товар от производителей к потребителям, обслуживают работу структуры рынка. **Элементами структуры товарного рынка являются:**

- 1) изготовители товара;
- 2) оптовые торговые и иные посреднические организации;
- 3) организации розничной торговли;
- 4) потребители.

Инфраструктура товарного рынка состоит из:

- 1) торговых посредников — организаций, осуществляющих посредническую деятельность и обеспечивающих взаимодействие предприятий-изготовителей и потребителей в части купли или продажи товара посредством создания оптовых рынков, биржевой торговли, проведения выставок и ярмарок, оказания складских услуг и т. д.;
- 2) информационного обеспечения — организаций, обеспечивающих наблюдение за товарными рынками, включая рынки потребительских товаров и продукции производственно-технического назначения;
- 3) товароупаковочной индустрии — производственных структур и нормативно-организационных мероприятий, обеспечивающих повышение конкурентоспособности товара и эффективности товарооборота за счет создания тароупаковочной продукции, отвечающей требованиям международных стандартов;
- 4) транспортного обеспечения — всех видов транспорта, обеспечивающих движение товара и доставку его потребителям;
- 5) финансово-кредитного обеспечения — организаций, обеспечивающих платежно-расчетное и кредитное обеспечение товародвижения;
- 6) организационного обеспечения — организационных мер, которые направлены на максимальное снижение затрат на продвижение продукции от производителя к потребителю;
- 7) нормативно-правового обеспечения — системы федеральных законов, указов и распоряжений Президента РФ, постановлений и распоряжений Правительства РФ, нормативных актов федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов РФ и других актов, регулирующих взаимоотношения сторон на товарных рынках.

Рынок характеризуется как совершенный, когда:

- 1) все товары данного вида объективно однородны в отношении их качества, внешнего вида и упаковки и цена однозначно сопоставима с определенным товаром;
- 2) условия конкурентной борьбы одинаковы для всех продавцов и покупателей, отсутствуют какие-либо предпочтения пространственного, личностного и временного характера;
- 3) рынок прозрачен, т. е. продавцы и покупатели обладают возможностью полного обзора рынка, получения достоверной

информации обо всех обстоятельствах ведения сделок (о ценах, скидках, качестве товара, условиях поставки и платежах). Если же одно из этих условий нарушено, то имеет место несовершенный рынок. Большое неравенство условий создается рекламой товаров, так как крупные и преуспевающие предприятия имеют возможность расходовать на рекламу значительные суммы и проводить широкую рекламную кампанию, создавая этим привилегированное положение своим товарам на рынке. Продавцы потребительских товаров склонны с помощью упаковки и внешнего оформления представлять свои однородные товары как разнородные, расширять область предпочтений за счет благоприятного географического положения.

Существуют следующие формы рынков:

- 1) полиполия — существует много продавцов и много покупателей;
- 2) олигопсония — много продавцов и несколько покупателей;
- 3) монопсония — много продавцов и один покупатель;
- 4) олигополия — несколько продавцов и много покупателей;
- 5) двусторонняя олигополия — несколько продавцов и несколько покупателей;
- 6) ограниченная монопсония — несколько продавцов и один покупатель;
- 7) монополия — один продавец и много покупателей;
- 8) ограниченная монополия — один продавец и несколько покупателей;
- 9) двусторонняя монополия — один продавец и один покупатель.

Нормативно-правовое обеспечение функционирования товарных рынков обеспечивается путем:

- 1) разработки нормативных документов по созданию условий для функционирования товарных рынков, организации оптовой торговли, оказанию услуг и предупреждению правонарушений;
- 2) разработки изменений в законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие деятельность участников торговых рынков;
- 3) разработки нормативно-методических документов по сертификации и стандартизации продукции;
- 4) разработки методических документов по торговой и снабженческо-сбытовой деятельности.

ЛЕКЦИЯ № 17. Становление товарного рынка в России

Товарный рынок в России находится в стадии своего становления. Это рождает ряд проблем в его функционировании на первоначальном этапе перехода от командно-административной экономической системы к развитым рыночным отношениям. **Самыми важными недостатками, которые необходимо устранить, являются:**

- 1) **отсутствие четкой системы сбыта.** Многие производственные предприятия недостаточно продумывают и организуют сбыт произведенного товара, в результате чего произведенный товар остается на предприятии и не доходит до потребителя, а все сотрудники предприятия вынуждены получать зарплату товаром, а не деньгами. Чтобы исправить данную ситуацию, предприятию не следует начинать производство до тех пор, пока не налажен сбыт;
- 2) **недостаточная развитость рынка оптовых посреднических организаций, отсутствие их многофункциональности.** При развитом торговом рынке оптовые посреднические организации часто играют доминирующую роль в процессе торгового оборота в силу того, что посреднические организации стали самостоятельным звеном, они освободили производителя от необходимости организовывать сбыт своих товаров. В силу этого предприятие передает свой товар посредникам, после чего сбыт товара идет по профессионально налаженной посредниками схеме без участия изготовителя;
- 3) **слабое развитие розничных торговых сетей.** В современной России мало правовых механизмов контроля над розничными торговыми сетями, в результате чего большое количество товара и денег зависло в неподконтрольных производителю посреднических и розничных организациях, так и не дойдя до потребителя.

Для преодоления несовершенства торгового рынка в России необходимо проведение следующих мер:

- 1) планирование производства с учетом возможности сбыта будущих товаров;

- 2) создание разветвленной сети профессиональных оптовых посреднических организаций;
- 3) создание контролируемых розничных торговых сетей;
- 4) формирование информационного обеспечения товарных рынков;
- 5) развитие тароупаковочной индустрии;
- 6) развитие транспортного обслуживания товарных рынков;
- 7) нормативно-правовое обеспечение функционирования товарных рынков;
- 8) укрупнение партий поставок;
- 9) обеспечение условий передвижения и хранения товара с минимальными потерями;
- 10) создание сети организаций, осуществляющих платежно-расчетные операции и кредитование при передвижении товаров;
- 11) внедрение современных форм управления рыночной инфраструктурой;
- 12) организация подготовки и переподготовки кадров;
- 13) повышение уровня культуры рыночных отношений;
- 14) устранение склонности контрагентов к нарушению взаимных обязательств;
- 15) упразднение значительного влияния криминальных структур;
- 16) равномерное расположение посреднических организаций на территории России;
- 17) устранение раздробленности рынка транспортно-экспедиционных услуг;
- 18) обеспечение сохранности грузов.

ЛЕКЦИЯ № 18. Структура товарного рынка. Правовое обеспечение развития товарного рынка

1. Структура товарного рынка

Под структурой товарного рынка понимается совокупность звеньев, которые участвуют в продвижении товара от производителей к потребителям. **Основными звеньями товарного рынка являются:**

- 1) изготовители товара;
- 2) оптовые торговые и иные посреднические организации;
- 3) организации розничной торговли;
- 4) потребители.

Изготовитель товара — организация независимо от ее организационно-правовой формы, а также индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителям.

Торговля представляет собой соглашение, в силу которого одна сторона (продавец) обязуется передать другой стороне (покупателю) вещь (товар), а покупатель обязуется уплатить за нее определенную сумму (цену).

Оптовая торговля представляет собой торговлю товарами для последующей их перепродажи или профессионального использования. Стороны оптовой торговли называются контрагентами.

Виды оптовой торговли:

- 1) по месту исполнения — в местах оптовых продаж, в торговом заведении;
- 2) по времени передачи товара — по предварительным заказам, с немедленной передачей товара;
- 3) по сроку оплаты товара — с предварительной оплатой, с оплатой в кредит, в рассрочку;
- 4) по обязанности доставки товара — с доставкой, без доставки.

Розничная торговля — это торговля товарами и оказание услуг покупателям, осуществляемые для личного, семейного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Сторонами розничной торговли являются продавец, который является индивидуальным предпринимателем, и покупатель, которым может быть любой гражданин. Предметом розничной торговли являются вещи, не изъятые из гражданского оборота.

Виды розничной торговли:

- 1) продажа товара с условием принятия товара покупателем в определенный срок; Продавец не имеет права реализовать товар другому лицу в срок, определенный договором;
- 2) продажа товара по образцам. Договор заключается на основании ознакомления с товаром покупателя или по каталогу или по описанию;
- 3) продажа товаров с использованием автоматов. Владелец автомата обязан довести до покупателя информацию о продавце, продукции и действиях, которые необходимо совершить для получения товара путем помещения на автомате информации или иным способом;
- 4) продажа товара с условием доставки. При заключении договора продавец обязуется доставить товар в указанное место и передать указанному лицу.

Потребитель — гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

2. Правовое обеспечение развития товарного рынка

В настоящее время продолжается разработка нормативных документов, изменений в законы и иные нормативно правовые акты. Так, в 2006 г. приняты новые законодательные акты, которые тем или иным образом касаются развития товарного рынка в России:

- 1) ФЗ «О рекламе»;
- 2) ФЗ «О защите конкуренции»;
- 3) Водный кодекс Российской Федерации от 3 июня 2006 г. № 74-ФЗ (ВК РФ);
- 4) Лесной кодекс РФ от 4 декабря 2006 г. № 200-ФЗ (ЛК РФ);
- 5) ГК РФ. Часть четвертая (вступает в силу с 1 января 2008 г.).

Продолжается процесс совершенствования технического регулирования в РФ. Пик принятия основных законов по развитию товарного рынка пришелся на 2002—2004 гг.

ЛЕКЦИЯ № 19. Правовое регулирование ценообразования. Виды цен

1. Правовое регулирование ценообразования

Цена — одна из ключевых характеристик товара. Цена — количество денег, которое покупатель платит, а продавец получает за единицу товара. Прежде всего, цена — это денежная сумма, которую покупатель согласен заплатить за товар. Но в данном случае это цена покупателя или цена спроса. **Спрос** — это товары, которые покупатели готовы купить при определенном уровне цен на них. Для продавца цена — количество денежных единиц, за которое он согласен продать тот же товар. И это цена продавца, т. е. цена предложения. **Предложение** — это товары, которые продавец считает для себя выгодным предложить на рынке при определенном уровне цен на них. Таким образом, цена товара — это результат согласования цены продавца и цены покупателя. Цена — историческая категория, возникшая в процессе обмена товарами.

Существует так называемый затратный способ установления цены на товар. Он формирует цену товара с позиций производителя и продавца. Этот способ строится с учетом того обстоятельства, что производитель и продавец, реализуя товар по определенной цене, должны не только возмещать издержки, но и получать дополнительный доход в виде прибыли. Соответственно, **формула цены**, определяемой на основе затратного подхода, имеет вид:

$$Ц = С + Пр$$

где Ц — цена товара;

С — себестоимость товара (издержки производства);

Пр — прибыль, получаемая производителем (продавцом).

Для определения цены товара можно использовать **уравнение Ирвинга Фишера**:

$$M \times O = T \times Ц$$

Следовательно:

$$Ц = М \times О / Т$$

Ц — цена единицы товара;

М — масса денег в обращении;

О — скорость обращения, т. е. количество оборотов, которое совершает за год денежная единица;

Т — количество проданного и купленного товара.

Свободное ценообразование является одной из характеристик рынка, **но государство оставляет за собой механизмы регулирования цен на товары:**

- 1) установление налогов, акцизов, пошлин;
- 2) установление цены на товары естественных монополий (транспортировка нефти и газа, электросвязь, услуги порта, почты, теплосетей и т. д.);
- 3) установление предельной надбавки на лекарства определенного перечня;
- 4) государственные товарные интервенции. Государство из своих резервов либо продает, либо производит закупки по определенной цене на определенные товары;
- 5) налоговый контроль за определенными сделками. Проверяют цену товара при заключении бартерных сделок, при сделках между взаимозависимыми лицами, при отклонении цены товара более чем на 20% в сторону повышения или понижения от уровня цен, которые применяются налогоплательщиками по однородным товарам в рубежах непродолжительного периода времени, при заключении внешнеторговых сделок.

2. Виды цен

Цены можно классифицировать:

- 1) по назначению товара:
 - а) оптовые;
 - б) розничные;
- 2) по способу образования:
 - а) договорная;
 - б) свободная.

Оптовая цена — цена продажи изготовителем оптовым покупателям. Она складывается из себестоимости и прибыли, а также возможных скидок и наценок в пользу сбытовой организации.

Розничная цена — цена, по которой товар продается населению в розницу. Она складывается из оптовой цены товара и наценки розничных продавцов. **Договорная цена** устанавливается соглашением сторон. Изменение цены после заключения договора возможно в случаях и на условиях, предусмотренных договором, законом либо в установленном законом порядке. Если в возмездном договоре цена не установлена и не может быть определена исходя из условий договора, то исполнение договора должно обеспечиваться ценой, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за аналогичные товары. **Свободная цена** устанавливается продавцом с учетом конъюнктуры спроса и предложения на рынке идентичных товаров.

ЛЕКЦИЯ № 20. Деятельность оптовых ярмарок. Выставки

1. Деятельность оптовых ярмарок

Оптовая ярмарка — самостоятельное рыночное мероприятие, доступное для всех производителей-продавцов и покупателей. Ярмарка организуется в установленном месте и на определенный срок с целью заключения договоров купли-продажи по выставленным образцам и формирования региональных, межрегиональных и межгосударственных хозяйственных связей.

В настоящее время правовой статус ярмарок и процедура их проведения не урегулированы отдельным законом. **Традиционно ярмарки организуются следующим образом:**

- 1) центральные органы исполнительной власти, органы власти субъектов РФ создают ярмарочный комитет;
- 2) в ярмарочный комитет входят представители органов управления промышленности и торговли;
- 3) комитет формирует руководящие и иные органы ярмарки — дирекцию, арбитраж, отделы;
- 4) дирекция решает вопросы непосредственной организации и управления деятельностью ярмарки, определяет сроки проведения ярмарки, устанавливает для участников сумму взносов, решает вопросы размещения участников, разрабатывает график мероприятий, анонсирует проведение ярмарки в СМИ.

После всего этого в течение определенного срока в определенном месте проводится работа ярмарки, в ходе которой устанавливаются прямые связи между продавцами и покупателями, а также посредническими организациями, в сжатые сроки устанавливаются многочисленные договорно-хозяйственные связи, решаются вопросы сбыта и снабжения, осуществляется купля-продажа товара, демонстрируются образцы большого количества товаров самых разных отраслей экономики.

Задачами оптовых ярмарок являются:

- 1) усиление влияния торговли на формирование планов производства товаров;
- 2) воздействие на промышленность в целях расширения и обновления ассортимента товаров;
- 3) внедрение в производство новых изделий;
- 4) снабжение розничной торговли товарами в соответствии с заказами торговых организаций и с учетом покупательского спроса.

Признаки оптовых ярмарок:

- 1) эпизодический характер;
- 2) предварительно установленные сроки проведения ярмарок;
- 3) определенное место проведения ярмарки;
- 4) ведение торговли в форме гласного публичного торга;
- 5) торговля товарами осуществляется по образцам, стандартам, сертификатам, каталогам и описаниям.

По масштабу своей деятельности оптовые ярмарки могут быть:

- 1) международные;
- 2) общероссийские;
- 3) региональные;
- 4) местные;
- 5) отраслевые;
- 6) межотраслевые.

По товарной специализации ярмарки делятся на:

- 1) универсальные;
- 2) специализированные.

2. Выставки

Выставка — это публичная демонстрация достижения тех или иных отраслей материальной или духовной сферы общества, основная цель которой — обмен идеями, теориями, знаниями при одновременном проведении коммерческой работы. Функции выставки заключаются в том, что на выставках проводятся маркетинговые исследования в конкретном сегменте рынка, презентации собственной продукции, обмен информацией между юридическими лицами, а также заключаются договоры по сбыту своей продукции, технологии производства товаров.

Выставки классифицируются:

- 1) по географическому составу экспонатов;
- 2) по тематическому (отраслевому) признаку;
- 3) по значимости мероприятия для экономики;
- 4) по времени функционирования:
 - а) постоянные;
 - б) временные;
- 5) по территории:
 - а) национальные;
 - б) международные;
- 6) общепромышленные и специализированные.

Субъектами выставочно-ярмарочной деятельности являются:

- 1) **экспонент** — представитель продукции, действующий с целью поиска ее покупателей либо поиска партнеров для совместной деятельности; государство участвует в выставочной деятельности в качестве экспонента оружия;
- 2) **выставочное предприятие (организатор)** — юридическое лицо, которое занимается организацией и проведением выставок либо отдельных экспозиций;
- 3) **посетители** — это специалисты, которые преследуют свои профессиональные или коммерческие интересы.

Организаторами направляется информация о проведении выставки, которая называется **безотзывной офертой**. Она носит адресный характер и сообщается в прессе, в нее включаются все существенные условия. Участие в выставке осуществляется на основании заявки, оформление которой называется акцептом. Экспонент обязан уплатить обязательный регистрационный сбор. При отказе от участия сбор возврату не подлежит. Предметом договора является выставочная площадь. Выставочное предприятие представляет экспоненту на период монтажа, демонтажа, работы оборудование в состоянии, пригодном для использования в указанных целях. Приемка и сдача арендуемой площади оформляется актами, которые подписываются уполномоченными на то лицами сторон.

Существенными условиями договора выставочно-ярмарочного обслуживания являются:

- 1) сроки проведения выставки;
- 2) предоставление площади, которая подразделяется на не-оборудованную и оборудованную стену под ключ. Определяется минимальный размер сдаваемой в аренду площади, при

этом выставочная площадь, не занятая экспонентом за 24 ч до открытия выставки, рассматривается как свободная;

3) страхование выставочным предприятием сдаваемых в аренду помещений, осуществляемое за счет экспонента. Это обязательное условие.

Экспонент обязан:

- 1) обеспечить доступ к экспонатам выставки;
- 2) сохранить экспонаты, которые не могут быть вынесены или убраны, проданы до окончания выставки.

Экспонент осуществляет все виды рекламной деятельности, но только в пределах арендуемого стенда и в соответствии с тематикой выставки. Если экспонент отказывается от дополнительных услуг, то он обязан возместить сумму расходов, а при отказе от заказанного персонала — выплачивает неустойку. Экспонент имеет право сократить площадь выставки либо отказаться от участия в ней, при этом он **обязан оплатить неустойку**:

- 1) если он отказался за 2 месяца до начала выставки — 50%;
- 2) если он отказался за 1 месяц до начала выставки — 100%.

Демонтаж выставки должен быть осуществлен в договорные сроки, в противном случае выставочное предприятие освобождает выставочную площадь за счет экспонента, не неся при этом ответственности за причиненный экспоненту ущерб, и взыскивает неустойку в трехкратном размере арендной платы.

Организатор выставки:

- 1) в указанный срок предоставляет площадь или стенд;
- 2) самостоятельно проводит инженерные и другие виды услуг, работ;
- 3) страхует сданные в аренду площади;
- 4) обеспечивает временную охрану.

Если изменяются сроки проведения выставки или выставка отменена, а организатор предупредил об этом за 3 месяца, то он освобождается от ответственности. Также выставочное предприятие не несет ответственности в случае обстоятельств форс-мажора.

ЛЕКЦИЯ № 21. Дилерская деятельность

Дилерская деятельность представляет собой совершение сделок купли-продажи ценных бумаг от своего имени и за свой счет путем публичного объявления цен покупки и продажи определенных ценных бумаг с обязательством покупки и (или) продажи этих ценных бумаг по ценам, объявленным лицом, осуществляющим такую деятельность (ст. 4 Федерального закона от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг»).

Дилер осуществляет свою деятельность на рынке ценных бумаг в соответствии с законодательством РФ. Дилер имеет право объявлять минимальное и максимальное количество покупаемых и (или) продаваемых ценных бумаг, а также существенные условия договора купли-продажи ценных бумаг, сроки, в течение которых действуют объявленные в договоре цены. Дилером может быть только коммерческая организация, которая является юридическим лицом. **Существенным условием** в договорах купли-продажи ценных бумаг, заключаемых дилером, **является цена**. Договор купли-продажи ценных бумаг дилер обязан заключить на публично объявленных им условиях, являющихся, по существу, публичной офертой.

Если дилер не оговаривает в оферте такие условия, как минимальное и максимальное количество покупаемых или продаваемых ценных бумаг и срок, в течение которого действуют объявленные им цены, то он обязан заключить договор по этим условиям в том виде, как они предложены клиентом. Уклонение дилера от заключения договора приводит к тому, что ему может быть предъявлен иск о понуждении заключения договора или о возмещении причиненных клиенту убытков. Сделки, осуществляемые по поручению клиентов на основании договоров комиссии и поручения, подлежат приоритетному исполнению по сравнению с дилерскими операциями брокера.

Структура дилерской сети состоит из подразделений, связанных с процессом исполнения и учета сделки:

- 1) торговый отдел, занимающийся заключением сделок по ценным бумагам от имени компании и по поручению ее клиен-

тов. На торговый отдел возлагается минимум учетных и расчетных операций, поскольку они передаются бэк-офису;

- 2) бэк-офис, имеющий основной задачей подготовку документов, составляющих неотъемлемую часть сделки: подтверждение сделки, договор купли-продажи, передаточное распоряжение для перерегистрации прав собственности;
- 3) бухгалтерия, в задачу которой входит учет, проведение операций, непосредственно связанных с торговлей ценными бумагами. Бухгалтерия составляет финансовую отчетность в соответствии с правилами российского бухгалтерского учета и осуществляет обычные, характерные для любого предприятия хозяйственные процессы.

ЛЕКЦИЯ № 22. Правовое регулирование торгов. Субъекты торгов

1. Правовое регулирование торгов

Торги — один из способов заключения договоров, которые направлены на продажу имущества, за исключением договоров, выполнение которых на торгах несовместимо с их сутью. Сущность торгов в том, что договор заключается организатором торгов с лицом, выигравшим торги. **Торги** — это урегулированный правом механизм, направленный на наиболее эффективное определение собственника имущества или имущественного права. В широком смысле торги понимаются как весь механизм заключения договора, а в узком смысле как процедура выявления победителя среди субъектов, желающих вступить в договор и подавших заявки на участие в торгах. **Основная цель торгов** — обеспечение как публичных, так и частных интересов. Государство стремится эффективно реализовать имущество, а в конкурентной борьбе наиболее выгодно приобрести определенное имущество или права в своих интересах.

Торги проводятся в форме аукциона или конкурса.

На аукционе торги выигрывает то лицо, которое предложило наиболее высокую цену. В конкурсе выигравшим считается лицо, предложившее лучшие условия, которые определяются заключением конкурсной комиссии. Такая комиссия заранее назначается организатором торгов. Форму торгов устанавливает собственник продаваемой вещи или обладатель реализуемого имущественного права, если иное не предусмотрено законом.

Виды торгов:

- 1) открытые торги — наиболее предпочтительный вид конкурса;
- 2) закрытые аукционы или конкурсы — проводятся не для всех и только тогда, когда предметом поставки являются товары для нужд обороны и безопасности либо имущество, которое реализуется и относится к ограниченно оборотоспособному;

3) одноэтапные или двухэтапные. При двухэтапных торгах на первом этапе ведутся переговоры с поставщиками и определяются их возможности, и все поставщики подают заявки без указания цен на предмет торгов. По результатам первого этапа могут вноситься изменения в документацию. На втором этапе участники подают заявки с указанием цен.

Основания проведения торгов:

- 1) приватизация государственного и муниципального имущества;
- 2) поставки товаров для государственных нужд;
- 3) приобретение государственного или муниципального земельного участка или заключение договора аренды на такой участок;
- 4) размещение заказов на строительство, предусматривающее выбор подрядчика (подрядные торги);
- 5) распределение экспортных квот;
- 6) получение лицензии по законодательству о связи на оказание услуг связи, если доступность радиоспектра ограничена на данной территории;
- 7) банкротство предприятия;
- 8) реализация заложенного имущества.

Юридические лица осуществляют торги для удовлетворения своих внутрихозяйственных нужд.

2. Субъекты торгов

Субъекты торгов:

- 1) собственник вещи;
- 2) обладатель имущественного права;
- 3) специализированная организация, которая действует на основании договора с собственником и может выступать от его или от своего имени.

При торгах на право продажи земельного участка продавцом выступает орган государственной власти или орган местного самоуправления. Эти органы также выступают от своего имени. В случае банкротства организации от ее имени на торгах выступает внешний управляющий на основании решения комитета кредиторов, который может обратиться в специализированную организацию с оплатой ее услуг за счет имущества должника. Данная организации не должна являться заинтересованным лицом в от-

ношении как должника, так и внешнего управляющего. Реализация заложенного имущества, проводимая в форме аукциона, имеет целью продажу заложенного имущества и осуществляется специализированной организацией, выбранной залогодержателем. Аукцион по продаже заложенного имущества должен быть обязательно открытым. Аукционы и конкурсы о праве пользования недрами проводятся Министерством природных ресурсов РФ и его территориальными органами.

В конкурсе или аукционе могут принимать участие два или более лиц.

Для проведения торгов создается комиссия, в компетенцию которой входят:

- 1) проведение независимой оценки объекта торгов;
- 2) определение победителя торгов;
- 3) извещение о проведении торгов;
- 4) оформление протокола о результатах торгов;
- 5) принятие решения о признании торгов несостоявшимися.

Для участия в торгах не допускаются:

- 1) организации, находящиеся в стадии ликвидации, реорганизации или банкротства;
- 2) сообщившие о себе недостоверные сведения;
- 3) не имеющие соответствующей лицензии;
- 4) несоответствующие иным предъявляемым требованиям.

ЛЕКЦИЯ № 23. Проведение торгов. Признание торгов недействительными

1. Проведение торгов

Организатор торгов должен сделать извещение о проведении торгов не позже чем за 30 дней до их проведения. **Извещение о проведении торгов должно содержать следующие сведения:**

- 1) дату окончания приема заявок;
- 2) время торгов;
- 3) место торгов;
- 4) предмет торгов;
- 5) порядок оформления на участие в торгах;
- 6) форму проведения торгов;
- 7) порядок проведения торгов;
- 8) начальную цену;
- 9) перечень документов, которые необходимо представить;
- 10) размер задатка, сроки и порядок его внесения;
- 11) порядок определения лица, выигравшего торги;
- 12) сроки заключения договора.

Сделанное организатором извещение о проведении торгов является **безотзывной офертой**, однако организатор открытых торгов, сделавший извещение, вправе отказаться от проведения аукциона. Отказ принимается не позднее, чем за 3 дня до его проведения, а при проведении конкурса — не позднее чем за 30 дней. Если организатор отказался от проведения открытых торгов с нарушением указанных сроков, он обязан возместить участникам понесенный ими реальный ущерб. При закрытом аукционе реальный ущерб возмещается независимо от срока отказа организатора от проведения торгов.

Участники торгов вносят задаток. Размер, сроки и порядок внесения задатка указываются в извещении о проведении торгов. Если торги не состоялись, задаток подлежит возврату. Задаток возвращается лицам, участвовавшим в торгах, но не выигравшим их. При заключении договора с лицом, выигравшем торги, сумма

внесенного им задатка засчитывается в счет исполнения обязательств по заключенному договору.

После проведения аукциона или конкурса лицо, которое выиграло торги, и организатор торгов подписывают протокол о результатах торгов. Такой результат имеет силу договора и подписывается в день проведения аукциона или конкурса. При уклонении от подписания данного протокола лицо, выигравшее торги, теряет задаток, а при уклонении от подписания протокола организатором — он возвращает сумму задатка в двукратном размере и возмещает убытки. Если предметом является право на заключение договора, то он должен быть подписан не позднее 20 дней; в случае уклонения от подписания одной из сторон другая сторона вправе обратиться в суд с требованием заключения договора и возмещения убытков.

2. Признание торгов недействительными

Торги, при проведении которых нарушаются правила, признаются недействительными по иску заинтересованного лица. В этом случае признается недействительным и сам договор, заключенный с лицом, выигравшим торги.

Перечень нарушений, при наличии которых торги могут быть признаны недействительными:

- 1) нарушение порядка извещения о торгах (извещение о порядке является односторонней сделкой);
- 2) отказ в принятии заявки на участие в торгах;
- 3) нарушение сроков рассмотрения заявки;
- 4) сокрытие информации о вещи или имущественном праве, выставляемом на торги;
- 5) необоснованный отказ от продажи вещи или имущественного права;
- 6) отказ от оплаты;
- 7) разглашение сведений об участниках торгов до их начала;
- 8) нарушение правил проведения процедуры торгов.

Недействительный договор не влечет юридических последствий и не действителен с момента его совершения. При недействительности договора каждая из сторон обязана возвратить другой стороне все полученное по договору, а в случае невозможности возвратить полученное в натуре, возместить его стоимость в деньгах (п. 2 ст. 167 ГК РФ).

ЛЕКЦИЯ № 24. Биржевая торговля. Виды бирж

1. Биржевая торговля

Биржа — это объединение продавцов, покупателей и посредников с целью создания условий для торговли, увеличения, удешевления торговой операции; она является организатором торгов. Биржа позволяет сконцентрировать спрос и предложение на товар в одном месте и в одно время и тем самым быстро и наиболее верно оценить его цену. Биржа помогает получить информацию о конъюнктуре товарного рынка в данный момент в данной местности.

Участниками биржевой торговли являются:

- 1) члены биржи;
- 2) посетители.

Посетители биржевых торгов — юридические и физические лица, не являющиеся членами биржи, имеющие в соответствии с учредительными документами биржи право на совершение биржевых сделок. Посетители биржевых торгов могут быть постоянными и временными (разовыми) (п. 1 ст. 21 Закона РФ от 20 февраля 1992 г. № 2383-1 «О товарных биржах и биржевой торговле»).

Постоянные посетители не участвуют в формировании уставного капитала и управлении биржей; пользуются услугами биржи и обязаны вносить плату за право на участие в биржевой торговле в размере, определяемом соответствующим органом управления биржи. Постоянные посетители, являющиеся брокерскими фирмами, брокерскими конторами или независимыми брокерами, вправе осуществлять биржевое посредничество. Предоставление постоянному посетителю права на участие в биржевых торгах на срок более 3 лет не допускается; число постоянных посетителей не должно превышать 30% от общего числа членов биржи.

Разовые посетители биржевых торгов имеют право на совершение сделок только на реальный товар, от своего имени и за свой счет (ст. 21 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»).

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

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

2. Виды бирж

Биржи классифицируются:

- 1) по цели:
 - а) коммерческие организации (извлекают прибыль и распределяют ее между учредителями);
 - б) некоммерческие организации (не ставят целью извлечение прибыли);
- 2) по степени вмешательства государства:
 - а) свободные (свободное осуществление условия доступа на биржу);
 - б) регламентируемые (строго регламентируются государством);
- 3) по доступу:
 - а) открытые;
 - б) закрытые (принимают участие только специальные субъекты);
- 4) по виду биржевого товара:
 - а) универсальные;
 - б) фондовые;
 - в) валютные.

Функции бирж делятся на стратегические и тактические. **Стратегические функции** — это согласование спроса и предложения, определение цен на перспективу и страхование от колебаний цен. **Тактические функции бирж** — это купля-продажа, стандарти-

зация биржевых товаров, разработка типовых контрактов, проведение расчетов, информационная деятельность, арбитраж и др.

Функции бирж:

- 1) организующая (выполнение посреднических функций);
- 2) стабилизирующая (может прогнозировать конъюнктуру, выявлять тенденции изменения цен);
- 3) ценообразующая;
- 4) товаропроводящая (организует торговые потоки, которые стабильны, препятствуют различного рода дефицитам);
- 5) информационная;
- 6) контрольно-регулятивная. Биржа определяет порядок допуска ценных бумаг к торгам;
- 7) надзорная (осуществляет надзор за добросовестным заключением сделок на торговых площадках).

ЛЕКЦИЯ № 25. Правовое положение товарных бирж

Положение и деятельность товарных бирж регулируются Законом РФ «О товарных биржах и биржевой торговле». **Товарная биржа** — это организация с правами юридического лица, формирующая оптовый рынок путем организации и регулирования гласных публичных торгов, проводимых в заранее определенном месте и в определенное время по установленным биржей правилам (п. 1 ст. 2 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»). **Главная цель товарных бирж** — формирование товарного оптового рынка. Основной задачей деятельности товарной биржи является организация и регулирование биржевой торговли. Товарная биржа не вправе осуществлять деятельность, которая не связана с организацией биржевой торговли.

Биржа учреждается юридическими и (или) физическими лицами и подлежит государственной регистрации в установленном порядке. Биржа учреждается в виде хозяйственного общества или некоммерческой организации. Для осуществления биржевой торговли необходимо получение лицензии. Лицензию на организацию биржевой торговли выдает Комиссия по товарным биржам при Федеральной службе по финансовым рынкам (п. 3 Положения о Комиссии по товарным биржам при Государственном комитете Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур, утвержденное Постановлением Правительства РФ от 24 февраля 1994 г. № 152).

Особенность биржи состоит в том, что она регламентируется большим количеством биржевых документов:

- 1) уставом биржи;
- 2) правилами биржевой торговли и др.

В уставе биржи закрепляются:

- 1) структура управления и органы контроля биржи, их функции и полномочия, порядок принятия решения;
- 2) размер уставного капитала;
- 3) перечень и порядок формирования постоянных фондов;
- 4) максимальное количество членов биржи;

- 5) порядок приема в члены биржи, приостановки и прекращения членства;
- 6) права и обязанности членов биржи и других участников биржевой торговли;
- 7) порядок разрешения споров между участниками биржевой торговли по биржевым сделкам, деятельность биржи, ее филиалов и других обособленных подразделений.

Правила биржевой торговли определяют:

- 1) порядок проведения биржевых торгов;
- 2) виды биржевых сделок;
- 3) наименование товарных секций;
- 4) перечень основных структурных подразделений биржи;
- 5) порядок регистрации и учета биржевых сделок;
- 6) порядок котировки цен биржевых товаров;
- 7) меры по контролю за ценообразованием;
- 8) меры, обеспечивающие порядок и дисциплину на торгах;
- 9) перечень нарушений, за которые могут взиматься штрафы, и их размер;
- 10) размеры отчислений.

Товарная биржа может иметь филиалы и другие обособленные структурные подразделения, учреждаемые в соответствии с законодательством. Для защиты интересов своих членов и осуществления совместных программ, в том числе для организации совместных торгов, биржи могут создавать союзы, ассоциации и иные объединения, координирующие их деятельность (п. 1 ст. 4 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»).

Биржа не может осуществлять торговую, торгово-посредническую и иную деятельность, непосредственно не связанную с организацией биржевой торговли. Ограничение не распространяется на юридическое и физическое лицо, являющееся членом биржи (п. 2 ст. 3 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»). Биржа не вправе осуществлять вклады, приобретать доли (паи), акции предприятий, учреждений и организаций, если указанные предприятия, учреждения и организации не ставят целью организацию биржевой торговли (п. 3 ст. 3 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»). Биржа не вправе устанавливать уровни и пределы цен на биржевой товар в биржевой торговле, размеры вознаграждения, взимаемого биржевыми посредниками за посредничество в биржевых сделках (п. 2 ст. 29 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»). Биржа может полу-

чать различные платежи с членов биржи и участников биржевых торгов за оказываемые ею услуги, штрафы, взимаемые за нарушение устава и правил биржевой торговли.

Высшим органом управления биржи является общее собрание членов биржи, которое может решать все вопросы организации и деятельности биржи и принимает ее главные документы — Устав и Правила биржевой торговли.

Ликвидация биржи осуществляется по решению высшего органа управления биржи, а также судом или арбитражным судом в порядке и на условиях, предусмотренных законодательными актами РФ (ст. 13 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»).

ЛЕКЦИЯ № 26. Правовое регулирование торгов на бирже

Участниками биржевой торговли являются:

- 1) члены биржи;
- 2) посетители.

Посетители биржи — юридические и физические лица, являющиеся членами биржи и имеющие право на совершение биржевых сделок. Посетители делятся на постоянных, которые осуществляют деятельность, внося плату за участие в биржевой торговле, и разовых, принимающих участие в торгах время от времени. Членами биржи могут быть юридические или физические лица, которые участвуют в формировании уставного капитала биржи либо вносят членские или иные целевые взносы в имущество биржи и стали членами биржи в порядке, предусмотренном ее учредительными документами (п. 1 ст. 14 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»). **Члены биржи подразделяются на две категории:**

- 1) полные члены — с правом на участие в биржевых торгах во всех секциях (отделах, отделениях) биржи и на определенное учредительными документами количество голосов на общем собрании членов биржи и на общих собраниях членов секций (отделов, отделений) биржи;
- 2) неполные члены — с правом на участие в биржевых торгах только в соответствующей секции (отделе, отделении) и на определенное учредительными документами биржи количество голосов на общем собрании членов биржи и общем собрании членов секции (отдела, отделения) биржи (ст. 15 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»).

Членами биржи не могут быть:

- 1) высшие и местные органы государственной власти и управления;
- 2) банки и кредитные учреждения, получившие в установленном порядке лицензию на осуществление банковских операций;

- 3) страховые и инвестиционные компании и фонды;
- 4) общественные, религиозные и благотворительные объединения (организации и фонды);
- 5) физические лица, которые в силу закона не могут осуществлять предпринимательскую деятельность;
- 6) служащие данной или какой-либо другой товарной биржи;
- 7) лица, чье участие в уставном капитале биржи превышает 10%;
- 8) предприятия, учреждения и организации, если их руководители, заместители или руководители филиалов и других обособленных подразделений являются служащими данной биржи.

Члены биржи имеют право:

- 1) участвовать в биржевой торговле;
- 2) участвовать в принятии решений на общих собраниях членов биржи, а также в работе других органов управления биржей в соответствии с положениями учредительных документов и правилами биржи (п. 3 ст. 14 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»);
- 3) получать дивиденды, если они предусмотрены учредительными документами биржи;
- 4) члены биржи, являющиеся ее учредителями. Имеют в течение 3 лет с момента регистрации особые права и обязанности на бирже вне сферы биржевой торговли, определенные в уставе биржи и не нарушающие равенства прав учредителей и других членов биржи в биржевой торговле.

Брокеры — специально уполномоченные посредники для торговли на бирже. Брокеры могут действовать в качестве брокерских фирм, брокерских контор, независимых брокеров.

Биржевой сделкой является зарегистрированный биржей договор (соглашение), заключаемый участниками биржевой торговли в отношении биржевого товара в ходе биржевых торгов.

Основными видами сделок, совершаемых на бирже, являются:

- 1) форвардные сделки;
- 2) фьючерсные сделки;
- 3) опционные сделки;
- 4) обычные торговые сделки.

Биржевой товар — не изъятый из оборота товар определенного рода и качества, в том числе стандартный контракт и коносамент

на указанный товар, допущенный в установленном порядке биржей к биржевой торговле (п. 1 ст. 6 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»). В качестве биржевых товаров не могут выступать недвижимое имущество и объекты интеллектуальной собственности.

Для разрешения споров на бирже создается биржевая арбитражная комиссия, которая выполняет функции третейского суда при бирже. Кроме того, споры, возникающие в процессе биржевой торговли, могут рассматриваться в суде и арбитражном суде.

ЛЕКЦИЯ № 27. Фондовые биржи. Объекты торгов на фондовых биржах

1. Фондовые биржи

Фондовая биржа — юридическое лицо, которое создается в форме некоммерческого партнерства для организации торговли на рынке ценных бумаг. Исключительным предметом деятельности фондовой биржи является организация торговли на биржевом рынке ценных бумаг. **Основной целью** фондовой биржи является организация гласных и публичных торгов. В пользу фондовой биржи отчисляются платежи и вознаграждения, вносимые членами биржи за оказываемые услуги, или уплачиваются штрафы. Биржа осуществляет депозитарную деятельность, т. е. деятельность по учету прав на ценные бумаги и клиринговую деятельность, в которую входит сбор, сверка информации по сделкам с ценными бумагами.

Гласность и публичность торгов — необходимое условие деятельности фондовой биржи. Оно обеспечивается выполнением биржей обязанности оповещения ее членов о месте и времени проведения торгов, о списке и котировке ценных бумаг, допускаемых к обращению на данной бирже, о результатах торговых секций, представлением им другой информации (п. 3 ст. 13 ФЗ «О рынке ценных бумаг»).

Листинг — внесение акций, обращающихся на данной бирже, первая котировка акций на бирже.

Фондовая биржа утверждает правила допуска к участию в торгах на фондовой бирже, а также правила проведения торгов на фондовой бирже, которые должны содержать правила совершения и регистрации сделок, меры, направленные на предотвращение манипулирования ценами и использование служебной информации.

Участниками торгов на фондовой бирже являются:

- 1) управляющие;
- 2) брокеры;
- 3) дилеры.

Управляющий является профессиональным участником рынка ценных бумаг. Он осуществляет деятельность по управлению ценными бумагами. Если доверительное управление связано только с осуществлением управляющим прав по ценным бумагам, наличие лицензии на осуществление деятельности по управлению ценными бумагами не требуется.

Брокером называют профессионального участника рынка ценных бумаг, осуществляющего эту деятельность. К брокерам обращаются в силу их специфических знаний конъюнктуры рынка. При оказании брокером услуг по размещению эмиссионных ценных бумаг брокер вправе приобрести за свой счет не размещенные в срок, предусмотренный договором, ценные бумаги. При совмещении деятельности брокера и дилера, если возник конфликт интересов брокера и его клиента, который привел к причинению клиенту убытков, брокер обязан возместить их в порядке, установленном гражданским законодательством РФ.

Дилер является профессиональным участником рынка ценных бумаг и осуществляет дилерскую деятельность. Дилером может быть только юридическое лицо, являющееся коммерческой организацией. **Дилер имеет право объявить существенные условия договора купли-продажи ценных бумаг, в число которых входят:**

- 1) цена договора;
- 2) минимальное и максимальное количество покупаемых или продаваемых ценных бумаг.

Дилер обязан заключить договор на существенных условиях, предложенных его клиентом, если в объявлении отсутствуют указания на иные существенные условия. Если дилер уклоняется от заключения договора, к нему может быть предъявлен иск о принудительном заключении такого договора или о возмещении причиненных клиенту убытков.

Специальная комиссия на основе правил определяет правила допуска к торгам (листинг) или исключения из торгов (делстинг). **Данные включаются или исключаются на основании таких критериев, как:**

- 1) надежность определенных финансовых показателей эмитента за определенный период;
- 2) доходность, измеряющая процент прибыли;
- 3) ликвидность (возможность в любой момент реализовать ценную бумагу).

Споры между членами фондовой биржи, а также между ними и их клиентами рассматриваются третейским и арбитражными судами. Государственное регулирование деятельности фондовых бирж осуществляется Федеральной комиссией по рынку ценных бумаг (ст. 15 ФЗ «О рынке ценных бумаг»).

2. Объекты торгов на фондовых биржах

Ценная бумага представляет собой документ, удостоверяющий в соответствии с установленной формой и обязательными реквизитами имущественные права, осуществление и передача которых возможны только при предъявлении этого документа. **К ценным бумагам относят** государственные облигации, облигации, векселя, чеки, депозитные и сберегательные сертификаты, банковские сберегательные книжки на предъявителя, коносаменты, акции, приватизационные ценные бумаги и другие документы.

Объекты торгов на фондовых биржах:

- 1) акции;
- 2) облигации.

Акция — ценная бумага, выпускаемая акционерным обществом или коммерческим банком без установления срока обращения, удостоверяющая совместное владение предприятием и дающая право ее держателю на получение части его прибыли в виде дивидендов, и, кроме того, акция удостоверяет внесение ее владельцем доли в акционерный капитал общества, т. е. акция дает право на получение прибыли в виде дивидендов, участие в управлении, извлечение дохода путем продажи акции на рынке ценных бумаг. Акции делятся на обыкновенные и привилегированные. **Обыкновенные акции** дают право на получение дивидендов и на участия в общем собрании общества и его управлении, а **привилегированные акции** гарантируют своим владельцам ежегодные выплаты фиксированно завышенных дивидендов, но владельцы привилегированных не участвуют в распределении дополнительной прибыли. **При обращении акций на фондовом рынке они характеризуются параметрами:**

- 1) текущей рыночной ценой;
- 2) дивидендами;
- 3) числом выплат дивидендов в году;
- 4) действительной стоимостью;
- 5) текущей доходностью.

Виды обыкновенных акций:

- 1) «голубые фишки» (элитные акции компании, регулирующие выплату дивидендов в течение продолжительного времени как в успешные, так и неблагоприятные годы для компаний);
- 2) акции роста, рассчитанные на перспективные компании; дивиденды либо не выплачиваются, либо выплачиваются в малом размере;
- 3) доходные акции (акции с длительной историей и стабильными выплатами дивидендов, более высоких, чем в среднем);
- 4) циклические акции (для компаний, прибыли которых изменяются с бизнес-циклом, т. е. зависящие от общей конъюнктуры);
- 5) спекулятивные акции (акции новых выпусков или акции с сильно изменяющимся отношением рыночной цены к доходу на акции; обычно это акции небольших компаний);
- 6) защитные акции (устойчивы и относительно безопасны для вложений в среднесрочные перспективы; такие акции стабильны и редко снижают свой курс).

Облигация — ценная бумага, удостоверяющая внесение ее владельцем денежных средств, и подтверждающая обязательство возместить ему номинальную стоимость ценной бумаги в предусмотренный в ней срок с уплатой фиксированного процента (ст. 2 ФЗ «О рынке ценных бумаг»). **Основные виды облигаций:**

- 1) облигации юридических лиц;
- 2) облигации государства. Подтверждают внесение их держателями средств в бюджет и получение права на приобретение фиксированного дохода; выпускаются сроком до 30 лет.

Для размещения облигаций государство или юридические лица проводят аукционы, где субъекты получают право на их размещение, а потом они свободно обращаются на вторичном рынке. Облигации различаются сроком жизни, купонным процентом, условиями выкупа, статусом эмитента, при этом наиболее надежными являются государственные облигации.

ЛЕКЦИЯ № 28. Валютные биржи

Валютные биржи имеют дело с таким особым товаром, как валюта иностранных государств (например: Московская межбанковская валютная биржа). Деятельность валютной биржи регламентируется Федеральным законом от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле»; нормативными актами Центробанка РФ, важнейшими из которых являются Правила проведения валютных торгов 2003 г. и Распоряжение Центрального Банка РФ об обязательной продаже валютной выручки фирм и организаций. Специального закона о валютных биржах нет. Валютная биржа является некоммерческой организацией в форме некоммерческого партнерства. Членами валютной биржи являются банки и другие финансовые организации, имеющие лицензии Центрального Банка РФ на осуществление валютных операций. Валютная биржа является закрытой: участниками торговли могут быть только ее члены. Результаты биржевых торгов фиксируются в специальных биржевых свидетельствах, которые имеют силу договора. Специфический субъект валютной биржи действует только на валютной бирже. Со стороны валютной биржи полномочия по проведению валютных биржевых торгов и контролю за торгами возлагаются на маклера. Он осуществляет подготовку, запуск и включение системы торгов. От имени банков к заключению сделок допускаются только трейдеры. **Трейдеры** — это физические лица, имеющие квалификационную аттестацию, выданную в Федеральной службе по финансовым рынкам и профессионально занимающиеся торговлей на рынке валюты и ценных бумаг. Свобода ценообразования на валютной бирже ограничивается Центральным Банком РФ.

ЛЕКЦИЯ № 29. Биржевые сделки

Биржевые сделки — все сделки, заключенные на бирже. Биржевой сделкой является зарегистрированный биржевой договор (соглашение), заключаемый участниками биржевой торговли во время торговой сессии в отношении биржевого товара, прошедшего биржевой листинг. Биржевые сделки не могут совершаться от имени и за счет биржи. Гарантии биржи не распространяются на сделки, совершенные на бирже, но не соответствующие требованиям для заключения данных сделок, так как эти сделки не являются биржевыми. Биржа может применить санкции к участникам биржевой торговли, совершающим внебиржевые сделки на данной бирже. Порядок регистрации и оформления биржевых сделок устанавливается биржей.

Биржевые сделки имеют свои особенности:

- 1) не могут совершаться от имени и за счет биржи;
- 2) сделки, совершенные на бирже, но не соответствующие требованиям для заключения данных сделок, не являются биржевыми;
- 3) биржа вправе применить санкции к участникам биржевой торговли, совершающим внебиржевые сделки на данной бирже;
- 4) порядок регистрации и оформления биржевых сделок устанавливается биржей.

Сделки, заключаемые на бирже, делятся на:

- 1) сделки организационного характера. Заключаются на бирже и с участием биржи, они не связаны с переходом прав и обязанностей на биржевой товар, к ним относят договоры между биржей и брокерами, дилерами;
- 2) непосредственно связанные с биржевой торговлей по поводу биржевых товаров между брокерами и дилерами.

Для биржевой сделки **характерными чертами являются срок, время и товар**. Под сроком биржевой сделки понимается срок исполнения заключенной биржевой сделки. Под временем понимается время начала и оказания биржевых торгов, т. е. время, в течение которого стороны подают заявки на участие.

Биржевой товар — не изъятый из оборота товар определенного рода и качества, в том числе стандартный контракт и коносамент на указанный товар, допущенный в установленном порядке биржей к биржевой торговле. В качестве биржевых товаров не могут выступать недвижимое имущество и объекты интеллектуальной собственности (ст. 6 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»).

В зависимости от срока исполнения договоров можно выделить:

- 1) кассовые биржевые сделки (с немедленным сроком исполнения договора);
- 2) срочные биржевые сделки. Момент заключения сделки и момент ее исполнения не совпадают; особенность срочных сделок — взаиморасчеты, происходящие между сторонами, и договорное исполнение разницы между договорной ценой и ценой, установленной биржей на день исполнения обязательства;
- 3) комбинированные биржевые сделки, сочетающие два предыдущих вида (допускают возможность включения в данный пункт условия поставки товара по возможной цене в будущем).

Основными видами сделок на бирже являются:

- 1) форвардные сделки, при которых происходит взаимная передача прав и обязанностей в отношении реального товара с отсроченным сроком его поставки;
- 2) фьючерсные сделки, при которых происходит взаимная передача прав и обязанностей в отношении стандартных контрактов на поставку биржевого товара;
- 3) опционные сделки, когда производится уступка прав на будущую передачу прав и обязанностей в отношении биржевого товара или контракта на поставку биржевого товара;
- 4) обычные торговые сделки, когда взаимно передаются права и обязанности в отношении реального товара;
- 5) другие сделки в отношении биржевого товара, контрактов или прав, установленные в Правилах биржевой торговли.

Сделки на бирже могут осуществляться в отношении не любого товара, а только товара, который может быть разрешен законодательством и документами биржи к продаже, — биржевого товара.

ЛЕКЦИЯ № 30. Государственное регулирование деятельности бирж

Главным государственным органом, регулирующим деятельность товарных бирж и осуществляющим контроль за их деятельностью, является *федеральный орган исполнительной власти в области финансовых рынков по контролю и надзору за деятельностью товарных бирж, биржевых посредников и биржевых брокеров*. Функции по принятию нормативных правовых актов, контролю и надзору в сфере финансовых рынков (за исключением страховой, банковской и аудиторской деятельности) осуществляет федеральная служба по финансовым рынкам. Руководство Федеральной службой по финансовым рынкам осуществляет Правительство РФ. Согласно п. 1 ст. 34 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле» **федеральный орган исполнительной власти в области финансовых рынков осуществляет следующие функции:**

- 1) выдает лицензии на организацию биржевой торговли;
- 2) осуществляет или контролирует лицензирование биржевых посредников, биржевых брокеров;
- 3) контролирует соблюдение законодательства о биржах;
- 4) рассматривает жалобы участников биржевой торговли на злоупотребления и нарушение законодательства в биржевой торговле.

Федеральный орган исполнительной власти в области финансовых рынков разрабатывает и представляет в Правительство РФ предложения по совершенствованию законодательства о товарных биржах (п. 2 ст. 34 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»).

Федеральный орган исполнительной власти в области финансовых рынков вправе (ст. 35 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле»):

- 1) отказать бирже в выдаче лицензии на организацию биржевой торговли в случае несоответствия ее учредительных документов и правил биржевой торговли требованиям, установленным п. 2 ст. 12 Закона РФ «О товарных биржах и биржевой торговле», а также отложить выдачу этой лицензии при нарушении Положения о лицензировании товарных бирж;
- 2) аннулировать выданную бирже лицензию или приостановить ее действие, если биржа нарушает законодательство;

3) направить бирже обязательное для исполнения предписание об отмене или изменении положений учредительных документов, правил биржевой торговли, решений общего собрания членов биржи и других органов управления биржей, или прекращении деятельности, которая противоречит законодательству;

4) направить биржевому посреднику обязательное для исполнения предписание о прекращении деятельности, которая противоречит законодательству;

5) применять к бирже или биржевому посреднику соответствующие санкции в случае нарушения ими законодательства, неисполнения или несвоевременного исполнения предписаний федерального органа исполнительной власти в области финансовых рынков;

6) назначать государственного комиссара на биржу;

7) организовывать по согласованию с органами финансового контроля РФ аудиторские проверки деятельности бирж и биржевых посредников;

8) требовать от бирж, расчетных учреждений (клиринговых центров) и биржевых посредников представления учетной документации;

9) направлять в суд или арбитражный суд материалы для применения предусмотренных законом санкций к биржам и их членам, нарушившим законодательство, а в случае обнаружения признаков преступления передавать материалы в соответствующие правоохранительные органы.

Непосредственный контроль за соблюдением биржей и биржевыми посредниками законодательства осуществляет **государственный комиссар на товарной бирже**. Он имеет право:

1) присутствовать на биржевых торгах;

2) участвовать в общих собраниях членов биржи и в общих собраниях членов секций (отделов, отделений) биржи с правом совещательного голоса;

3) знакомиться с информацией о деятельности биржи, включая все протоколы собраний и заседаний органов управления биржей и их решения, в том числе конфиденциального характера;

4) вносить предложения и делать представления руководству биржи;

5) вносить предложения в федеральный орган исполнительной власти в области финансовых рынков;

6) осуществлять контроль за исполнением решений федерального органа исполнительной власти в области финансовых рынков.

Государственный комиссар не имеет права принимать самостоятельные решения, обязательные к исполнению.

ЛЕКЦИЯ № 31. Понятие и формы биржевых посредников

Субъектами посреднической биржевой деятельности являются:

- 1) маклеры;
- 2) брокеры;
- 3) дилеры.

Посредническая деятельность самой биржи осуществляется через маклеров. **Маклер** является должностным лицом на бирже и выступает от имени и за счет биржи. Собственно торговая деятельность на бирже маклеру запрещена. Сам маклер сделок на бирже не заключает, но он способствует деятельности контрагентов.

Брокеры — специально уполномоченные посредники для торговли на бирже. Брокер — профессиональный участник рынка ценных бумаг, осуществляющий эту деятельность. При оказании брокером услуг по размещению эмиссионных ценных бумаг брокер вправе приобрести за свой счет не размещенные в срок, предусмотренный договором, ценные бумаги. Брокеры совершают сделки от имени клиента и за его счет, а также от своего имени и за счет клиента. **Брокеры могут действовать в качестве:**

- 1) брокерских фирм — юридических лиц, специализирующихся на биржевой торговле;
- 2) брокерских контор — филиалов или других обособленных подразделений предприятий, учреждений, организаций;
- 3) независимых брокеров — физических лиц, зарегистрированных в установленном порядке в качестве предпринимателей, осуществляющих свою деятельность без образования юридического лица.

Основными чертами брокерского посредничества являются следующие:

- 1) брокерское посредничество возникает и реализуется в рамках биржевой торговли;
- 2) брокерская деятельность подлежит обязательному лицензированию;
- 3) брокерское посредничество является предпринимательской деятельностью, не ограничивается заключением сделок,

а брокеры осуществляют любые правомерные действия, и для оформления отношений используется договор на брокерское обслуживание.

Брокеры совершают сделки:

- 1) от имени клиента и за свой счет;
- 2) от имени клиента и за его счет;
- 3) от своего имени и за счет клиента;
- 4) от своего имени и за свой счет с целью последующей перепродажи на бирже (дилерская деятельность). При совмещении деятельности брокера и дилера, если возник конфликт интересов брокера и его клиента, который привел к причинению клиенту убытков, брокер обязан возместить их в порядке, установленном гражданским законодательством РФ. Сделки, осуществляемые по поручению клиентов, во всех случаях подлежат приоритетному исполнению по сравнению с дилерскими операциями самого брокера.

Дилеры — юридические лица, осуществляющие посредничество на бирже от своего имени и за свой счет с целью последующей перепродажи товара. В деятельности дилера преобладает не столько посредническая, сколько самостоятельная торговля. Доходы дилера складываются не за счет вознаграждения, а за счет разницы между продажной и покупной ценой товара. Дилер объявляет существенные условия договора купли-продажи ценных бумаг; в число существенных условий входит и цена договора, минимальное и максимальное количество покупаемых или продаваемых ценных бумаг. Дилер заключает договор на существенных условиях, предложенных его клиентом, если в объявлении отсутствуют указания на иные существенные условия. Если дилер уклоняется от заключения договора, к нему может быть предъявлен иск о принудительном заключении такого договора или о возмещении причиненных клиенту убытков.

ЛЕКЦИЯ № 32. Характеристика и содержание прав потребителей

1. Характеристика прав потребителей

Важнейшим условием эффективного функционирования торгового рынка является гарантирование прав наименее защищенного субъекта — потребителя. **Потребитель** — гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (преамбула к Закону РФ «О защите прав потребителей»).

Результатом торговой революции 60-х гг. XX в. стало усиление защиты прав потребителей, в том числе законодательной и судебной защиты. **Усиление защиты прав потребителей привело:**

- 1) к слому диктата производителей;
- 2) к ослаблению монополизма и развитию конкуренции;
- 3) к развитию производства;
- 4) к улучшению качества товаров;
- 5) к увеличению объема продаж.

Основными правами потребителей в РФ являются:

- 1) право потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей;
- 2) право потребителя на безопасность товара (работы, услуги);
- 3) право потребителя на информацию об изготовителе и о товарах;
- 4) право на качество товара (работы, услуги);
- 5) право на судебную защиту;
- 6) право на компенсацию морального вреда;
- 7) право на безвозмездное устранение недостатков товара или возмещение расходов на их исправление потребителем или третьим лицом;

- 8) право на соразмерное уменьшение покупной цены при продаже ему товара ненадлежащего качества;
- 9) право на замену на товар аналогичной марки (модели, артикула);
- 10) право на замену на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;
- 11) право на расторжение договора купли-продажи и другие права.

Условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными законами или иным правовыми актами в области защиты прав потребителей, признаются недействительными. **Условиями договора, ущемляющими права потребителей, являются:**

- 1) установление нормы, ограничивающей права потребителя;
- 2) обусловливание приобретения одних товаров обязательным приобретением других товаров. В этом случае, убытки, причиненные потребителю вследствие нарушения его права на свободный выбор товаров, возмещаются продавцом в полном объеме;
- 3) выполнение продавцом без согласия потребителя дополнительных работ, услуг за плату. Потребитель вправе отказаться от оплаты таких работ, а если они оплачены, потребитель вправе потребовать от продавца (исполнителя) возврата уплаченной суммы.

Если в результате исполнения договора, ущемляющего права потребителя, у него возникли убытки, они подлежат возмещению изготовителем (продавцом) в полном объеме.

Основным нормативным документом, регулирующим отношения в сфере защиты прав потребителей, является Закон РФ «О защите прав потребителей».

2. Содержание прав потребителей

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 информирования потребителей об их правах и о необходимых действиях по защите этих прав.

Право на безопасность товаров (работ, услуг) заключается в том, что товар (работа, услуга) при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации был безопасен для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинял вред имуществу потребителя. **Изготовитель (исполнитель) обязан** обеспечить безопасность товара (работы) в течение 10 лет со дня передачи товара (работы) потребителю, если изготовитель не установил на товар срок службы, или в течение установленного срока службы либо срока годности товара. Если для безопасности использования товара (работы, услуги), его хранения, транспортировки и утилизации необходимо соблюдать специальные правила, изготовитель обязан указать эти правила в сопроводительной документации на товар (работу, услугу), на этикетке, маркировкой или иным способом, а продавец (исполнитель) обязан довести эти правила до сведения потребителей.

Потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товаров (работах, услугах). Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (название) своей организации, ее место нахождения (юридический адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске. Изготовитель (исполнитель, продавец) — индивидуальный предприниматель — должен представить потребителю информацию о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа. Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно представлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. **Информация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна содержать:**

- 1) обозначения стандартов, обязательным требованиям которых должны соответствовать товары (работы, услуги);
- 2) сведения об основных потребительских свойствах товаров (работ, услуг), а в отношении продуктов питания — сведения о составе, о весе и объеме, о калорийности продуктов питания, о содержании в них вредных для здоровья веществ в сравнении с обязательными требованиями стандартов, а также

противопоказания для применения при отдельных видах заболеваний;

- 3) цену и условия приобретения товаров (работ, услуг);
- 4) гарантийный срок, если он установлен;
- 5) правила и условия эффективного и безопасного использования товаров;
- 6) срок службы или срок годности товаров (работ);
- 7) место нахождения, фирменное наименование изготовителя и место нахождения организации, уполномоченной изготовителем (продавцом) на принятие претензий от потребителей и производящей ремонт и техническое обслуживание товара (работы);
- 8) информацию об обязательном подтверждении соответствия товаров;
- 9) информацию о правилах продажи товаров;
- 10) указание на конкретное лицо, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информацию о нем, если это имеет значение, исходя из характера работы (услуги).

Право потребителя на качество приобретаемого товара заключается в следующем:

- 1) продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар, соответствующий обязательным требованиям, если законами предусмотрены такие требования к качеству товаров;
- 2) продавец обязан передать потребителю товар, качество которого соответствует договору.

Защита прав потребителей осуществляется судом. Иски предъявляются в суд по месту жительства истца или по месту причинения вреда. **Освобождаются от уплаты государственной пошлины по искам, связанным с нарушением их прав:**

- 1) потребители;
- 2) группы потребителей;
- 3) неопределенный круг потребителей.

Освобождаются от уплаты государственной пошлины по искам, предъявляемым в интересах потребителя:

- 1) федеральный антимонопольный орган;
- 2) федеральные органы исполнительной власти (их территориальные органы), осуществляющие контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг);
- 3) органы местного самоуправления;
- 4) общественные объединения потребителей.

Моральный вред, причиненный потребителю вследствие нарушения изготовителем (продавцом) или организацией, выполняющей функции изготовителя (продавца) на основании договора с ним, прав потребителя, подлежит компенсации причинителем вреда при наличии его вины. Размер компенсации морального вреда определяется судом и не зависит от размера возмещения имущественного вреда. Компенсация морального вреда осуществляется независимо от возмещения имущественного вреда и понесенных потребителем убытков.

ЛЕКЦИЯ № 33. Права потребителей при приобретении товаров

При покупке товаров несоответствующего качества потребитель по своему выбору имеет право на:

- 1) безвозмездное устранение недостатков товара или возмещение расходов на их исправление потребителем или третьим лицом;
- 2) соразмерное уменьшение покупной цены;
- 3) замену на товар аналогичной марки (модели, артикула);
- 4) замену на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;
- 5) расторжение договора купли-продажи. По требованию продавца и за его счет потребитель должен возвратить товар с недостатками.

Потребитель вправе потребовать **полного возмещения убытков**, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. 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) или выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним организация обязаны принять товар ненадлежащего качества у потребителя и в случае необходимости провести проверку качества товара. Потребитель вправе участвовать в проверке качества товара. Продавец (изготовитель) или выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним организация 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) или выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним организация отвечает за недостатки товара, если не докажет, что они возникли после передачи товара потребителю вследствие нарушения потребителем правил использования, хранения

и транспортировки товара, действий третьих лиц или непреодолимой силы.

Потребитель вправе предъявить указанные требования к продавцу или изготовителю в отношении недостатков товара, если они обнаружены в течение гарантийного срока или срока годности, установленных изготовителем. **Гарантийный срок товара**, а также **срок его службы** исчисляются со дня передачи товара потребителю, если иное не предусмотрено договором. Если день передачи установить невозможно, эти сроки исчисляются со дня изготовления товара. В отношении товаров, на которые гарантийные сроки или сроки годности не установлены, потребитель вправе предъявить указанные требования, если недостатки товаров обнаружены в разумный срок, но в пределах 2 лет со дня передачи их потребителю, если более длительные сроки не установлены законом или договором. Для сезонных товаров (обуви, одежды и пр.) эти сроки исчисляются с момента наступления соответствующего сезона, срок наступления которого определяется соответственно субъектами РФ, исходя из климатических условий места нахождения потребителей. При продаже товаров по образцам, по почте, а также в случаях, если момент заключения договора купли-продажи и момент передачи товара потребителю не совпадают, эти сроки исчисляются со дня доставки товара потребителю. Если потребитель лишен возможности использовать товар вследствие обстоятельств, зависящих от продавца, гарантийный срок не исчисляется до устранения продавцом таких обстоятельств.

Срок годности товара определяется периодом, исчисляемым со дня изготовления товара, в течение которого он пригоден к использованию, или датой, до наступления которой товар пригоден к использованию. Продолжительность срока годности товара должна соответствовать обязательным требованиям к безопасности товара, установленным стандартам.

Гарантийные сроки на комплектующие изделия и составные части товара считаются равными гарантийному сроку на основное изделие, если иное не установлено договором. В случае, если на комплектующие изделия и составную часть товара в договоре установлен гарантийный срок меньшей продолжительности, чем гарантийный срок на основное изделие, потребитель вправе предъявить требования, связанные с недостатками комплектующих изделия и составной части товара, при их обнаружении в течение

ние гарантийного срока на основное изделие, если иное не предусмотрено договором. Если на комплектующие изделия установлен гарантийный срок большей продолжительности, чем гарантийный срок на основной товар, потребитель вправе предъявить требования в отношении недостатков товара при условии, что недостатки комплектующих изделия обнаружены в течение гарантийного срока на это изделие, независимо от истечения гарантийного срока на основной товар.

Если потребитель лишен возможности использовать товар вследствие обстоятельств, зависящих от продавца (в частности, товар нуждается в специальной установке, подключении или сборке; в нем имеются недостатки), гарантийный срок не исчисляется до устранения продавцом таких обстоятельств. Если день доставки, установки, подключения, сборки товара, устранения зависящих от продавца обстоятельств, вследствие которых потребитель не может использовать товар по назначению, определить невозможно, это сроки исчисляются со дня заключения договора купли-продажи.

Продолжительность срока годности товара должна соответствовать обязательным требованиям к безопасности товара, установленным стандартами. В случаях, когда предусмотренный договором гарантийный срок составляет менее 2 лет и недостатки товара обнаружены потребителем по истечении гарантийного срока, но в пределах 2 лет, потребитель вправе предъявить продавцу (изготовителю) свои законные требования, если докажет, что недостатки товара возникли до его передачи потребителю или по иным причинам, возникшим до этого момента.

Недостатки, обнаруженные в товаре, должны быть устранены изготовителем (продавцом) или организацией, выполняющей функции изготовителя (продавца) на основании договора с ним, незамедлительно, если иной срок устранения недостатков товара не определен соглашением сторон в письменной форме.

В случае обнаружения потребителем недостатков товара и предъявления требования о замене такого товара продавец (изготовитель) или организация, выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним, **обязаны заменить такой товар в семидневный срок** со дня предъявления указанного требования потребителем, а при необходимости дополнительной проверки качества такого товара продавцом (изготовителем) или организацией, выполняющей функции продавца (изготовителя)

на основании договора с ним, в течение 20 дней со дня предъявления указанного требования.

Требования потребителя о соразмерном уменьшении покупной цены товара, возмещении расходов на исправление недостатков товара потребителем или третьим лицом, а также о возмещении убытков, причиненных потребителю расторжением договора купли-продажи, подлежат удовлетворению продавцом (изготовителем) или организацией, выполняющей функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним, в течение 10 дней со дня предъявления соответствующего требования.

ЛЕКЦИЯ № 34. Ответственность производителя, продавца за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работ, услуг)

Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие конструктивных, производственных, рецептурных или иных недостатков товара (работы, услуги), подлежит возмещению в полном объеме. Право требовать возмещения вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги), признается за любым потерпевшим независимо от того, состоял он в договорных отношениях с продавцом (исполнителем) или нет. Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя, подлежит возмещению, если вред причинен в течение установленного срока службы или срока годности товара (работы).

Если на товар должен быть установлен срок службы или срок годности, но он не установлен, либо потребителю не была представлена полная и достоверная информация о сроке службы или сроке годности, либо потребитель не был проинформирован о необходимых условиях по истечении срока службы или срока годности и возможных последствиях при невыполнении указанных действий, либо товар (результаты работы) по истечении этих сроков представляет опасность для жизни и здоровья, вред подлежит возмещению независимо от времени его причинения.

Если изготовитель (исполнитель) не установил на товар (работу) срок службы, вред подлежит возмещению в случае его причинения в течение 10 лет со дня передачи товара (работы) потребителю, а если день передачи установить невозможно, — с даты изготовления товара (окончания выполнения работы). Вред, причиненный вследствие недостатков товара, подлежит возмещению продавцом или изготовителем товара по выбору потерпевшего. Вред, причиненный вследствие недостатков работы или услуги, подлежит возмещению исполнителем.

Изготовитель (исполнитель) несет ответственность за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя в связи с использованием материалов, оборудования, инструментов и иных средств, необходимых для производства товаров (выполнения работ, оказания услуг), независимо от того, позволял уровень научных и технических знаний выявить их особые свойства или нет. Изготовитель (исполнитель, продавец) освобождается от ответственности, если докажет, что вред причинен вследствие непреодолимой силы или нарушения потребителем установленных правил использования, хранения или транспортировки товара (работы, услуги).

При возникновении спора о причинах возникновения недостатков товара продавец (изготовитель) или выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним организация обязаны провести экспертизу товара за свой счет. Потребитель вправе 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) или выполняющей функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним организации расходы на проведение экспертизы, а также связанные с ее проведением расходы на хранение и транспортировку товара.

В случае выявления существенных недостатков товара потребитель вправе предъявить изготовителю требования о безвозмездном устранении таких недостатков, если докажет, что они возникли до передачи товара потребителю или по причинам, возникшим до этого момента. Указанное требование может быть предъявлено, если недостатки товара обнаружены по истечении 2 лет со дня передачи товара потребителю, но в пределах установленного на товар срока службы или в течение 10 лет со дня передачи товара потребителю, если срок службы не установлен. Если данное требование не удовлетворено в течение 20 дней со дня его предъявления потребителем или обнаруженный им недостаток товара является неустранимым, потребитель вправе по своему выбору предъявить изготовителю иные требования и потребовать возврата уплаченной суммы при возвращении товара изготовителю.

Потребитель при обнаружении недостатков выполненной работы (оказанной услуги) вправе по своему выбору потребовать:

- 1) безвозмездного устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги);
- 2) соответствующего уменьшения цены выполненной работы (оказанной услуги);
- 3) безвозмездного изготовления другой вещи из однородного материала такого же качества или повторного выполнения работы; при этом потребитель обязан возвратить ранее переданную ему исполнителем вещь;
- 4) возмещения понесенных им расходов по устранению недостатков выполненной работы (оказанной услуги) своими силами и третьими лицами.

ЛЕКЦИЯ № 35. Технические регламенты

До вступления в силу Федерального закона от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании» данный вопрос регулировался ГОСТами (государственными стандартами), СНИПами (строительными нормами и правилами), Санитарными правилами. Эта система ГОСТов препятствовала внедрению новых технологий, использовалась как инструмент административного давления.

Для технического регулирования вводится трехуровневая система нормативных документов, которые различаются по нормативной силе в сфере порядка разработки и принятия:

- 1) технический регламент;
- 2) национальный стандарт;
- 3) стандарты предприятий.

Технический регламент — документ, устанавливающий обязательные для применения и исполнения требования к объектам технического регулирования, к которым относятся здания, строения, сооружения, процессы производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации. Технические регламенты применяются для защиты жизни, здоровья, имущества юридических и физических лиц, государственного имущества, охраны окружающей среды, жизни и здоровья животных и растений, по поводу безопасности излучений, биологической, химической, термической, электрической, ядерной, механической, промышленной безопасности.

Содержание технических регламентов:

- 1) их действие распространяется на всей территории РФ;
- 2) содержащиеся в них требования к упаковке, маркировке являются исчерпывающими;
- 3) технические регламенты не должны содержать конструкции, если это не влияет на степень риска.

Изменения в технический регламент могут быть внесены только в специально установленном законом порядке, а именно путем внесения изменений в соответствующий закон о техническом регламенте. Разработчиком технического регламента может

быть любое лицо. Не менее 2 месяцев отводится на обсуждение данного проекта технического регламента. Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии через Правительство РФ направляет проект технического регламента вместе с отзывом в Государственную Думу РФ, а Государственная Дума РФ принимает данный проект технического регламента как федеральный закон.

Государство отвело срок на принятие технических регламентов 7 лет (до 2010 г.).

ЛЕКЦИЯ № 36. Стандартизация в России

Стандартизация — деятельность по установлению норм, правил и характеристик в целях их добровольного многократного использования, направленная на достижение упорядоченности в сфере производства и обращения продукции и повышение конкурентоспособности работ, товаров и услуг (ст. 2 ФЗ «О техническом регулировании»). Принципы стандартизации:

- 1) добровольное применение стандартов;
- 2) максимальный учет при разработке стандартов законных интересов заинтересованных лиц;
- 3) международные стандарты, являющиеся основой национальных стандартов;
- 4) недопустимость установления стандартов, которые противоречат техническим регламентам.

Стандартизация обеспечивает:

- 1) безопасность продукции, работ и услуг для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества;
- 2) техническую и информационную совместимость, а также взаимозаменяемость продукции;
- 3) качество продукции, работ и услуг в соответствии с уровнем развития науки, техники и технологии;
- 4) единство измерений;
- 5) экономию всех видов ресурсов;
- 6) безопасность хозяйственных объектов с учетом риска возникновения природных и технологических катастроф и других чрезвычайных ситуаций;
- 7) обороноспособность и мобилизационную готовность страны.

Требования, устанавливаемые нормативными документами по стандартизации, должны основываться на современных достижениях науки, техники и технологии, международных стандартах, правилах, нормах и рекомендациях по стандартизации, прогрессивных национальных стандартах других государств; учитывать условия использования продукции, выполнения работ

и оказания услуг, условия и режимы труда и не должны нарушать положений, установленных актами законодательства РФ.

В настоящее время **национальная система стандартизации включает следующие элементы:**

- 1) государственные (национальные) стандарты РФ;
- 2) применяемые международные стандарты;
- 3) правила, нормы и рекомендации по стандартизации;
- 4) общероссийские классификаторы технико-экономической информации;
- 5) стандарты отраслей;
- 6) стандарты предприятий;
- 7) стандарты научно-технических, инженерных обществ и других общественных объединений.

Государственные стандарты разрабатываются на продукцию, работы и услуги, имеющие межотраслевое значение, и не должны противоречить законодательству РФ. Постановлением Госстандарта РФ от 30 января 2004 г. № 4 «О национальных стандартах в Российской Федерации» национальными стандартами признаны государственные и межгосударственные стандарты, принятые до 1 июля 2004 г. Их положения **обязательны в случаях:**

- 1) если это касается защиты жизни и здоровья граждан;
- 2) защиты имущества граждан;
- 3) защиты окружающей среды;
- 4) защиты от обмана на рынке.

Требования, устанавливаемые национальными стандартами для обеспечения безопасности продукции, работ и услуг для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества, для технической и информационной совместимости, взаимозаменяемости продукции, единства методов их контроля и единства маркировки, а также иные требования, которые установлены законодательством РФ, обязательны для соблюдения государственными органами управления, хозяйствующими субъектами.

Стандарты отраслей могут разрабатываться и приниматься государственным органами управления в пределах их компетенции применительно к продукции, работам и услугам, имеющим отраслевое значение. Эти стандарты не должны нарушать обязательные требования государственных стандартов.

Стандарты предприятий разрабатываются и утверждаются самостоятельно для совершенствования производства в целях

обеспечения требований к продукции, а также в целях совершенствования организации и управления. Требования стандартов предприятий подлежат обязательному соблюдению другими хозяйствующими субъектами, если в договоре на разработку, производство и поставку продукции, на выполнение работ и оказание услуг сделана ссылка на эти стандарты.

Стандарты общественных объединений разрабатываются и принимаются ими для динамичного распространения и использования полученных в различных отраслях знаний результатов исследования и разработок.

Стандарты субъектов хозяйственной деятельности не должны нарушать обязательные требования государственных стандартов.

Контроль и надзор за соблюдением обязательных требований государственных стандартов и технических регламентов до принятия Правительством РФ решения о передаче этих функций другим федеральным органам исполнительной власти осуществляет Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии.

Госстандарт России принимает государственные стандарты и общероссийские классификаторы технико-экономической информации.

Государственный контроль и надзор за соблюдением субъектами хозяйственной деятельности обязательных требований государственных стандартов осуществляется на стадиях:

- 1) разработки, подготовки продукции к производству;
- 2) изготовления продукции;
- 3) реализации продукции;
- 4) использования (эксплуатации) продукции;
- 5) хранения, транспортировки, утилизации, а также при выполнении работ и оказании услуг.

Должностные лица субъектов хозяйственной деятельности обязаны создавать все условия, которые необходимы для осуществления контрольных и надзорных полномочий. Органами, осуществляющими государственный контроль и надзор за соблюдением обязательных требований, являются Госстандарт России, иные специально уполномоченные государственные органы управления. Осуществление государственного контроля и надзора за соблюдением обязательных требований государственных

стандартов от имени Госстандарта России проводится его **должностными лицами — государственными инспекторами:**

- 1) главным государственным инспектором РФ по надзору за государственными стандартами;
- 2) главными государственными инспекторами республик в составе РФ, краев, областей, автономной области, автономных округов, городов Москвы и Санкт-Петербурга по надзору за государственными стандартами;
- 3) государственными инспекторами по надзору за государственными стандартами.

Государственные инспектора по надзору за государственными стандартами **имеют право:**

- 1) свободного доступа в служебные и производственные помещения субъекта хозяйственной деятельности;
- 2) получать от субъекта хозяйственной деятельности документы и сведения, необходимые для проведения государственного контроля и надзора;
- 3) использовать технические средства и специалистов субъекта хозяйственной деятельности при проведении государственного контроля и надзора;
- 4) выдавать предписания о запрете или приостановке реализации, использования проверенной продукции, а также выполнения работ и оказания услуг в случае несоответствия продукции, работ и услуг обязательным требованиям государственных стандартов.

ЛЕКЦИЯ № 37. Подтверждение соответствия качества товаров и услуги

Подтверждение соответствия осуществляется в целях удостоверения соответствия продукции техническим регламентам, стандартам и условиям договора. **Целями сертификации являются:**

- 1) содействие потребителям в компетентном выборе продукции;
- 2) создание условий для деятельности предприятий, учреждений, организаций и предпринимателей на едином товарном рынке РФ;
- 3) участие в международном экономическом, научно-техническом сотрудничестве и международной торговле;
- 4) защита потребителей от недобросовестности изготовителей (продавцов);
- 5) контроль безопасности продукции для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества;
- 6) подтверждение показателей качества продукции, заявленных изготовителем.

Сертификация продукции — это деятельность по подтверждению соответствия продукции установленным требованиям (стандартам). **Сертификат соответствия** — документ, выданный для подтверждения соответствия сертифицированной продукции установленным требованиям. **Знак соответствия** — зарегистрированный в установленном порядке знак, которым подтверждается соответствие маркированной им продукции установленным требованиям (ст. 2 ФЗ «О техническом регулировании»). **Система сертификации** — совокупность предприятий, учреждений и организаций — участников сертификации, осуществляющих сертификацию по правилам, установленным в этой системе и в соответствии с законодательством РФ. Системы сертификации регистрируются в Госстандарте РФ, который является высшим федеральным органом в области сертификации.

В основные функции Госстандарта РФ в сфере сертификации входят:

- 1) формирование и реализация государственной политики в области сертификации;

- 2) утверждение общих правил и рекомендаций по проведению сертификации на территории РФ и опубликование официальной информации о данных правилах;
- 3) государственная регистрация систем сертификации и знаков соответствия, действующих в РФ;
- 4) опубликование официальной информации о действующих в РФ системах сертификации и знаках соответствия и представление ее в установленном порядке в международные (региональные) организации по сертификации;
- 5) подготовка в установленном порядке предложения о присоединении к международным системам сертификации, а также заключение соглашений с международными организациями о взаимном признании результатов сертификации;
- 6) представление в установленном порядке РФ в международных организациях по вопросам сертификации в качестве национального органа РФ по сертификации.

Формы подтверждения соответствия качества товаров и услуг:

- 1) добровольное;
- 2) обязательное.

Добровольное подтверждение соответствия осуществляется в виде добровольной сертификации. Оно осуществляется по инициативе заявителя и на основе договора с органом по сертификации. **Орган по сертификации** — организация, которая может быть создана любым юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, а также их объединениями. Данная система осуществляет подтверждение соответствия объектов, выдает сертификаты на объекты, прошедшие добровольную сертификацию, применяет знак соответствия, применяет при остановление действия или прекращение сертификата.

Регистрацию осуществляет орган по техническому регулированию в течение 5 дней.

Обязательное подтверждение соответствия осуществляется двумя видами:

- 1) принятием декларации о соответствии;
- 2) обязательной сертификацией, проводимой в случаях, установленных техническим регламентом.

Принятие декларации о соответствии может проходить по двум схемам:

- 1) принятие декларации на основании собственных доказательств. Здесь заявитель самостоятельно формирует доказа-

тельный материал в целях подтверждения соответствия продукции требованиям технического регламента (технической документации, результатам собственных исследований и др.); 2) принятие декларации на основе собственных доказательств и полученных с участием третьей стороны (организацией по сертификации или испытательной лаборатории). В декларацию о соответствии включаются заявители, изготовители, реквизиты, информация об объекте подтверждения соответствия, указание на схему, срок действия и др.

Обязательная сертификация проводится специальным органом по сертификации на основании договора с заявителем. Данный орган проводит испытание сам либо привлекает аккредитованные лаборатории, центры. Этот орган ведет реестр выданных сертификатов, приостанавливает или прекращает действие сертификата и осуществляет контроль. Обязательная сертификация соответствующих видов продукции осуществляется в силу требований законодательства (например, при импорте продукции). Во всех иных случаях, по желанию изготовителя, в целях повышения конкурентоспособности его продукции на рынке, может проводиться добровольная сертификация.

ЛЕКЦИЯ № 38. Понятие конкуренции. Недобросовестная конкуренция

1. Понятие конкуренции

Конкуренция — соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем рынке (п. 7 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции»). **Под хозяйствующим субъектом** понимаются индивидуальный предприниматель, коммерческая организация, а также некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход.

Конкуренция стимулирует производство таких товаров, которые больше всего нужны потребителю. Сейчас в России все меньше и меньше в крупных городах остается дешевых продовольственных товаров, сокращается количество маленьких магазинов, ларьков. Это происходит по понятным причинам: борьба с некачественной продукцией, борьба за эстетический облик российских городов.

Совершенная конкуренция имеет место лишь при полиполии, т. е. когда на рынке много продавцов и много покупателей. Тогда рынок открыт для каждого, рекламная кампания является не обязательной, так как на продажу предлагаются однородные товары, отсутствуют какие-либо предпочтения. **Цена товара на таком рынке** — заданная величина, продавец же решает лишь, какое количество товара нужно продать по данной цене.

Федеральный закон «О защите конкуренции» определяет **организационные и правовые основы защиты конкуренции**, в том числе и такими мерами, как:

- 1) предупреждение и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции;
- 2) предупреждение и пресечение недопущения, ограничения, устранения конкуренции федеральными органами исполни-

тельной власти, органами государственной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центробанком РФ.

Целью ФЗ «О защите конкуренции» является соблюдение положений Конституции РФ, таких как: обеспечение единства экономического пространства, свободное перемещение товаров, свобода экономической деятельности в РФ, защита конкуренции и создание условий для эффективного функционирования товарных рынков.

Защита конкуренции в РФ, связана с предупреждением и пресечением монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции, распространяется на отношения, в которых участвуют российские юридические лица и иностранные юридические лица, федеральные органы исполнительной власти, органы государственной власти субъектов РФ, органы местного самоуправления, государственные внебюджетные фонды, Центробанк РФ, физические лица, в том числе индивидуальные предприниматели; а также на соглашения между российскими и (или) иностранными лицами и организациями, достигнутые за пределами территории РФ, если в отношении таких соглашений **в совокупности выполняются следующие условия:**

- 1) соглашения достигнуты в отношении находящихся на территории РФ основных производственных средств и (или) нематериальных активов, прав в отношении российских коммерческих организаций;
- 2) соглашения приводят или могут привести к ограничению конкуренции в РФ.

2. Недобросовестная конкуренция

Недобросовестная конкуренция — любые действия, направленные на приобретение преимуществ в предпринимательской деятельности. Эти действия осуществляются хозяйствующими субъектами и противоречат положениям действующего законодательства, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности и разумности, справедливости, а также могут причинить или причинили убытки другим хозяйствующим субъектам — конкурентам либо нанести ущерб их деловой репутации.

Признаки недобросовестной конкуренции:

- 1) может осуществляться только активными действиями, т.е. бездействие исключает недобросовестную конкуренцию;
- 2) целью данных действий является получение преимуществ;
- 3) в результате этих действий могут быть причинены убытки или нанесен ущерб деловой репутации конкурентов;
- 4) указанные действия будут считаться правонарушением, если они не только нарушают действующее законодательство, но и обычаи делового оборота, требования добропорядочности, разумности и справедливости.

Не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе:

- 1) распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации;
- 2) введение в заблуждение относительно характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара или в отношении его производителей;
- 3) некорректное сравнение хозяйствующим субъектом производимых или реализуемых им товаров с товарами, производимыми или реализуемыми другими хозяйствующими субъектами;
- 4) продажа, обмен или иное введение в оборот товара, если при этом незаконно использовались результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ, услуг;
- 5) незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну (ч. 1 ст. 14 ФЗ «О защите конкуренции»).

Не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительного права на средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации продукции, работ или услуг. Решение антимонопольного органа о нарушении данного положения в отношении приобретения и использования исключительного права на товарный знак направляется заинтересованным лицом в федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности для признания недействительным предоставление правовой охраны товарному знаку.

ЛЕКЦИЯ № 39. Монополистическая деятельность и ее виды

Монополистическая деятельность — злоупотребление хозяйствующим субъектом, группой лиц своим доминирующим положением, соглашения или согласованные действия, запрещенные антимонопольным законодательством, а также иные действия, признанные в соответствии с федеральными законами монополистической деятельностью.

Доминирующее положение на рынке — положение хозяйствующего субъекта (группы лиц) или нескольких хозяйственных субъектов (группы лиц) на рынке определенного товара, дающее такому хозяйствующему субъекту (группе лиц) или таким хозяйствующим субъектам (группам лиц) возможность оказывать решающее воздействие на общие условия обращения товара на соответствующем товарном рынке, и (или) устранять с этого товарного рынка других хозяйствующих субъектов, и (или) затруднять доступ на этот товарный рынок другим хозяйствующим субъектам (ч. 1 ст. 5 ФЗ «О защите конкуренции»). **Доминирующее положение на рынке занимает хозяйствующий субъект в случаях, если:**

- 1) доля его на рынке определенного товара превышает 50%, если не установлено, что, несмотря на превышение указанной величины, положение хозяйствующего субъекта на товарном рынке не является доминирующим;
- 2) доля его на рынке определенного товара составляет менее чем 50%, если доминирующее положение такого хозяйствующего субъекта установлено антимонопольным органом (ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О защите конкуренции»);
- 3) совокупная доля не более чем трех хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает 50%, или совокупная доля не более чем пяти хозяйствующих субъектов, доля каждого из которых больше долей других хозяйствующих субъектов на соответствующем товарном рынке, превышает 70% (ч. 3 ст. 5 ФЗ «О защите конкуренции») (настоящее положение не применяется, если доля хотя бы одного из указанных хозяйствующих субъектов менее чем 8%);

4) в течение длительного периода времени относительные размеры долей хозяйствующих субъектов неизменны или подвержены малозначительным изменениям, а также доступ на соответствующий товарный рынок новых конкурентов затруднен;

5) реализуемый или приобретаемый хозяйствующими субъектами товар не может быть заменен другим товаром при потреблении, рост цены товара не обуславливает соответствующее такому росту снижение спроса на этот товар, информация о цене, об условиях реализации или приобретения этого товара на соответствующем товарном рынке доступна неопределенному кругу лиц (ч. 3 ст. 5 ФЗ «О защите конкуренции»).

Не может быть признано доминирующим положение хозяйствующего субъекта, доля которого на рынке определенного товара не превышает 35%.

Опасность доминирующего положения на рынке для торговли состоит в том, что доминирующее положение на рынке зачастую приводит к монополизму. Злоупотребление доминирующим положением может быть признано только в суде. Доминирующее положение хозяйствующего субъекта устанавливает антимонопольный орган при нарушении антимонопольного законодательства.

Запрещаются действия (бездействие) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц, в том числе согласно ч.1 ст.10 ФЗ «О защите конкуренции»):

- 1) установление, поддержание монопольно высокой или монопольно низкой цены товара;
- 2) изъятие товара из обращения, если результатом такого изъятия явилось повышение цены товара;
- 3) навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора;
- 4) не обоснованные экономически или технологически сокращение или прекращение производства товара, если на этот товар имеется спрос или размещены заказы на его поставки при наличии возможности его рентабельного производства, а также если такое сокращение или прекращение производства товара прямо не предусмотрено федеральными законами,

нормативными правовыми актами Президента РФ, Правительства РФ, уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами;

5) экономически или технологически не обоснованный отказ либо уклонение от заключения договора с отдельными покупателями в случае наличия возможности производства или поставок соответствующего товара, а также в случае, если такой отказ или такое уклонение прямо не предусмотрены федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента РФ, Правительства РФ, уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами;

6) экономически, технологически или иным образом не обоснованное установление различных цен на один и тот же товар, если иное не установлено федеральным законом;

7) установление финансовой организацией необоснованно высокой или необоснованно низкой цены финансовой услуги;

8) создание дискриминационных условий;

9) создание препятствий доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам;

10) нарушение установленного нормативными правовыми актами порядка ценообразования.

По своим видам монополистическая деятельность делится на:

- 1) индивидуальную;
- 2) коллективную;
- 3) договорную;
- 4) внедоговорную.

Индивидуальная монополистическая деятельность проявляется в злоупотреблении доминирующим положением на рынке определенного вида товаров. Коллективная монополистическая деятельность проявляется в заключении соглашений. **Соглашение** — договоренность в письменной форме, содержащаяся в документе или нескольких документах, а также договоренность в устной форме. **Допускаются соглашения:**

- 1) в письменной форме, если эти соглашения являются договорами коммерческой концессии;
- 2) между хозяйствующими субъектами, доля каждого из которых на любом товарном рынке не превышает 20%.

Федеральный закон «О защите конкуренции» допускает действия, бездействие, соглашения, согласованные действия, сделки, если ими не создается возможность для отдельных лиц устранить

конкуренцию на соответствующем товарном рынке, не налагают-ся на их участников или третьих лиц ограничения, не соответст-вующие достижению целей таких действий (бездействия), согла-шений и согласованных действий, сделок, иных действий, а также если **их результатом является или может являться:**

- 1) совершенствование производства, реализации товаров или стимулирование технического, экономического прогресса либо повышение конкурентоспособности товаров российско-го производства на мировом товарном рынке;
- 2) получение покупателями преимуществ (выгод), соразмер-ных преимуществам (выгодам), полученным хозяйствующи-ми субъектами в результате действий (бездействия), соглаше-ний и согласованных действий, сделок.

Запрещаются соглашения между федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления, иными осу-ществляющими функции указанных органов органами и органи-зациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком РФ или между ними и хозяйствующими субъектами, либо осуществление этими органами и организа-ми согласованных действий, если такое соглашение или такое осуществление согласованных действий приводят или могут при-вести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, в частности, к:

- 1) повышению, снижению или поддержанию цен (тарифов), за исключением случаев, если такие соглашения предусмотре-ны федеральными законами и нормативными правовыми актами Президента РФ и Правительства РФ;
- 2) экономически, технологически и иным образом не обос-нованному установлению различных цен (тарифов) на один и тот же товар;
- 3) разделу товарного рынка по территориальному принципу, объему продажи и покупки товаров, ассортименту реализуе-мых товаров либо по составу продавцов или покупателей;
- 4) ограничению доступа на товарный рынок, выхода из товарного рынка или устранению с него хозяйствующих субъектов.

ЛЕКЦИЯ № 40. Правовое регулирование деятельности естественных монополий

Естественная монополия — состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства (в связи с существенным понижением издержек производства на единицу товара по мере увеличения объема производства), а товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами, в связи с чем спрос на данном товарном рынке на товары, производимые субъектами естественных монополий, в меньшей степени зависит от изменения цены на товар, чем спрос на другие виды товаров (ст. 3 Федерального Закона от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях»).

Естественные монополии характеризуются следующими **признаками**:

- 1) удовлетворение спроса эффективно в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства;
- 2) товары, производимые субъектами естественной монополии, не могут быть заменены в потреблении другими товарами.

В Российской Федерации естественная монополия установлена в следующих сферах:

- 1) транспортировка нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам;
- 2) транспортировка газа по трубопроводам;
- 3) услуги по передаче электрической и тепловой энергии;
- 4) железнодорожные перевозки;
- 5) услуги транспортных терминалов, портов, аэропортов;
- 6) услуги общедоступной электрической и почтовой связи.

Методы регулирования естественных монополий:

- 1) ценовой;
- 2) неценовой.

Ценовой метод регулирования естественных монополий — это установление цен или предельных тарифов на продукцию вышеперчисленных компаний. Неценовой метод регулирования естест-

венных монополий состоит в определении потребителей, подлежащих обязательному обслуживанию. Регулирующим органом является Федеральная служба по тарифам.

Положение хозяйствующего субъекта естественной монополии на товарном рынке, находящемся в состоянии естественной монополии, признается доминирующим.

Основным нормативным актом, регулирующим правовой режим естественных монополий в РФ, является ФЗ «О естественных монополиях».

ЛЕКЦИЯ № 41. Регулирование конкуренции на рынке финансовых услуг

Финансовая деятельность и финансовые услуги — деятельность юридических и физических лиц. В качестве финансовой услуги рассматриваются банковские операции, страховые операции, услуги на рынке ценных бумаг, лизинговые и иные операции. Рынком финансовых услуг считается сфера деятельности финансовых организаций на территории РФ и ее части исходя из места предоставления услуги потребителям.

Существуют особенности определения доминирующего положения на рынке финансовых услуг. Условия признания доминирующим положения финансовой организации (за исключением кредитной организации) с учетом ограничений устанавливаются Правительством РФ. Условия признания доминирующим положения кредитной организации с учетом ограничений устанавливаются Правительством РФ по согласованию с Центральным банком РФ. Доминирующее положение финансовой организации (за исключением кредитной организации) устанавливается антимонопольным органом в порядке, утвержденном Правительством РФ. Порядок определения доминирующего положения кредитной организации утверждается Правительством РФ по согласованию с Центральным банком РФ. Не может быть признано доминирующим положение финансовой организации, доля которой не превышает 10% на единственном в РФ товарном рынке или 20% на товарном рынке, обращающийся на котором товар обращается также на иных товарных рынках в РФ в соответствии с условиями признания доминирующим положения финансовой организации (за исключением кредитной организации), утверждаемых постановлением Правительства РФ от 9 июня 2007 г. № 359). Для страховых организаций эти показатели составляют 10 и 25% соответственно).

Особенностью недобросовестной конкуренции на рынке финансовых услуг является ее проявление в форме концентрации капиталов.

Финансовая организация — хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги. Это кредитная организация, кредитный потребительский кооператив, страховщик, страховой брокер, общество взаимного страхования, фондовая биржа, валютная биржа, ломбард, лизинговая компания, негосударственный пенсионный фонд, управляющая компания инвестиционного фонда, управляющая компания паевого инвестиционного фонда, управляющая компания негосударственного пенсионного фонда, специализированный депозитарий инвестиционного фонда, специализированный депозитарий паевого инвестиционного фонда, специализированный депозитарий негосударственного пенсионного фонда; профессиональный участник рынка ценных бумаг (ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции»).

В соответствии с ч.1 ст.18 ФЗ «О защите конкуренции» к **финансовым услугам** можно отнести:

- 1) привлечение денежных средств юридических лиц во вклады;
- 2) открытие и ведение банковских счетов юридических лиц, осуществление расчетов по этим счетам;
- 3) предоставление кредита;
- 4) инкассация денежных средств, векселей, платежных и расчетных документов и кассовое обслуживание юридических лиц;
- 5) выдача банковских гарантий;
- 6) услуги на рынке ценных бумаг;
- 7) услуги по договору лизинга;
- 8) страхование имущества;
- 9) личное страхование, в том числе медицинское страхование;
- 10) негосударственное пенсионное страхование;
- 11) страхование ответственности и др.

Центральный банк РФ обязан представить по запросу федерального антимонопольного органа в письменной форме принятые Центральным банком РФ нормативные акты, а также информацию, необходимую для проведения федеральным антимонопольным органом анализа состояния конкуренции на рынке услуг кредитной организации и осуществления контроля за ее состоянием.

В случае, если стоимость активов по последнему балансу финансовой организации превышает величину, установленную Правительством РФ (при осуществлении сделок с акциями, активами кредитной организации или правами в отношении кре-

дитной организации такая величина устанавливается Правительством РФ по согласованию с Центральным Банком РФ), с предварительного согласия антимонопольного органа осуществляются следующие сделки с акциями (долями), активами финансовой организации или правами в отношении финансовой организации:

- 1) приобретение лицом (группой лиц) голосующих акций АО, если такое лицо (группа лиц) получает право распоряжаться более чем 25% указанных акций;
- 2) приобретение лицом (группой лиц) долей в уставном капитале ООО, если такое лицо (группа лиц) получает право распоряжаться более чем 1/3 долей в уставном капитале данного общества;
- 3) приобретение долей в уставном капитале ООО лицом (группой лиц), распоряжающимся не менее чем 1/3 долей и не более чем 50% долей в уставном капитале ООО, если такое лицо (группа лиц) получает право распоряжаться более чем 50% указанных долей;
- 4) приобретение голосующих акций АО лицом (группой лиц), в распоряжении которого находится не менее чем 25% голосующих акций АО, если это лицо (группа лиц) получает право распоряжаться более чем 50% таких голосующих акций;
- 5) приобретение долей в уставном капитале ООО лицом (группой лиц), распоряжающимся не менее чем 50% и не более чем 2/3 долей в уставном капитале этого общества, если такое лицо (группа лиц) получает право распоряжаться более чем 2/3 указанных долей;
- 6) приобретение голосующих акций АО лицом (группой лиц), распоряжающимся не менее чем 50% и не более чем 75% голосующих акций АО, если такое лицо (группа лиц) получает право распоряжаться более чем 75% таких голосующих акций;
- 7) приобретение лицом (группой лиц) в результате одной сделки или нескольких сделок активов финансовой организации, размер которых превышает величину, установленную Правительством РФ;
- 8) приобретение лицом (группой лиц) в результате одной сделки или нескольких сделок прав, позволяющих определить условия осуществления предпринимательской деятельности финансовой организации или осуществлять функции ее исполнительного органа.

Антимонопольный орган должен быть уведомлен:

- 1) финансовой организацией о ее создании в результате слияния финансовых организаций, если стоимость ее активов по последнему балансу не превышает величину, установленную Правительством РФ (при создании в результате слияния кредитной организации такая величина устанавливается Правительством РФ по согласованию с Центральным Банком РФ), — не позднее чем через 45 дней после даты слияния;
- 2) финансовой организацией о присоединении к ней другой финансовой организации, если стоимость активов по последнему балансу созданной в результате присоединения финансовой организации не превышает величину, установленную Правительством РФ, — не позднее чем через 45 дней после даты присоединения.

ЛЕКЦИЯ № 42. Государственное регулирование конкуренции на товарном и финансовом рынках

Государство регулирует и поощряет конкурентную борьбу в нужных обществу направлениях, используя самые разные методы и механизмы формирования конкурентных отношений. К таким механизмам относят увеличение числа однородных предприятий, поддержку малого и среднего бизнеса, обеспечение сравнимости качественных характеристик и цен на товары, поощрение лучших результатов и новшеств, создание системы пропаганды. **Целью государства** при поддержке конкуренции является создание здоровой конкурентной среды. Со стороны государства поддержка конкуренции осуществляется двумя основными видами мер: стимулирующими и запретительными. К стимулирующим мерам относятся законодательные документы о проведении экономических конкурсов: законодательство в области ценообразования, налогов, экспорта и импорта товаров. К запретительным относится принятие актов и совершение отдельных действий органами исполнительной власти и местного самоуправления, направленных на ограничение конкуренции.

Государственное регулирование конкуренции на товарном и финансовом рынке осуществляет Федеральная антимонопольная служба совместно с Федеральной службой по тарифам. **Анти-монопольный орган** — федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

Функции антимонопольного органа:

- 1) нормотворческая;
- 2) наблюдательная (ведение реестра доминирующих организаций);
- 3) разрешительная (разрешает слияние и присоединение организаций);
- 4) пресекающая (проводит антимонопольное расследование, результатом которого может быть издание предписания об устранении нарушений, принудительное разделение коммерческой организации, занимающей доминирующее положение, если она им злоупотребляет).

Антимонопольный орган выполняет следующие **основные функции** (ст. 22 ФЗ «О защите конкуренции»):

- 1) обеспечивает государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления, иными осуществляющими функции указанных органов органами или организациями, а также государственными внебюджетными фондами, хозяйствующими субъектами, физическими лицами;
- 2) выявляет нарушения антимонопольного законодательства, принимает меры по прекращению нарушения антимонопольного законодательства и привлекает к ответственности за такие нарушения;
- 3) предупреждает монополистическую деятельность, недобросовестную конкуренцию, другие нарушения антимонопольного законодательства;
- 4) осуществляет государственный контроль за экономической концентрацией в сфере использования земли, недр, водных и других природных ресурсов, в том числе при проведении торгов.

Антимонопольный орган осуществляет следующие **полномочия** (ч. 1 ст. 23 ФЗ «О защите конкуренции»):

- 1) возбуждает и рассматривает дела о нарушениях антимонопольного законодательства;
- 2) выдает обязательные для исполнения хозяйствующими субъектами предписания:
 - а) о прекращении ограничивающих конкуренцию соглашений и (или) согласованных действий хозяйствующих субъектов и совершение действий, направленных на обеспечение конкуренции;
 - б) о прекращении злоупотребления хозяйствующим субъектом доминирующим положением и совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции;
 - в) о прекращении нарушения правил недискриминационного доступа к товарам;
 - г) о прекращении недобросовестной конкуренции;
 - д) о недопущении действий, которые могут являться препятствием для возникновения конкуренции и (или) могут привести к ограничению, устранению конкуренции и нарушению антимонопольного законодательства;

- е) об устранении последствий нарушения антимонопольного законодательства;
 - ж) о прекращении иных нарушений антимонопольного законодательства;
 - з) о восстановлении положения, существовавшего до нарушения антимонопольного законодательства;
 - и) о заключении договоров, изменении условий договоров или расторжении договоров;
 - к) о перечислении в государственный бюджет дохода, полученного вследствие нарушения антимонопольного законодательства;
 - л) об изменении или ограничении использования фирменного наименования;
 - м) о выполнении экономических, технических, информационных и иных требований об устранении дискриминационных условий и о предупреждении их создания;
 - н) о совершении действий, направленных на обеспечение конкуренции;
- 3) выдает федеральным органам исполнительной власти, органам исполнительной власти субъектов РФ, органам местного самоуправления, государственным внебюджетным фондам, их должностным лицам обязательные для исполнения предписания;
- 4) направляет в федеральный орган исполнительной власти по рынку ценных бумаг, Центральный Банк РФ предложения о приведении в соответствии с антимонопольным законодательством принятых ими актов и (или) прекращении их действия в случаях, если такие акты и (или) действия нарушают антимонопольное законодательство;
- 5) привлекает к ответственности за нарушение антимонопольного законодательства коммерческие организации и некоммерческие организации, их должностных лиц, должностных лиц федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления, а также должностных лиц государственных внебюджетных фондов, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей (ч.1 ст.23 ФЗ «О защите конкуренции»);
- 6) обращается в арбитражный суд с исками, заявлениями о нарушении антимонопольного законодательства;

- 7) участвует в рассмотрении судом или арбитражным судом дел;
- 8) ведет реестр хозяйствующих субъектов, имеющих долю на рынке определенного товара в размере более 35%;
- 9) устанавливает доминирующее положение хозяйствующего субъекта;
- 10) утверждает формы представления в антимонопольный орган сведений;
- 11) утверждает методику определения необоснованно высокой и необоснованно низкой цены услуги кредитной организации (по согласованию с Центробанком РФ);
- 12) издает нормативные правовые акты;
- 13) дает разъяснения по вопросам применения антимонопольного законодательства;
- 14) дает заключения о наличии или отсутствии признаков ограничения конкуренции;
- 15) вносит в лицензирующие органы предложения об аннулировании, отзыве лицензий или о приостановлении действий лицензий и др.

ЛЕКЦИЯ № 43. Поставки продукции для государственных нужд

Федеральные государственные нужды — это потребности РФ в продукции, которая необходима для решения задач жизнеобеспечения, обороны и безопасности страны и для реализации федеральных целевых программ и межгосударственных целевых программ, в которых участвует РФ. Поставка продукции для государственных нужд осуществляется путем заключения с предприятиями, учреждениями, организациями государственных контрактов на поставку продукции для государственных нужд.

Для осуществления поставок продукции для государственных нужд совершаются следующие действия:

- 1) Правительство РФ утверждает перечень государственных заказчиков продукции;
- 2) определяется государственный заказчик, которым может быть федеральный орган исполнительной власти, федеральное казенное предприятие или государственное учреждение;
- 3) размещаются заказы на поставку продукции для федеральных государственных нужд путем открытых и (или) закрытых торгов (конкурсов, аукционов);
- 4) государственные заказчики обеспечиваются финансовыми средствами в объеме, который устанавливается федеральным бюджетом;
- 5) государственные заказчики являются ответственными за реализацию федеральных целевых программ и обеспечению федеральных государственных нужд;
- 6) Правительство РФ предоставляет гарантии по обязательствам государственного заказчика в пределах средств, выделяемых из федерального бюджета.

Целями поставки продукции для федеральных государственных нужд являются:

- 1) поддержание необходимого уровня обороноспособности и безопасности государства;
- 2) обеспечение экспортных поставок продукции для выполнения международных экономических, в том числе валютно-кредитных обязательств РФ;

- 3) создание и поддержание государственных материальных резервов РФ;
- 4) реализация федеральных целевых программ.

Поставки продукции для государственных нужд обеспечиваются за счет средств соответствующего бюджета и внебюджетных источников, которые привлекаются для этих целей. Федеральные государственные нужды и объемы их финансирования из федерального бюджета предусматриваются в федеральном законе о федеральном бюджете на планируемый период.

При поставке продукции для федеральных государственных нужд устанавливаются **обязательные условия**:

- 1) соответствие указанной продукции действующим стандартам;
- 2) поставка только российских товаров.

В государственном контракте на поставку продукции для федеральных государственных нужд:

- 1) определяются права и обязанности государственного заказчика и поставщика по обеспечению федеральных государственных нужд;
- 2) регулируются отношения поставщика с государственным заказчиком при выполнении государственного контракта;
- 3) может быть предусмотрен контроль со стороны государственного заказчика за ходом работ по выполнению государственного контракта и оказание консультативной и иной помощи поставщику без вмешательства в оперативно-хозяйственную деятельность последнего.

Поставщики продукции, предприятия, выполняющие работы и оказывающие услуги для федеральных государственных нужд, определяются путем проведения конкурса. **Конкурс может быть:**

- 1) открытым;
- 2) закрытым;
- 3) обычным;
- 4) двухэтапным.

Наиболее распространенным является обычный открытый конкурс.

Стадии конкурса для определения поставщика продукции для федеральных государственных нужд:

- 1) опубликование в средствах массовой информации объявления о проведении конкурса;

- 2) направление обратившимся кандидатам информации о планируемых поставках для федеральных государственных нужд с описанием условий поставки, предлагаемых государственным заказчиком;
- 3) получение предложений от кандидатов по организации поставок;
- 4) оценка поступивших предложений;
- 5) выбор победителя конкурса;
- 6) заключение с победителем конкурса государственного контракта.

Для того чтобы принять участие в конкурсе, к кандидатам предъявляются **специальные требования**:

- 1) они должны обладать необходимыми производственными мощностями и иными возможностями для выполнения государственного заказа;
- 2) они должны быть российскими предприятиями (допуск к конкурсу иностранных предприятий возможен в исключительных случаях — при отсутствии производства указанного вида продукции в РФ или нецелесообразности такого производства);
- 3) в случае представления недостоверной информации кандидаты могут быть отстранены от участия в конкурсе.

Поставщики вправе требовать от организатора открытого конкурса разъяснения конкурсной документации. Организатор открытого конкурса должен ответить на запросы поставщиков, полученные до истечения срока подачи заявок на участие в открытом конкурсе о разъяснениях положений конкурсной документации. Организатор открытого конкурса должен направить поставщикам разъяснение положений конкурсной документации в установленные сроки.

При рассмотрении предложений конкурсантов ведется протокол проведения конкурса, в котором указываются:

- 1) краткое описание поставляемых товаров;
- 2) наименование и адреса участников конкурса;
- 3) перечень участников конкурса, которые не прошли предварительный отбор;
- 4) цены товаров, предложенные участниками конкурса;
- 5) наименование победителя конкурса и цены поставляемых им товаров;

- 6) основания принятия организатором конкурса решения об отклонении заявок на участие в конкурсе;
- 7) причины, по которым государственный контракт не заключен.

Победителем по результатам конкурса определяется участник, предложивший лучшие условия поставки. Организатор открытого конкурса обязан опубликовать в СМИ информацию о результатах открытого конкурса — о наименовании победителя открытого конкурса, наименованиях поставляемых им товарах и ценах поставляемых товаров.

Закрытый конкурс проводится в случаях, когда:

- 1) предметом государственного контракта являются поставки товаров для нужд обороны и безопасности государства в части, составляющей государственную тайну;
- 2) технически сложные товары производятся ограниченным числом поставщиков. При закрытом конкурсе объявление в СМИ о его проведении не публикуется, а конкурсные материалы направляются непосредственно заранее отобранным конкурсной комиссией кандидатам.

При двухэтапном конкурсе с его участниками предварительно проводятся переговоры, конкретизируются условия, после чего проводится второй этап — **непосредственно конкурс**.

Контроль за проведением конкурса на поставку продукции для федеральных государственных нужд осуществляет государственный орган, уполномоченный Правительством РФ.

ЛЕКЦИЯ № 44. Приемка товаров по количеству

Поставка товаров характеризуется возложением определенного ряда обязанностей на грузоотправителей и грузополучателей.

Грузополучатель должен обеспечить приемку продукции по качеству в точном соответствии со стандартами, техническими условиями, основными и особыми условиями поставки, Инструкцией о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству, иными правилами и договором.

При приемке груза от органов транспорта организация-получатель в соответствии с действующими правилами перевозок грузов обязана проверить, обеспечена ли сохранность груза при перевозке, в частности:

- 1) проверить в надлежащих случаях наличие на транспортных средствах или на контейнерах пломб отправителя или пункта отправления, исправность пломб, оттиски на них, состояние вагона, иных транспортных средств или контейнера, наличие защитной маркировки груза, а также исправность тары;
- 2) проверить соответствие наименования груза и транспортной маркировки на нем данным, указанным в транспортном документе, и потребовать от органов транспорта выдачи груза по количеству мест или весу во всех случаях, когда такая обязанность возложена на них правилами, действующими на транспорте, и другими нормативными актами.

В случае выдачи груза без проверки количества мест или веса получатель в порядке, установленном правилами оформления выдачи грузов, обязан потребовать от органов транспорта, чтобы на транспортном документе была сделана соответствующая отметка (п. 3 Инструкции о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству утвержденной, постановлением Госарбитража СССР от 25 апреля 1966 г. № П-7).

Грузоотправитель, в свою очередь, обязан (п. 2 Инструкции о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству):

- 1) обеспечить строгое соблюдение установленных правил упаковки и затаривания продукции, маркировки и опломбирования отдельных мест;
- 2) обеспечить точное определение количества отгруженной продукции (веса, количества мест ящиков, связок, пачек и т. п.);
- 3) при отгрузке продукции в упакованных или затаренных местах обеспечить вложение в каждое тарное место, предусмотренное стандартами, техническими условиями, иными обязательными правилами или договором документа, свидетельствующего о наименовании и количестве продукции, находящейся в данном тарном месте;
- 4) обеспечить четкое и ясное оформление соответствующих документов, проверить соответствие указанных в них данных о количестве продукции фактически отгружаемому количеству;
- 5) обеспечить строгое соблюдение действующих на транспорте правил сдачи грузов к перевозке, их погрузки и крепления;
- 6) обеспечить систематическое осуществление контроля за работой лиц, занятых определением количества отгружаемой продукции и оформлением на нее отгрузочных и расчетных документов.

В случаях выявления несоответствия фактического количества поставленной продукции и количества, указанного в документах, **получатель обязан:**

- 1) приостановить приемку;
- 2) обеспечить сохранность продукции;
- 3) составить акт о выявленной недостаче продукции за подписями лиц, производивших приемку.

Приостановив приемку продукции, **грузополучатель должен:**

- 1) вызвать для участия в продолжении приемке продукции и составлении двустороннего акта представителя отправителя груза;
- 2) вызвать представителя одногородного изготовителя, если продукция получена в оригинальной упаковке либо

в ненарушенной таре изготовителя, не являющегося отправителем;

3) вызвать представителя иногороднего отправителя либо изготовителя (в особых случаях).

Грузополучатель не позднее 24 ч, а в отношении скоропортящейся продукции — немедленно после обнаружения недостачи отправляет по телеграфу (телефону) уведомление о вызове представителя отправителя (изготовителя), где должен указать: наименование продукции, дату и номер счета-фактуры или номер транспортного документа, количество недостающей продукции и характер недостачи, состояние пломб, стоимость недостающей продукции, время, на которое назначена приемка продукции по количеству.

Отправитель обязан не позднее следующего дня после получения вызова сообщить телеграммой или телефонограммой, будет ли им направлен представитель для участия в проверке количества продукции.

При неявке представителя отправителя по вызову получателя приемка продукции по количеству и составление акта о недостатке производятся:

- 1) с участием представителя другой организации, предприятия, выделенного руководителем или заместителем руководителя этой организации или этого предприятия;
- 2) либо с участием представителя общественности предприятия-получателя, назначенного руководителем или заместителем руководителя предприятия из числа лиц, утвержденных решением профсоюза этого предприятия;
- 3) или односторонне предприятием-получателем, если отправитель дал согласие на одностороннюю приемку продукции.

В качестве представителей для участия в приемке продукции необходимо выделять лиц, компетентных в вопросах определения количества подлежащей приемке продукции, за исключением руководителей, материально ответственных лиц и работников юридических служб.

Приемка продукции должна вестись без перерыва.

Если при приемке продукции будет выявлена недостача продукции против данных, указанных в транспортных и сопроводительных документах (счете-фактуре, спецификации, описи, упа-

ковочных ярлыках и др.), то результаты приемки продукции по количеству оформляются актом, который должен быть составлен в тот же день, когда недостача была выявлена.

При обнаружении недостачи после проведения приемки продукции по количеству предприятие-получатель направляет отправителю, а при необходимости — транспортной организации претензию с приложением акта о недостаче продукции, подписанного руководителем предприятия-получателя. Изготовитель, отправитель, транспортная организация в случае получения ими указанной претензии обязаны дать ответ в соответствии с законодательством РФ.

ЛЕКЦИЯ № 45. Приемка товаров по качеству

При приемке товаров по качеству грузополучатель обязан обеспечить приемку продукции по качеству в точном соответствии со стандартами, техническими условиями, Инструкцией о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству, иными обязательными правилами и договором. При приемке груза от органов транспорта предприятие-получатель в соответствии с действующими на транспорте правилами перевозки грузов обязано проверить:

- 1) наличие на транспортных средствах (вагоне, цистерне, барже, трюме судна, автофургоне и т. п.) или на контейнере пломб отправителя или пункта отправления (станции, пристани, порта), исправность пломб, оттиски на них, состояние вагона, иных транспортных средств или контейнера, наличие защитной маркировки груза и исправность тары;
- 2) соответствие наименования груза и транспортной маркировки на нем данным, указанным в транспортном документе;
- 3) были ли соблюдены установленные правила перевозки, обеспечивающие предохранение груза от повреждения и порчи (укладка груза, температурный режим, льдоснабжение и др.), сроки доставки, а также произвести осмотр груза (п. 3 Инструкции о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству).

Грузоотправитель обязан обеспечить:

- 1) строгое соблюдение установленных правил упаковки и затаривания продукции, маркировки и опломбирования отдельных мест;
- 2) отгрузку продукции, соответствующей по качеству и комплектности требованиям, установленным стандартами, техническими условиями, чертежами, рецептурами, образцами-эталоном;
- 3) четкое и правильное оформление документов, удостоверяющих качество и комплектность поставляемой продукции,

отгрузочных и расчетных документов, соответствие указанных в них данных о качестве и комплектности продукции фактическому качеству и ее комплектности;

4) своевременную отсылку документов, удостоверяющих качество и комплектность продукции, получателю. Эти документы высылаются вместе с продукцией;

5) строгое соблюдение действующих на транспорте правил сдачи грузов к перевозке, их погрузки и крепления, а также специальных правил погрузки, установленных стандартами и техническими условиями.

Продукция, которая поступила в исправной таре, принимается по качеству и комплектности на склад конечного получателя.

При обнаружении несоответствия качества, комплектности, маркировки поступившей продукции, тары или упаковки требованиям стандартов, технических условий, чертежам, образцам (эталонам), договору либо данным, указанным в маркировке и сопроводительных документах, удостоверяющих качество продукции, получатель:

- 1) приостанавливает дальнейшую приемку продукции;
- 2) составляет акт, в котором указывает количество осмотренной продукции и характер выявленных при приемке дефектов;
- 3) обеспечивает хранение продукции ненадлежащего качества или некомплектной продукции в условиях, предотвращающих ухудшение ее качества и смешение с другой однородной продукцией;
- 4) обязан вызвать для участия в продолжении приемки продукции и составления двустороннего акта представителя иногороднего изготовителя (отправителя).

При однородной поставке вызов представителя изготовителя (отправителя) и его явка для участия в проверке качества и комплектности продукции и составление акта являются обязательными.

Уведомление о вызове представителя отправителя (изготовителя) отправляется по телеграфу (телефону) не позднее 24 ч, а в отношении скоропортящейся продукции — немедленно после обнаружения недостатка.

Уведомление должно содержать:

- 1) наименование продукции, дату и номер счета-фактуры или номер транспортного документа;
- 2) основные недостатки, имеющиеся в продукции;

- 3) время, когда состоится приемка продукции по качеству или комплектности;
- 4) количество продукции ненадлежащего качества или некомплектной продукции.

После получения уведомления изготовитель (отправитель) обязан направить для приемки своего представителя либо дать согласие на одностороннюю приемку. **При неявке представителя изготовителя (отправителя) по вызову получателя (покупателя):**

- 1) проверка качества продукции производится представителем соответствующей отраслевой инспекции по качеству продукции;
- 2) проверка качества товаров — экспертом бюро товарных экспертиз либо представителем соответствующей инспекции по качеству.

Во всех случаях, когда нормативными актами или договором для определения качества продукции предусмотрен отбор образцов (проб), лица, участвующие в приемке продукции по качеству, обязаны отобрать образцы (пробы) этой продукции.

По результатам приемки продукции по качеству и комплектности с участием представителей составляется акт о фактическом качестве и комплектности полученной продукции. Акт должен быть составлен в день окончания приемки продукции по качеству и комплектности. Акт должен быть подписан всеми лицами, участвовавшими в проверке качества и комплектности продукции. Лицо, не согласное с содержанием акта, обязано подписать его с оговоркой о своем несогласии и изложить свое мнение. В акте перед подписью лиц, участвовавших в приемке, должно быть указано, что эти лица предупреждены о том, что они несут ответственность за подписание акта, содержащего данные, не соответствующие действительности (п. 29 Инструкции о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству).

При обнаружении несоответствия качества после проведения приемки продукции по качеству предприятие-получатель направляет изготовителю (отправителю), а при необходимости — транспортной организации претензию. При этом:

- 1) должен прилагаться акт о выявлении несоответствия качества продукции, подписанный руководителем предприятия-получателя;

- 2) в случаях, предусмотренных законом и договором, к претензии должны прилагаться акт об уничтожении скоропортящейся продукции по указанию органов санитарно-эпидемиологического надзора, акт о сдаче продукции в металлолом и иные документы об использовании продукции на месте в соответствии с фактическим ее качеством;
- 3) в случае предъявления претензии о возмещении разницы стоимости продукции в связи с переводом ее в более низкий сорт получатель обязан приложить к претензии документы, подтверждающие оприходование продукции фактически полученным сортом;
- 4) торгующие организации должны предъявить подписанную руководителем организации и главным бухгалтером справку о реализации продукции по цене сорта, в который она переведена, или о проведенной переоценке, если продукция еще не реализована, а также справку за подписями тех же должностных лиц о перемаркировке продукции соответствующим сортом.

ЛЕКЦИЯ № 46. Маркировка товара

Маркировка товара — это отметка на товаре, позволяющая идентифицировать данный товар, а также содержащая сведения, необходимые пользователю. Обычно **на маркировке товара указываются:**

- 1) наименование товара;
- 2) назначение товара;
- 3) порядок использования;
- 4) меры предосторожности при использовании;
- 5) количество;
- 6) качество;
- 7) состав;
- 8) дата изготовления.

Носителями маркировки, т. е. объектами, которые ее содержат, являются:

- 1) этикетка;
- 2) паспорт изделия, прилагаемый к нему;
- 3) бумажный носитель, который приклеивается на товар;
- 4) иные носители.

Наличие маркировки на товаре является обязательным условием осуществления купли-продажи (поставки) товара.

При отсутствии маркировки товар считается не поставленным, а обязательство по передаче товара считается не исполненным.

В Европе широко распространена маркировка товара с помощью штрих-кода. Сущность данного вида маркировки в том, что:

- 1) она выполнена графически;
- 2) она наносится типографским способом;
- 3) она представляет собой сочетание 13 черных и белых штрихов различной величины;
- 4) данные линии состоят из четырех групп;
- 5) линии первой группы несут в себе зашифрованную информацию о стране-изготовителе;

- 6) линии второй группы — о предприятии-изготовителе;
- 7) пять штрихов третьей линии несут в себе информацию о самом товаре;
- 8) четвертая линия является ключом к шифру;
- 9) штрих-кодировка предназначена для машинного считывания, т. е. содержит штриховой код товара.

В России штриховые коды также получили распространение. Их присваивает товарам Внешнеэкономическая ассоциация автоматической идентификации — ЮНИСКАН.

ЛЕКЦИЯ № 47. Правовое регулирование рекламы

Реклама — информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (ст.3 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»).

Правовое регулирование рекламы осуществляется в целях:

- 1) защиты от недобросовестной конкуренции в области рекламы;
- 2) предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, способной ввести потребителей рекламы в заблуждение;
- 3) предотвращения рекламы, способной нанести вред здоровью граждан, имуществу граждан или юридических лиц, окружающей среде либо вред чести, достоинству или деловой репутации указанных лиц, посягающей на общественные интересы, принципы гуманности и морали.

В ФЗ «О рекламе» закреплены **основные условия рекламы:**

- 1) реклама должна быть правомерной;
- 2) реклама не должна наносить вред нравственному здоровью общества, порождать агрессию и насилие, пропагандировать войну или национальную рознь;
- 3) реклама не должна призывать к нарушению экологических норм;
- 4) реклама должна быть непосредственно распознаваема, т. е. понятна без применения каких-то особых знаний или технических средств;
- 5) реклама должна вестись преимущественно на русском языке или языке народа, проживающего в РФ;
- 6) реклама товаров, подлежащих сертификации, должна быть сопровождена пометкой «подлежит обязательной сертификации».

Федеральный закон «О рекламе» распространяется на (ст. 2 ФЗ «О рекламе»):

- 1) политическую рекламу;
- 2) информацию, раскрытие либо распространение или доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом;
- 3) справочно-информационные и аналитические материалы, не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой;
- 4) сообщения органов государственной власти, органов местного самоуправления, муниципальных органов, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, если такие сообщения не содержат сведений рекламного характера и не являются социальной рекламой;
- 5) вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера;
- 6) объявления физических лиц и юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности;
- 7) информацию о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенную на товаре или его упаковке;
- 8) любые элементы оформления товара, помещенные на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару;
- 9) упоминание о товаре, средствах его индивидуализации, об изготовителе или о продавце товара, которые органично интегрированы в произведения науки, литературы или искусства и сами по себе не являются сведениями рекламного характера.

В рекламе товаров при дистанционном способе их продаже должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя (ст. 8 ФЗ «О рекламе»). В рекламе, сообщающей о проведении стимулирующей лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара, **должны быть указаны:**

- 1) сроки проведения такого мероприятия;
- 2) источник информации об организаторе такого мероприятия, о правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения (ст. 9 ФЗ «О рекламе»).

Саморегулируемой организацией в сфере рекламы признается объединение рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей и иных лиц, созданное в форме ассоциации, союза или некоммерческого партнерства в целях представительства и защиты интересов своих членов, выработки требований соблюдения этических норм в рекламе и обеспечения контроля за их выполнением (ст. 31 ФЗ «О рекламе»). В соответствии со ст. 32 ФЗ «О рекламе» **эти организации имеют право:**

- 1) представлять законные интересы своих членов в их отношениях с федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления;
- 2) участвовать в рассмотрении антимонопольным органом дел;
- 3) обжаловать в арбитражный суд нормативные правовые акты;
- 4) принимать в отношении своих членов меры ответственности, в том числе исключение из членов саморегулируемой организации;
- 5) разрабатывать, устанавливать и опубликовывать обязательные для выполнения всеми членами саморегулируемой организации правила профессиональной деятельности в сфере рекламы;
- 6) осуществлять контроль за профессиональной деятельностью членов организации в части соблюдения требований законодательства и профессиональной этики;
- 7) рассматривать жалобы на действия членов организации;
- 8) разрабатывать и устанавливать требования, предъявляемые к лицам, желающим вступить в саморегулируемую организацию;
- 9) осуществлять сбор, обработку и хранение информации о деятельности своих членов;
- 10) осуществлять ведение реестра лиц, являющихся членами саморегулируемой организации.

Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства о рекламе, в том числе:

- 1) предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства РФ о рекламе;

2) возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Антимонопольный орган вправе также:

- 1) выдавать обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе;
- 2) предъявлять в суд или арбитражный суд иски о запрете распространения рекламы, осуществляемого с нарушением законодательства;
- 3) предъявлять в суд или арбитражный суд иски о публичном опровержении недостоверной рекламы;
- 4) обращаться в арбитражный суд с заявлениями о признании недействительными полностью или в части противоречащих законодательству о рекламе нормативных и ненормативных правовых актов;
- 5) применять меры ответственности;
- 6) обращаться в арбитражный суд с заявлениями о признании недействительным разрешения на установку рекламной конструкции.

Решения, предписания антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение 3 месяцев со дня вынесения решения, предписания.

Нарушение физическими или юридическими лицами законодательства РФ о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством.

ЛЕКЦИЯ № 48. Особенности отдельных видов рекламы

Особенности рекламы в телепрограммах, телепередачах состоят в следующем:

- 1) не допускается прерывать рекламой и совмещать с рекламой следующие телепередачи:
 - а) религиозные телепередачи;
 - б) телепередачи продолжительностью менее чем 15 мин;
- 2) прерывание телепрограммы или телепередачи рекламой должно предваряться сообщением о последующей трансляции рекламы;
- 3) при совмещении рекламы с телепрограммой реклама не должна:
 - а) занимать более чем 7% площади кадра;
 - б) накладываться на субтитры, а также надписи разъясняющего характера;
- 4) с 1 января 2008 г. общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы, прерывания телепрограммы рекламой и совмещения рекламы с телепрограммой не может превышать 15% времени в течение 1 ч;
- 5) в детских и образовательных телепередачах:
 - а) продолжительность которых составляет не менее чем 15 мин, допускается распространение рекламы в начале или по окончании продолжительностью 1 мин;
 - б) продолжительность которых составляет не менее чем 40 мин, допускается распространение рекламы в начале или по окончании телепередачи продолжительностью 2,5 мин;
 - в) продолжительность которых составляет 1 ч и более, допускается распространение рекламы непосредственно в начале и непосредственно перед окончанием телепередачи продолжительностью 3 мин;
- 6) трансляция в прямом эфире или в записи спортивного соревнования может прерываться рекламой только в перерывах в ходе спортивных соревнований или во время их остановок;

- 7) иные телепередачи, в том числе художественные фильмы, могут прерываться рекламой таким образом, чтобы продолжительность каждого прерывания не превышала 4 мин;
- 8) в телепрограммах не допускается распространение рекламы в дни траура, объявленные в РФ.

Особенности рекламы в радиопрограммах и радиопередачах:

- 1) продолжительность рекламы не может превышать 25% времени вещания в течение суток;
- 2) особенности рекламы в детских и образовательных радиопередачах, во время радиотрансляции спортивных соревнований те же самые, что и особенности рекламы в телепрограммах и телепередачах;
- 3) иные радиопередачи могут прерываться рекламой столько раз, сколько пятнадцатиминутных периодов включают в себя эти радиопередачи;
- 4) в радиопрограммах не допускается распространение рекламы в дни траура.

Размещение рекламы в периодических печатных изданиях должно сопровождаться пометкой «Реклама», и объем рекламы должен составлять не более чем 40% объема одного номера периодических печатных изданий. Данные требования не распространяются на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера.

Размещение рекламы на почтовых отправлениях допускается при наличии разрешения, выдаваемого федеральным органом исполнительной власти в области связи в определяемом Правительством РФ порядке.

Распространение наружной рекламы с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств осуществляется владельцем рекламной конструкции, которая должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы. Распространение рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения, не допускается.

Размещение рекламы на транспортном средстве осуществляется на основании договора, заключенного с рекламодателем

и собственником транспортного средства или уполномоченным им лицом. Запрещается размещение рекламы на транспортных средствах:

- 1) специальных и оперативных служб;
- 2) оборудованных устройствами для подачи специальных световых и звуковых сигналов;
- 3) федеральной почтовой связи;
- 4) предназначенных для перевозки опасных грузов. Распространение звуковой рекламы с использованием транспортных средств, а также звуковое сопровождение рекламы, распространяемой с использованием транспортных средств, не допускается.

Реклама алкогольной продукции не должна:

- 1) содержать утверждение о том, что употребление алкогольной продукции имеет важное значение для достижения общественного признания, профессионального, спортивного или личного успеха;
- 2) осуждать воздержание от употребления алкогольной продукции;
- 3) содержать утверждение о том, что алкогольная продукция безвредна;
- 4) содержать упоминание о том, что употребление алкогольной продукции является одним из способов утоления жажды;
- 5) обращаться к несовершеннолетним;
- 6) использовать образы несовершеннолетних;
- 7) размещаться на первой и последней страницах газет, обложках журналов;
- 8) размещаться в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях;
- 9) размещаться на всех видах транспортных средств общего пользования;
- 10) размещаться в детских, образовательных, медицинских, санаторно-курортных, оздоровительных, военных организациях, театрах, цирках, музеях, домах и дворцах культуры, концертных и выставочных залах, библиотеках, лекториях, планетариях и на расстоянии ближе, чем 100 м от таких сооружений. Реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного

употребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем 10% рекламной площади (пространства). **Реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, также не размещается:**

- 1) в телепрограммах с 7 до 22 ч местного времени и в радиопрограммах с 9 до 24 ч местного времени;
- 2) при кино- и видеообслуживании с 7 до 20 ч местного времени;
- 3) в средствах массовой информации, специализирующихся на вопросах экологии, образования, охраны здоровья.

Схожие особенности у рекламы алкогольных напитков, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, с рекламой табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.

Реклама лекарственных средств не должна:

- 1) обращаться к несовершеннолетним;
- 2) содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний в результате применения объекта рекламирования;
- 3) содержать выражение благодарности в связи с использованием объекта рекламирования;
- 4) создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований;
- 5) содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья;
- 6) способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования;
- 7) создавать впечатление ненужности обращения к врачу;
- 8) гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий;
- 9) представлять объект рекламирования в качестве биологически активной добавки и пищевой добавки или иного не являющегося лекарственным средством товара;
- 10) содержать утверждение о том, что безопасность и (или) эффективность объекта рекламирования гарантирована его естественным происхождением. Реклама лекарственных средств должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию.

Особенности рекламы существуют в отношении отдельных видов товаров, таких как:

- 1) биологически активных добавок, продуктов детского питания;
- 2) продукции военного назначения и оружия;
- 3) основанных на риске игр, пари;
- 4) финансовых услуг;
- 5) ценных бумаг;
- 6) услуг по заключению договоров ренты, в том числе договора пожизненного содержания с иждивением.

ЛЕКЦИЯ № 49. Ненадлежащая реклама

Ненадлежащая реклама — реклама, не соответствующая требованиям законодательства РФ. Реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются. **Недобросовестной признается реклама, которая:**

- 1) содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другим изготовителем или реализуются другими продавцами;
- 2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента;
- 3) представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождественен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара;
- 4) является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности требования:

- 1) о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами;
- 2) о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе и способе, дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара;

- 3) об ассортименте и комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока;
- 4) о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок;
- 5) об условиях доставки, обмена, ремонта и обслуживания товара;
- 6) о гарантийных обязательствах изготовителя или продавца товара;
- 7) об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности;
- 8) о правах на использование официальных государственных символов и символов международных организаций;
- 9) об официальном или общественном признании, о получении медалей, призов, дипломов или иных наград;
- 10) о рекомендациях физических или юридических лиц относительно объекта рекламирования либо о его одобрении физическими и юридическими лицами;
- 11) о результатах исследований и испытаний;
- 12) о предоставлении дополнительных прав или преимуществ приобретателю рекламируемого товара;
- 13) о фактическом размере спроса на рекламируемый или иной товар и др.

Реклама не должна:

- 1) побуждать к совершению противоправных действий;
- 2) призывать к насилию и жестокости;
- 3) иметь сходство с дорожными знаками;
- 4) формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц.

В рекламе не допускаются:

- 1) использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации;
- 2) указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти, органами местного самоуправления либо их должностными лицами;
- 3) демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции;

4) использование образов медицинских работников, за исключением такого использования в рекламе медицинских услуг;

5) указание на то, что рекламируемый товар произведен с использованием тканей эмбриона человека;

6) указание на лечебные свойства.

В рекламе не допускаются использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, специальной категории, возраста, официальных государственных символов, религиозных символов, объектов культурного наследия.

Не допускается использование в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции или в другой продукции распространение скрытой рекламы.

Не допускается размещение рекламы в учебниках, предназначенных для обучения детей по программам начального общего и основного общего образования, школьных дневниках, а также в школьных тетрадях.

В целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта, в рекламе не допускаются:

1) дискредитация родителей и воспитателей, подрыв доверия к ним у несовершеннолетних;

2) побуждение детей к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар;

3) создание у несовершеннолетних искаженного представления о доступности товара для семьи с любым уровнем достатка;

4) создание у детей впечатления о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками;

5) формирование комплекса неполноценности у несовершеннолетних, не обладающих рекламируемым товаром;

6) показ несовершеннолетних в опасных ситуациях;

7) формирование у несовершеннолетних комплекса неполноценности, связанного с их внешней непривлекательностью.

Не допускается реклама:

1) товаров, производство и (или) реализация которых запрещена законодательством РФ;

- 2) наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров;
- 3) взрывчатых веществ и материалов, за исключением пиротехнических изделий;
- 4) органов и (или) тканей человека в качестве объекта купли-продажи;
- 5) товаров, в случае отсутствия государственной регистрации;
- 6) товаров, подлежащих обязательной сертификации, в случае отсутствия такой сертификации;
- 7) товаров, на производство или реализацию которых требуется получение лицензий или иных специальных разрешений (в случае отсутствия таких разрешений).

ЛЕКЦИЯ № 50. Виды коммерческих договоров

Договор — это соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении и прекращении гражданских прав и обязанностей. Договор является основным видом сделок. **Значение договоров:**

- 1) это одно из оснований возникновения гражданских прав и обязанностей;
- 2) они опосредуют движение объектов гражданских прав от одних лиц к другим;
- 3) позволяют выявить истинные потребности в определенных товарах. Основной принцип заключения договора — **свобода договора**. Стороны вольны заключать или не заключать договор. Стороны могут заключить договор, предусмотренный законом, а также прямо не предусмотренный законом, но и не запрещенный им. Стороны вправе заключить смешанный договор, т. е. содержащий элементы разных видов договоров. Стороны свободны в выборе условий договора. Под содержанием договора понимаются взаимные права и обязанности сторон. Условия договора бывают существенные, обычные и случайные. К существенным условиям относится условие, определяющее предмет договора, а также условия, которые определены как таковые в законе или определенные самими сторонами. Обычные условия договора устанавливаются законодательством диспозитивно. Случайные условия договора характерны для данного индивидуального договора.

Все договоры можно классифицировать:

- 1) по моменту возникновения прав и обязанностей:
 - а) **концессуальные** — заключаются по взаимному согласию сторон;
 - б) **реальные** — для заключения необходимо передать предмет договора;
- 2) односторонние и двусторонние (многосторонние);
- 3) возмездные и безвозмездные;
- 4) по субъекту, в пользу которого заключен договор:

- а) договоры в пользу их участников;
- б) договоры в пользу третьих лиц;
- 5) в зависимости от юридической направленности:
 - а) основной;
 - б) предварительный;
 - в) публичный договор;
- б) договор присоединения.

В соответствии со ст. 426 ГК РФ публичным договором признается договор, заключенный коммерческой организацией и устанавливающий ее обязанности по продаже товаров, выполнению работ или оказанию услуг, которые такая организация по характеру своей деятельности должна осуществлять в отношении каждого, кто к ней обратится (розничная торговля, перевозка транспортом общего пользования, услуги связи, энергоснабжения, медицинское, гостиничное обслуживание и т. п.)

Особой разновидностью договора является коммерческий договор. **Особенность коммерческого договора** состоит в том, что такой договор:

- 1) имеет особый субъектный состав: его сторонами являются не все лица, а только те, которые занимаются торговой (коммерческой) деятельностью;
- 2) имеет специальную цель — установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей в сфере торговли или содействия торговле.

Все коммерческие договоры можно классифицировать на следующие:

- 1) реализационные;
- 2) посреднические;
- 3) договоры, содействующие торговле;
- 4) организационные.

Реализационные договоры регулируют отношения в сфере доставки товаров от производителей к потребителям для предпринимательских и хозяйственных нужд. **К ним относятся договоры:**

- 1) оптовой купли-продажи, по которому 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) (ст. 454 ГК РФ);
- 2) поставки, по которому поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется пере-

дать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием (ст. 506 ГК РФ);

3) мены, по которому каждая из сторон обязуется передать в собственность другой стороны один товар в обмен на другой;

4) товарного кредита, по которому предусмотрена обязанность одной стороны предоставить другой стороне вещи, определенные родовым признаками;

5) контрактации сельскохозяйственной продукции, по которому производитель сельскохозяйственной продукции обязуется передать выращенную (произведенную) им сельскохозяйственную продукцию заготовителю — лицу, осуществляющему закупки такой продукции для переработки или продажи (ст. 535 ГК РФ).

Посреднические договоры регулируют отношения по совершению одним лицом в интересах другого лица действий по поводу товара. **К указанным договорам относятся:**

1) договор поручения, по которому одна сторона (поверенный) обязуется совершить от имени и за счет другой стороны (доверителя) определенные юридические действия;

2) договор комиссии, по которому одна сторона (комиссионер) обязуется по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет комитента;

3) договор консигнации;

4) договор коммерческой концессии (франшизы), по которому одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс исключительных прав, принадлежащих правообладателю, в том числе право на фирменное наименование и (или) коммерческое обозначение правообладателя, на охраняемую коммерческую информацию, а также на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав — товарный знак, знак обслуживания (ст. 1027 ГК РФ) и т. д.

Договорами, содействующими торговле, являются договоры на:

1) создание рекламной продукции;

- 2) оказание рекламных и информационных услуг;
- 3) выполнение маркетинговых исследований;
- 4) хранение товаров, по которому товарный склад (хранитель) обязуется за вознаграждение хранить товары, переданные ему товаровладельцем (поклажедателем), и возвратить эти товары в сохранности.

Организационные договоры имеют своей целью организацию торгового процесса. К ним относятся:

- 1) договоры органов государственной власти и местного самоуправления с производственными и торговыми фирмами по вопросам организации торговли;
- 2) договоры исполнительных органов власти о межрегиональных поставках товаров;
- 3) договоры об исключительной продаже товаров;
- 4) договоры об организации деятельности по реализации товаров.

ЛЕКЦИЯ № 51. Договор купли-продажи. Виды договоров купли-продажи

1. Договор купли-продажи

Под **договором купли-продажи** понимается договор, где одна сторона (продавец) обязуется передать товар или вещь в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену). Данный договор является двусторонней сделкой. **Предмет договора купли-продажи** — та вещь, которая передается, выступает как товар с присущими свойствами полной или ограниченной оборотоспособности. Предметом договора может быть как движимое, так и недвижимое имущество. Оборот ценных бумаг регламентируется отдельно. Содержание данного договора — двусторонний договор, где каждая из сторон имеет права и обязанности.

В качестве основной обязанности продавца выступает обязанность передать вещь или товар с передачей права собственности на продаваемую вещь. Покупатель обязан принять вещь и уплатить определенную денежную сумму. К дополнительным обязанностям относят обеспечение информацией, страхование предмета, хранение предмета, возмещение убытков.

В договоре купли-продажи должны быть **два условия**: о товаре и о цене. Договор купли-продажи является консенсуальным соглашением, так как он будет считаться заключенным с момента достижения соглашения сторонами по его существенным условиям, а также потому, что момент вступления договора в силу не связывается с передачей товара покупателю. Допускается реальное заключение договора купли-продажи, когда исполнение договора производится в момент его заключения (розничная торговля).

Целью договора купли-продажи является перенесение права собственности на вещь, служащую товаром, с продавца на покупателя. Право собственности у приобретателя вещи возникает с момента ее передачи. Покупателем товара является всякое

физическое и юридическое лицо, признанное субъектом гражданских прав и обязанностей. Покупатель становится собственником товара, приобретая его по договору купли-продажи. Передача товара покупателю — это исполнение заключенного и вступившего в силу договора купли-продажи со стороны продавца.

Договор купли-продажи является возмездным соглашением, поскольку продавец за исполнение своих обязанностей по передаче товара покупателю должен получить от покупателя встречное предоставление в виде оплаты полученного товара.

Договор купли-продажи является двусторонним соглашением, поскольку каждая из сторон этого договора несет обязанности в пользу другой стороны и считается должником другой стороны в том, что обязана сделать в ее пользу, и одновременно кредитором другой стороны в том, что имеет право от нее требовать.

Срок исполнения продавцом обязанности передать товар покупателю определяется договором купли-продажи (ст. 457 ГК РФ). В соответствии со ст. 458 ГК РФ, если иное не предусмотрено договором купли-продажи, **обязанность продавца передать товар покупателю считается исполненной в момент:**

- 1) вручения товара покупателю или указанному им лицу, если договором предусмотрена обязанность продавца по доставке товара;
- 2) предоставление товара в распоряжение покупателя, если товар должен быть передан покупателю или указанному им лицу в месте нахождения товара.

Если иное не предусмотрено договором купли-продажи, риск случайной гибели или случайного повреждения товара переходит на покупателя с момента, когда в соответствии с законом или договором продавец считается исполнившим свою обязанность по передаче товара покупателю. Риск случайной гибели или случайного повреждения товара, проданного во время его нахождения в пути, переходит на покупателя с момента заключения договора купли-продажи, если иное не предусмотрено таким договором или обычаями делового оборота (ст. 459 ГК РФ).

Если по договору купли-продажи передаче подлежат товары в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам или иным признакам (в ассортименте), продавец обязан передать покупателю товары в ассортименте, согласованном сторонами.

Продавец обязан передать покупателю товар, качество которого соответствует договору купли-продажи. Продавец обязан

передать покупателю товар, соответствующий условиям договора купли-продажи о комплектности.

Если иное не предусмотрено договором купли-продажи и не вытекает из существа обязательства, продавец обязан передать покупателю товар в таре и (или) упаковке, за исключением товара, который по своему характеру не требует затаривания и (или) упаковки.

2. Виды договоров купли-продажи

Видами договоров купли-продажи являются:

- 1) договор розничной купли-продажи, по которому продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу, обязуется передать покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью;
- 2) поставка товаров;
- 3) контракт на поставку товаров для государственных нужд;
- 4) договор контрактации;
- 5) договор энергоснабжения, по которому энергоснабжающая организация обязуется подавать абоненту (потребителю) через присоединенную сеть энергию, а абонент обязуется оплачивать принятую энергию, а также соблюдать предусмотренный договором режим ее потребления, обеспечивать безопасность эксплуатации находящихся в его ведении энергетических сетей и исправность используемых им приборов и оборудования, связанных с потреблением энергии;
- 6) договор купли-продажи недвижимости, по которому продавец обязуется передать в собственность покупателя земельный участок, здание, сооружение, квартиру или другое недвижимое имущество;
- 7) договор продажи предприятия, по которому продавец обязуется передать в собственность покупателя предприятие в целом как имущественный комплекс, за исключением прав и обязанностей, которые продавец не вправе передавать другим лицам.

ЛЕКЦИЯ № 52. Договор поставки

По договору поставки поставщик — продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием. Договор поставки является одной из разновидностей договора купли-продажи. **К признакам договора поставки относятся:**

- 1) цель приобретения товара (имеет принципиальное значение: товар покупается в целях предпринимательской деятельности);
- 2) особый правовой статус продавца и покупателя, которые выступают в качестве субъекта предпринимательства;
- 3) поставка товара, которая осуществляется поставщиком путем отгрузки товара покупателю, являющемуся стороной договора, или лицу, указанному в договоре в качестве покупателя.

Чтобы договор поставки вступил в силу, необязательно, чтобы товар был передан покупателю. В момент заключения договора покупатель получает право требования получить от поставщика товар, а поставщик его передать. Договор поставки носит возмездный характер. Особенностью договора поставки является то, что передача товара возможна как единовременно, так и отдельными партиями в течение какого-либо периода.

Срок или сроки поставки являются важными условиями договора поставки. Договор поставки предусматривает оптовую продажу товара. Срок поставки товара определяется указанием конкретной даты или периодов поставки в течение срока действия договора. В случае когда сторонами предусмотрена поставка товаров в течение срока действия договора поставки отдельными партиями и сроки поставки отдельных партий в нем не определены, то товары должны поставяться равномерными партиями ежемесячно, если иное не вытекает из закона, иных правовых актов, существа обязательства или обычаев делового оборота.

Наряду с определением периодов поставки в договоре поставки может быть установлен график поставки товаров (декадный, суточный, часовой и т. п.). Досрочная поставка может производиться с согласия покупателя. Товары, поставленные досрочно и принятые покупателем, засчитываются в счет количества товаров, подлежащих поставке в следующем периоде.

Поставка товаров осуществляется поставщиком путем отгрузки (передачи) товара покупателю, являющемуся стороной договора поставки, или лицу, указанному в договоре в качестве получателя. Доставка товаров осуществляется поставщиком путем отгрузки их транспортом, предусмотренным договором поставки, и на определенных в договоре условиях. Договором поставки может быть предусмотрено получение товаров покупателем (получателем) в месте нахождения поставщика (выборка товаров).

Поставщик, допустивший недопоставку товаров в отдельном периоде поставки, обязан восполнить недопоставленное количество товаров в следующем периоде (периодах) в пределах срока действия договора поставки. Покупатель вправе, уведомив поставщика, отказаться от принятия товаров, поставка которых просрочена, если в договоре поставки не предусмотрено иное. Товары, поставленные до получения поставщиком уведомления, покупатель обязан принять и оплатить.

Ассортимент товаров, недопоставка которых подлежит восполнению, определяется по соглашению сторон договора, а при отсутствии такого соглашения поставщик обязан восполнить недопоставленное количество товаров в ассортименте, установленном для того периода, в котором допущена недопоставка.

Покупатель (получатель) обязан совершить все необходимые действия, обеспечивающие принятие товаров, поставленных в соответствии с договором поставки. Принятые покупателем (получателем) товары должны быть им осмотрены в срок, определенный законом, иными правовыми актами, договором поставки или обычаями делового оборота. Покупатель обязан в этот же срок проверить количество и качество принятых товаров и о выявленных несоответствиях или недостатках незамедлительно письменно уведомить поставщика.

Когда покупатель (получатель) отказывается от переданного поставщиком товара, он обязан обеспечить сохранность этого товара (ответственное хранение) и незамедлительно уведомить

поставщика. Поставщик обязан вывезти товар, принятый покупателем на ответственное хранение, или распорядиться им в разумный срок.

Покупатель оплачивает поставляемые товары с соблюдением порядка и формы расчетов, предусмотренных договором поставки. Если соглашением сторон порядок и форма расчетов не определены, то расчеты осуществляются платежными поручениями.

Покупатель (получатель) обязан вернуть поставщику многооборотную тару и средства пакетирования, в которых поступил товар. Прочая тара, а также упаковка товара подлежит возврату поставщику лишь в случаях, предусмотренных договором.

Покупатель (получатель), которому поставлены товары ненадлежащего качества, вправе:

- 1) потребовать соразмерного уменьшения покупной цены;
- 2) потребовать безвозмездного устранения недостатков товара в разумный срок;
- 3) потребовать возмещения своих расходов на устранение недостатков товара;
- 4) отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной за товар денежной суммы;
- 5) потребовать замены товара ненадлежащего качества товаром, соответствующим договору.

Покупатель (получатель), которому поставлены товары с нарушением условий договора поставки, требований закона к комплектности, вправе:

- 1) потребовать соразмерного уменьшения покупной цены;
- 2) потребовать доукомплектования товара в разумный срок;
- 3) потребовать замены некомплектного товара на комплектный;
- 4) отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной за товар денежной суммы.

Если поставщик не поставил необходимое количество товаров либо не выполнил требования покупателя о замене недоброкачественных товаров или о доукомплектовании товаров в установленный срок, покупатель вправе приобрести непоставленные товары у других лиц с отнесением на поставщика всех необходимых и разумных расходов на их приобретение.

Установленная законом или договором поставки неустойка за недопоставку или просрочку поставки товаров взыскивается с поставщика до фактического исполнения обязательства в пре-

делах его обязанности восполнить недопоставленное количество товаров в последующих периодах поставки.

Односторонний отказ от исполнения договора поставки или одностороннее его изменение допускаются в случаях:

- 1) поставки товаров ненадлежащего качества с недостатками, которые не могут быть устранены в приемлемый для покупателя срок;
- 2) неоднократного нарушения сроков поставки товаров;
- 3) неоднократного нарушения сроков оплаты товаров;
- 4) неоднократной невыборки товаров.

ЛЕКЦИЯ № 53. Договоры, содействующие торговле

Договорами, содействующими торговле, являются договоры:

- 1) на создание рекламной продукции;
- 2) на оказание рекламных и информационных услуг;
- 3) на выполнение маркетинговых исследований;
- 4) на хранение товаров;
- 5) дилерский;
- 6) дистрибьюторский и др.

По договору возмездного оказания услуг (оказания услуг связи, аудиторских, консультационных, информационных услуг и иных) исполнитель обязуется по заданию заказчика оказать услуги (совершить определенные действия или осуществить определенную деятельность), а заказчик обязуется оплатить эти услуги. Если иное не предусмотрено договором возмездного оказания услуг, исполнитель обязан оказать услуги лично. Заказчик обязуется оплатить оказанные ему услуги в сроки и в порядке, которые указаны в договоре возмездного оказания услуг. В случае невозможности исполнения, возникшей по вине заказчика, услуги подлежат оплате в полном объеме. В случае, когда невозможность исполнения возникла по обстоятельствам, за которые ни одна из сторон не отвечает, заказчик возмещает исполнителю фактически понесенные им расходы, если иное не предусмотрено законом или договором возмездного оказания услуг. Заказчик вправе отказаться от исполнения договора возмездного оказания услуг при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов. Исполнитель вправе отказаться от исполнения обязательств по договору возмездного оказания услуг лишь при условии полного возмещения заказчику убытков.

По договору хранения одна сторона (хранитель) обязуется хранить вещь, переданную ей другой стороной (поклажателем), и возвратить эту вещь в сохранности. По договору складского хранения товарный склад (хранитель) обязуется за вознаграждение хранить товары, переданные ему товаровладельцем (поклажателем), и возвратить этим товары в сохранности. Письмен-

ная форма договора складского хранения считается соблюденной, если его заключение и принятие товара на склад удостоверены складским документом. Договор складского хранения, заключаемый товарным складом общего пользования, признается публичным договором.

Товарный склад при приеме товаров на хранение обязан за свой счет произвести осмотр товаров и определить их количество и внешнее состояние. Товарный склад обязан предоставлять товаровладельцу во время хранения возможность осматривать товары или их образцы, если хранение осуществляется с обезличиванием, брать пробы и принимать меры, необходимые для обеспечения сохранности товаров.

Когда для обеспечения сохранности товаров требуется изменить условия их хранения, товарный склад вправе принять требуемые меры самостоятельно. Однако он обязан уведомить товаровладельца о принятых мерах, если требовалось существенно изменить условия хранения товаров. 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.

Товаровладелец и товарный склад имеют право каждый требовать при возвращении товара его осмотра и проверки его количества. Если при возвращении товара складом товаровладельцу товар не был ими совместно осмотрен или проверен, заявление о недостатке или повреждении товара вследствие его ненадлежащего хранения должно быть сделано складу письменно при получении товара, а в отношении недостатка или повреждения, которые не могли быть обнаружены при обычном способе принятия товара, в течение 3 дней по его получении. При отсутствии такого заявления считается, что товар возвращен складом в соответствии с условиями договора складского хранения.

Товарный склад выдает в подтверждение принятия товара на хранение один из следующих товарных документов:

- 1) двойное складское свидетельство;
- 2) простое складское свидетельство;
- 3) складскую квитанцию.

Двойное складское свидетельство состоит из двух частей — **складского свидетельства и залогового свидетельства (варранта)**, которые могут быть отделены одно от другого. Держатель склад-

ского и залогового свидетельств имеет право распоряжения хранящимся на складе товаром в полном объеме. Держатель складского свидетельства, отделенного от залогового свидетельства, вправе распоряжаться товаром, но не может взять его со склада до погашения кредита, выданного по залоговому свидетельству. Держатель залогового свидетельства, иной, чем держатель складского свидетельства, имеет право залога на товар в размере выданного по залоговому свидетельству кредита и процентов по нему. При залоге товара об этом делается отметка на складском свидетельстве.

Складское свидетельство и залоговое свидетельство могут передаваться вместе или порознь по передаточным надписям.

Товарный склад выдает товар держателю складского и залогового свидетельства не иначе как в обмен на оба эти свидетельства вместе. Держателю складского свидетельства, который не имеет залогового свидетельства, но внес сумму долга по нему, товар выдается складом не иначе как в обмен на складское свидетельство и при условии предоставления вместе с ним квитанции об уплате всей суммы долга по залоговому свидетельству. Держатель складского и залогового свидетельств вправе требовать выдачи товара по частям. При этом в обмен на первоначальные свидетельства ему выдаются новые свидетельства на товар, оставшийся на складе.

Простое складское свидетельство выдается на предъявителя.

Если из закона или договора следует, что товарный склад может распоряжаться сданными ему на хранение товарами, к отношениям сторон применяются правила о займе, однако время и место возврата товаров определяются правилами хранения товаров.

ЛЕКЦИЯ № 54. Посреднические договоры

Посреднические договоры регулируют отношения по совершению одним лицом в интересах другого лица действий по поводу товара. **К указанному виду относятся договоры:**

- 1) поручения;
- 2) комиссии;
- 3) консигнации;
- 4) коммерческой концессии.

По договору поручения одна сторона (поверенный) обязуется совершить от имени и за счет другой стороны (доверителя) определенные юридические действия. Договор поручения является возмездным, взаимным и фидуциарным (на доверительном отношении). **Предметом** договора поручения является совершение сделки, но предметом данного договора не может быть действие личного характера. Сторонами договора поручения могут быть как юридические лица, так и дееспособные граждане. **Форма договора** — письменная или устная, но поверенный осуществляет свою деятельность на основании доверенности. Договор поручения используется для совершения однотипных строго определенных действий. **Срок** договора поручения: может быть заключен с указанием срока, в течение которого поверенный вправе действовать от имени доверителя, или без такого указания, но в любом случае этот срок не может превышать срок доверенности.

Поверенный по договору поручения обязан:

- 1) лично исполнять данное ему поручение;
- 2) сообщать доверителю по его требованию все сведения о ходе исполнения поручения;
- 3) передавать доверителю без промедления все полученное по сделкам, совершенным во исполнение поручения;
- 4) по исполнении поручения или при прекращении договора поручения до его исполнения без промедления вернуть доверителю доверенность, срок действия которой не истек.

Доверитель обязан:

- 1) возмещать поверенному понесенные издержки;
- 2) обеспечивать поверенного средствами, необходимыми для исполнения поручения;

- 3) без промедления принять от поверенного все исполненное им в соответствии с договором поручения;
- 4) уплатить поверенному вознаграждение.

Договор поручения прекращается вследствие:

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

Доверитель вправе отменить поручение, а поверенный отказаться от него во всякое время.

По договору комиссии одна сторона (комиссионер) обязуется по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет комитента. По сделке, совершенной комиссионером с третьим лицом, приобретает права и становится обязанным комиссионер, хотя бы комитент и был назван в сделке или вступил с третьим лицом в непосредственные отношения по исполнению сделки.

Договор комиссии может быть заключен на определенный срок или без указания срока его действия, с указанием или без указания территории его исполнения, с обязательством комитента не предоставлять третьим лицам право совершать в его интересах и за его счет сделки, совершение которых поручено комиссионеру, или без такого обязательства, с условиями или без условий относительно ассортимента товаров, являющихся предметом комиссии.

Комитент обязан уплатить комиссионеру вознаграждение, а в случае, когда комиссионер принял на себя ручательство за исполнение сделки третьим лицом, также дополнительное вознаграждение в размере и в порядке, установленных в договоре комиссии.

Договор комиссии прекращается вследствие:

- 1) отказа комитента от исполнения договора;
- 2) отказа комиссионера от исполнения договора в случаях, предусмотренных законом или договором;
- 3) смерти комиссионера, признания его недееспособным, ограниченно дееспособным или безвестно отсутствующим;
- 4) признания индивидуального предпринимателя, являющегося комиссионером, несостоятельным (банкротом).

По договору консигнации иностранная фирма, являющаяся экспортером товаров в РФ (консигнант) поставляет товар на склад российскому посреднику (консигнатору) и поручает ему от своего имени осуществлять за вознаграждение дальнейшую реализацию поставляемых товаров в течение определенного срока, при этом товары являются собственностью консигнанта до реализации их покупателям. Договор консигнации является разновидностью договора комиссии и применяется для товаров, спрос на которые трудно спрогнозировать. **Существенным условием** договора консигнации является открытие консигнационного склада.

По договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности комплекс исключительных прав, принадлежащих правообладателю, в том числе право на фирменное наименование и (или) коммерческое обозначение правообладателя, на охраняемую коммерческую информацию, а также на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав — товарный знак, знак обслуживания и т. д. **Сторонами договора** могут быть юридические лица и граждане, зарегистрированные в качестве индивидуального предпринимателя. **Форма** договора коммерческой концессии — письменная, и данный договор регистрируется органом, осуществившим регистрацию юридического лица или индивидуального предпринимателя, выступающего по договору в качестве правообладателя. В договоре коммерческой концессии указываются предмет договора, территория использования, сфера деятельности, которая будет использована, права и обязанности сторон.

Правообладатель обязан:

- 1) передать пользователю техническую и коммерческую документацию и представить иную информацию, необходимую пользователю;
- 2) проинструктировать пользователя и его работников по вопросам, связанным с осуществлением прав по договору коммерческой концессии;
- 3) выдать пользователю лицензии, обеспечив их оформление в установленном порядке;
- 4) обеспечить регистрацию договора коммерческой концессии;

- 5) оказывать пользователю постоянное техническое и консультативное содействие, включая содействие в обучении и повышении квалификации работников;
- 6) контролировать качество товаров, производимых пользователем на основании договора коммерческой концессии.

Пользователь обязан:

- 1) использовать при осуществлении предусмотренной договором деятельности фирменное наименование и (или) коммерческое обозначение правообладателя указанным в договоре образом;
- 2) обеспечивать соответствие качества производимых им на основе договора товаров качеству аналогичных товаров, производимых непосредственно правообладателем;
- 3) соблюдать инструкции и указания правообладателя;
- 4) оказывать покупателям все дополнительные услуги;
- 5) не разглашать секреты производства правообладателя;
- 6) предоставить ограниченное количество субконцессий;
- 7) информировать покупателей наиболее очевидным для них способом, что он использует фирменное наименование, коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации в силу договора коммерческой концессии.

ЛЕКЦИЯ № 55. Дилерский договор. Дистрибьюторский договор

1. Дилерский договор

Целью дилерского договора является создание дилерской сети с целью продвижения продукции, удовлетворяющей требованиям потребителя к качеству, обеспечение гарантийного и сервисного обслуживания потребителей. Дилер приобретает товар в собственность и дальнейшую реализацию производит от своего имени и за свой счет, при этом самостоятельно исполняя все права и обязанности продавца. **При выборе дилеров учитываются следующие факторы:**

- 1) опыт работы по реализации продукции;
- 2) обладание информацией о потребителях, в том числе их платежеспособности;
- 3) способность выполнять гарантийное и сервисное обслуживание;
- 4) наличие производственной базы в регионе деятельности.

Дилеры подразделяются на категории, и в зависимости от данной категории им предоставляются скидки к действующим ценам на продукцию.

Обязанности дилера:

- 1) реализовывать продукцию через собственную торговую сеть;
- 2) не реализовывать продукцию вне территории продаж;
- 3) незамедлительно сообщать о фактах фальсификации продукции;
- 4) принимать меры по охране товарного знака;
- 5) осуществлять приобретение продукции в согласованных объемах;
- 6) не реализовывать продукцию аналогичного назначения и не представлять интересы аналогичной организации;
- 7) предоставлять 1 раз в месяц отчет дистрибьютору;

8) при работе в одном регионе дилеры обязаны согласовывать между собой цены реализации товаров.

Ответственность дилера может быть установлена в виде:

- 1) снижения скидок;
- 2) прекращения действия сертификата дилера в случае грубого нарушения договора (отказа от оплаты объема продукции в течение 2 месяцев без уважительных причин и др.)

Права дилера:

- 1) на реализацию продукции;
- 2) на закрепление за дилером территории;
- 3) ходатайства об изменении схемы снабжения торговых точек дистрибьютора;
- 4) получать документы и материалы консультативного и рекламного характера;
- 5) на получение сертификата дилера установленного образца.

Дилерский договор заключается на 1 год и не содержит автоматического продления дилерства.

2. Дистрибьюторский договор

По дистрибьюторскому договору одно лицо (грантор) предоставляет права на распространение товаров на определенной территории другому лицу (дистрибьютору). Грантор является производителем, экспортером, продавцом товара. Дистрибьютор не является потребителем товара, поскольку покупает товар для его перепродажи.

Дистрибьюторский договор сочетает в себе элементы агентского договора, договора поставки и договора коммерческой концессии.

Права и обязанности дистрибьютора:

- 1) приобретать и продавать товар от своего имени и за свой счет;
- 2) принимать на себя организацию продаж на определенной территории и не создавать обязательств для производителя продукции;
- 3) осуществлять деятельность на определенной территории.

Грантор обязан представить техническую и коммерческую информацию, включая передачу дистрибьютору ноу-хау, прово-

дять для дистрибьютора организацию тренингов и семинаров. Кроме этого, определяя порядок обеспечения дистрибьютора продукцией, грантор обязан обеспечить дистрибьютору исключительную передачу прав на продажу данных товаров.

В отношении участников дистрибьюторского договора могут быть предусмотрены **санкции, которые наступают в случае:**

- 1) несоблюдения минимального уровня продаж;
- 2) продажи продукции по заниженным ценам;
- 3) уменьшения установленного запаса товаров.

ЛЕКЦИЯ № 56. Договор морской перевозки груза

Морская перевозка груза — один из самых распространенных видов перевозок. Морским транспортом перевозится большая часть грузов морского грузопотока. **Перевозка грузов морским транспортом бывает двух видов:**

- 1) международная морская перевозка;
- 2) каботаж — перевозка грузов и пассажиров, осуществляемая в пределах одного моря, в прибрежных водах, чаще всего между портами одного государства.

Морская перевозка груза осуществляется на основании договора морской перевозки. **Содержание договора морской перевозки:**

- 1) перевозчик обязан доставить вверенный ему груз в порт назначения;
- 2) перевозчик груза обязан выдать груз лицу, уполномоченному на получение груза;
- 3) отправитель груза обязан оплатить данную перевозку.

Сторонами договора морской перевозки являются:

- 1) перевозчик. Это лицо, которое заключило договор морской перевозки груза с грузоотправителем или от имени которого заключен такой договор;
- 2) грузоотправитель. Лицо, которое заключило договор морской перевозки груза, а также любое лицо, которое сдало груз перевозчику от своего имени;
- 3) фрахтователь. Это лицо, которое заключило договор морской перевозки груза.

Договор морской перевозки груза называется договором фрахтования. Плата, которую отправитель обязан уплатить перевозчику груза, получила название «фрахт». Существуют следующие **особенности уплаты фрахта при морской перевозке грузов** (ст. 164 КТМ РФ):

- 1) размер фрахта устанавливается соглашением сторон;
- 2) при отсутствии соглашения сторон размер фрахта исчисляется исходя из ставок, применяемых в месте погрузки груза и во время погрузки груза;

- 3) в случае, если груз погружен на судно в большем количестве, чем предусмотрено договором морской перевозки груза, размер фрахта соответственно увеличивается;
- 4) в случае если вместо предусмотренного договором морской перевозки груза на судно погружен другой груз, размер фрахта за перевозку которого больше, чем предусмотренный договором морской перевозки груза, фрахт уплачивается за перевозку действительно погруженного груза;
- 5) за груз, утраченный при его перевозке, фрахт не взимается, а если он был уплачен заранее, то возвращается;
- 6) за груз, погибший или поврежденный вследствие его естественных свойств или зависящих от отправителя обстоятельств, фрахт уплачивается полностью.

Чартер — договор между владельцем транспортного средства и нанимателем (фрахтователем) об аренде транспортного средства или его части на определенный срок или рейс. **Чартер должен соответствовать следующим требованиям:**

- 1) он должен быть подписан перевозчиком и фрахтователем или их представителями;
- 2) содержать наименование сторон договора;
- 3) содержать название судна;
- 4) содержать указание на род и вид груза;
- 5) содержать указание на размер фрахта;
- 6) содержать наименование места погрузки груза;
- 7) содержать наименование места назначения или направления судна;
- 8) по соглашению сторон в чартер могут быть включены иные условия и оговорки.

Существуют **основные условия подачи и погрузки судна:**

- 1) судно должно быть подано в мореходном состоянии;
- 2) оно должно быть подано строго в указанный во фрахте или чартере порт;
- 3) судно должно быть подано в строго оговоренное во фрахте или чартере время;
- 4) груз должен быть надлежащим образом упакован и маркирован и полностью подготовлен к погрузке;
- 5) судно должно быть подано на такую пристань, которая оснащена всем необходимым для погрузки и на которой отсутствуют преграды, препятствующие погрузке;

6) если зафрахтовано все судно, то отправитель груза имеет право требовать удаления постороннего груза, находящегося на судне;

7) провозить груз на палубе можно только с разрешения грузоотправителя.

С момента принятия груза для перевозки до момента его выдачи на перевозчика возлагаются обязанности:

- 1) обеспечить сохранность груза в пути следования;
- 2) обеспечить выгрузку груза;
- 3) обеспечить транспортировку груза в соответствии с его особенностями.

Срок и маршрут транспортировки груза устанавливаются соглашением сторон, а при отсутствии такого соглашения груз должен быть доставлен в срок, который разумно требовать от перевозчика с учетом конкретных обстоятельств и обычного маршрута.

Опасным грузом называется такой груз, который:

- 1) легко воспламеняется;
- 2) является взрывчатым веществом;
- 3) был сдан под неправильным наименованием, и при приеме груза перевозчик не мог посредством наружного осмотра удостовериться в его свойствах.

В случае невозможности судна войти в порт назначения и осуществить выгрузку груза в результате форс-мажора (война, стихийные бедствия, забастовки, и др.), **перевозчик обязан:**

- 1) направить отправителю срочное сообщение о наличии указанных обстоятельств и запросить у отправителя разрешение осуществить выгрузку в другом порту;
- 2) при получении соответствующего указания осуществить выгрузку в том порту и в таком порядке, который укажет отправитель.

При отсутствии такого распоряжения в течение 3-х дней с момента отправки уведомления перевозчиком капитан судна имеет право отгрузить груз в ближайшем порту и сообщить об этом отправителю (или фрахтователю), либо управомоченному распоряжаться грузом лицу; капитан судна вправе поступить так, если полученное им распоряжение нельзя выполнить без причинения ущерба владельцам других находящихся на судне грузов.

Перевозчик несет ответственность за утрату или повреждение принятого для перевозки груза в следующих размерах (ст. 117 КВВТ РФ):

- 1) за утрату груза — в размере стоимости утраченного груза;
- 2) за повреждение груза — в размере суммы, на которую понизилась его стоимость;
- 3) в случае утраты груза, принятого для перевозки с объявлением его ценности, — в размере объявленной стоимости груза;
- 4) за перевозку груза с объявленной ценностью с отправителя или получателя взимается дополнительная плата, размер которой определяется договором морской перевозки груза;
- 5) перевозчик возвращает полученный им фрахт, если он не входит в стоимость утраченного или поврежденного груза.

Перевозчик не несет ответственность за утрату или повреждение принятого для перевозки груза либо за просрочку его доставки, если докажет, что утрата, повреждение или просрочка произошли вследствие (ст. 166 КТМ РФ):

- 1) непреодолимой силы;
- 2) опасностей или случайностей на море и в других судоходных водах;
- 3) любых мер по спасению людей или разумных мер по спасению имущества на море;
- 4) пожара, возникшего не по вине перевозчика;
- 5) действий и распоряжений соответствующих властей;
- 6) военных действий и народных волнений;
- 7) действия или бездействия отправителя или получателя;
- 8) скрытых недостатков груза, его свойств или естественной убыли;
- 9) незаметных по наружному виду недостатков тары и упаковки груза;
- 10) недостаточности или неясности марок;
- 11) забастовок или иных обстоятельств, вызвавших приостановление либо ограничение работы полностью или частично;
- 12) иных обстоятельств, возникших не вине перевозчика, его работников или агентов.

Договор морской перевозки груза прекращается без обязанности одной стороны договора возместить другой стороне договора вызванные прекращением договора убытки, если после его

заклучения и до отхода судна от места погрузки груза вследствие
не зависящих от сторон обстоятельств:

- 1) судно погибнет или будет насильственно захвачено;
- 2) судно будет признано непригодным к плаванию;
- 3) погибнет груз, индивидуально определенный;
- 4) погибнет груз, определенный родовыми признаками, после сдачи его для погрузки и отправитель не успеет сдать другой груз для погрузки.

ЛЕКЦИЯ № 57. Перевозка грузов железнодорожным транспортом

Перевозка грузов по железным дорогам — один из самых распространенных видов перевозок в РФ. Железнодорожные перевозки осуществляются в соответствии с заявками на перевозку грузов, которые предоставляются грузоотправителями в управление железных дорог.

Грузоотправители и железная дорога при регулярном осуществлении перевозок грузов могут заключать долгосрочные договоры об организации перевозок. **В договорах об организации перевозок определяются:**

- 1) объемы перевозок;
- 2) сроки и условия предоставления транспортных средств и предъявления грузов для перевозок;
- 3) порядок расчетов;
- 4) иные условия организации перевозок.

В соответствии с договорами железнодорожной перевозки грузов, железные дороги обязуются в установленные сроки принимать грузы в обусловленном объеме, грузоотправители обязуются предъявить их для перевозок.

При подготовке к принятию груза **железная дорога обязана подать к погрузке вагоны в следующем состоянии:**

- 1) исправные;
- 2) очищенные внутри и снаружи;
- 3) в необходимых случаях промытые и продезинфицированные;
- 4) годные для перевозки конкретных грузов;
- 5) контейнеры со снятыми приспособлениями для крепления, за исключением несъемных.

Пригодность в коммерческом отношении вагонов, контейнеров (состояние грузовых отсеков вагонов, контейнеров, пригодное для перевозки конкретных грузов, а также отсутствие внутри них постороннего запаха, других неблагоприятных факторов, влияющих на состояние груза при погрузке, выгрузке и в пути

следования; особенности внутренних конструкций кузовов вагонов, контейнеров (ст. 20 Федерального закона от 10 января 2003 г. № 18-ФЗ «Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации»)) для перевозки конкретных грузов определяется грузоотправителями.

О времени подачи вагонов, контейнеров под погрузку, осуществляемую грузоотправителями, работники железнодорожных станций уведомляют грузоотправителей не позднее, чем за 2 ч до подачи вагонов, контейнеров под погрузку. Грузоотправители вправе отказаться от вагонов, контейнеров, непригодных для перевозки конкретных грузов, и железная дорога обязана подать взамен указанных вагонов, контейнеров исправные, пригодные для перевозки таких грузов вагоны, контейнеры (ст. 20 ФЗ «Устав железнодорожного транспорта РФ»).

Грузоотправитель обязан:

- 1) подготовить грузы для перевозок так, чтобы обеспечить безопасность движения, сохранность грузов, вагонов, контейнеров;
- 2) представить на каждую отправку груза транспортную железнодорожную накладную и другие документы.

Загруженные вагоны, контейнеры должны быть опломбированы железными дорогами, если грузы погружены железными дорогами, или грузоотправителями, если грузы погружены грузоотправителями. Крытые вагоны, контейнеры при перевозках в них грузов для личных нужд должны быть опломбированы железными дорогами или транспортно-экспедиторскими организациями по усмотрению и за счет грузоотправителей (ст. 28 ФЗ «Устав железнодорожного транспорта РФ»).

При прибытии груза к месту назначения установлены правила выдачи груза грузополучателю:

- 1) железная дорога обязана уведомить грузополучателя о прибывших в его адрес грузах не позднее чем в 12 ч дня, следующего за днем прибытия грузов (ст. 34 ФЗ «Устав железнодорожного транспорта РФ»); груз выдается на железнодорожной станции назначения грузополучателю после внесения им платы за перевозку груза и иных причитающихся железной дороге платежей (ст. 35 ФЗ «Устав железнодорожного транспорта РФ»);

- 2) подпись грузополучателя в дорожной ведомости является непосредственным подтверждением выдачи груза;
- 3) в случае уклонения грузополучателя от внесения платы за перевозку груза и иных причитающихся железной дороге платежей железная дорога вправе удерживать груз с уведомлением в письменной форме об этом грузоотправителя, который обязан в течение 4 суток после получения такого уведомления распорядиться грузом (ст. 35 ФЗ «Устав железнодорожного транспорта РФ»);
- 4) если в течение указанного срока грузополучатель не примет соответствующие меры по внесению платы за перевозку груза и иных причитающихся железной дороге платежей и грузоотправитель не распорядится грузом, железная дорога имеет право, если иное не предусмотрено договором перевозки, реализовать удерживаемый груз, за исключением груза, изъятого из оборота, и груза, реализация которого запрещена (ст. 35 ФЗ «Устав железнодорожного транспорта РФ»);
- 5) после выгрузки грузов вагоны, контейнеры должны быть очищены внутри и снаружи, с них должны быть сняты приспособления для крепления, за исключением несъемных, а также должны быть приведены в исправное техническое состояние (ст. 44 ФЗ «Устав железнодорожного транспорта РФ»).

Грузоперевозчик несет ответственность за несохранность груза, произошедшую после принятия его к перевозке и до выдачи грузополучателю, уполномоченному им лицу, если не докажет, что утрата, недостача или повреждение груза произошли вследствие обстоятельств, которые грузоперевозчик не мог предотвратить и устранение которых от него не зависело (ст. 95 ФЗ «Устав железнодорожного транспорта РФ»). **Ущерб, причиненный при перевозке груза, возмещается перевозчиком:**

- 1) в случае утраты или недостачи груза — в размере стоимости утраченного или недостающего груза;
- 2) в случае повреждения груза — в размере суммы, на которую понизилась его стоимость, а при невозможности восстановления поврежденного груза — в размере его стоимости;
- 3) в случае утраты груза, сданного к перевозке с объявлением его ценности, — в размере объявленной стоимости груза или багажа (ст. 96 ФЗ «Устав железнодорожного транспорта РФ»).

До предъявления к перевозчику иска, вытекающего из перевозки груза, обязательно предъявление ему претензии (ст. 120 ФЗ «Устав железнодорожного транспорта РФ»). Иск к перевозчику может быть предъявлен грузоотправителем или грузополучателем в случае полного или частичного отказа удовлетворить претензию либо неполучения от перевозчика ответа в тридцатидневный срок. Срок исковой давности по требованиям, вытекающим из перевозки груза железнодорожным транспортом, устанавливается в 1 год с момента, определяемого Уставом железнодорожного транспорта.

ЛЕКЦИЯ № 58. Понятие и формы безналичных расчетов

В коммерческой деятельности между субъектами принято использовать безналичные формы расчетов. **Безналичные расчеты** — это банковские операции, которые заключаются в переводе условных денежных форм со счета плательщика на счет получателя, минуя непосредственный обмен между ними наличными денежными средствами. Безналичные расчеты осуществляются через кредитные организации или Банк России по счетам, открытым на основании договора банковского счета или договора корреспондентского счета (субсчета), если иное не установлено законодательством и не обусловлено используемой формой расчетов. Безналичные расчеты производятся между юридическими лицами на сумму свыше 60 тыс. руб. Каждое предприятие, организация может иметь только один расчетный счет. Расчетный счет открывается всем предприятиям независимо от формы собственности, работающим на принципе коммерческого расчета и имеющим статус юридического лица. Владелец расчетного счета распоряжается своими средствами на счете, выступает самостоятельным плательщиком причитающихся с него платежей в бюджет, имеет право вступать в иные отношения с банком. Текущий счет открывается организацией или учреждением, не занимающимся коммерческой деятельностью. Текущие счета открываются общественными организациями. Самостоятельность владельца текущего счета сильно ограничена: он может распоряжаться денежными средствами только в соответствии со сметой вышестоящей организации. **Для открытия расчетного счета необходимо представить следующие документы:**

- 1) заявление об открытии расчетного счета;
- 2) копию учредительного договора;
- 3) копию устава;
- 4) документ, подтверждающий полномочия руководителя;
- 5) документ, подтверждающий полномочия главного бухгалтера;

- 6) две карточки с образцами подписей должностных лиц организации и оттисками печати;
- 7) свидетельство о постановке на налоговый учет.

Основными видами операций, осуществляемых при безналичных расчетах, являются:

- 1) распоряжение плательщика (клиента или банка) о списании денежных средств со своего счета и их перечислении на счет получателя средств;
- 2) распоряжение получателя средств (взыскателя) на списание денежных средств со счета плательщика и перечисление на счет, указанный получателем средств (взыскателем).

Формами безналичных расчетов являются:

- 1) платежные поручения;
- 2) платежные требования;
- 3) расчеты по аккредитиву;
- 4) расчеты по инкассо;
- 5) расчеты чеками;
- 6) в иных формах (например, кредитными карточками).

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

ЛЕКЦИЯ № 59. Платежное поручение. Платежное требование

1. Платежное поручение

Платежное поручение — документ, письменное распоряжение владельца счета обслуживающему его банку о перечислении определенной денежной суммы со счета его владельца на счет получателя средств в том же или ином учреждении банка. Платежное поручение выписывается на бланке строго установленной формы, в котором содержатся все необходимые реквизиты для совершения платежа. Федеральным законом «О Центральном банке РФ» установлены сроки безналичных расчетов. Общий срок не должен превышать в пределах субъекта РФ — **2 операционных дня**; по всей территории РФ — **5 операционных дней**.

Расчеты платежными поручениями применяются при:

- 1) перечислении денежных средств за поставленные товары, выполненные работы, оказанные услуги;
- 2) осуществлении предоплаты за поставленные товары, выполненные работы, оказанные услуги;
- 3) перечислении денежных средств в бюджеты всех уровней и во внебюджетные фонды;
- 4) перечислении денежных средств в целях возврата, размещения кредитов (займов), депозитов и уплаты процентов по ним;
- 5) перечислении денежных средств в других целях, предусмотренных законодательством или договором.

Банк несет ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение поручения, если это повлекло неправомерное удержание, то он уплачивает проценты за пользование чужими денежными средствами. Размер процента определяется существующей в месте нахождения банка учетной ставкой банковского процента.

2. Платежное требование

Платежное требование — расчетный документ, который содержит требование кредитора (получателя средств) по договору

к должнику (плательщику) об уплате определенной денежной суммы через банк. Расчеты платежными требованиями применяются при расчетах за поставленные товары, выполненные работы, оказанные услуги, а также в иных случаях, предусмотренных основным договором.

Платежные требования бывают двух видов:

- 1) с акцептом плательщика;
- 2) без акцепта плательщика.

При использовании требований с акцептом плательщика кредитор направляет в банк требование с указанием:

- 1) условий оплаты;
- 2) срока для акцепта;
- 3) даты отсылки (вручения) плательщику предусмотренных договором документов, в случае если эти документы были отсланы (вручены) им плательщику;
- 4) наименования товара;
- 5) номера и даты договора;
- 6) номеров документов, подтверждающих поставку товара;
- 7) номеров документов, подтверждающих даты поставки товара, способы поставки товара и другие реквизиты.

Плательщик в установленный срок должен направить мотивированный отказ от акцепта. В случае отсутствия в данный срок отказа от акцепта или его немотивированности банк списывает соответствующую сумму со счета плательщика при наличии на нем денежных средств.

В случае безакцептного списания кредитор направляет в банк платежное требование без акцепта с приложением документов, на основании которых должно произойти данное списание.

ЛЕКЦИЯ № 60. Аккредитив

Аккредитив — это условное денежное обязательство, принимаемое банком-эмитентом по поручению плательщика, произвести платежи в пользу получателя средств по предъявлении последним документов, соответствующих условиям аккредитива, или предоставить полномочия другому банку (исполняющему банку) произвести такие платежи (ст. 867 ГК РФ). При аккредитивной форме расчетов движение денег осуществляется при выполнении определенных условий — **условий аккредитива** — основным банком, где обслуживается клиент (банком-эмитентом), или другим банком по поручению основного банка. Платеж осуществляется безналичной оплатой, посредством перечисления суммы аккредитива на счет получателя средств.

Аккредитив — достаточно часто применяемая форма расчетов, особенно в международной торговле. Популярность аккредитива состоит в том, что при данной форме расчетов обе стороны контракта имеют определенные гарантии. **Основными правовыми актами применения аккредитива являются:**

- 1) ГК РФ;
- 2) Положение о безналичных расчетах в РФ;
- 3) Унифицированные правила для документарных аккредитивов, опубликованные Международной торговой палатой в 1993 г.

Аккредитивы бывают следующих видов:

- 1) покрытые (депонированные);
- 2) непокрытые (гарантированные);
- 3) отзывные;
- 4) безотзывные.

Покрытый (депонированный) аккредитив — вид аккредитива, когда банк-эмитент обязан перечислить сумму аккредитива (покрытие) за счет плательщика либо предоставленного ему кредита в распоряжение исполняющего банка на весь срок действия обязательства банка-эмитента (п. 2 ст. 867 ГК РФ).

Непокрытый (гарантированный) аккредитив — вид аккредитива, когда исполняющему банку предоставляется право списывать

всю сумму аккредитива с ведущегося у него счета банка-эмитента (п. 2 ст. 867ГК РФ).

Отзывной аккредитив — аккредитив, который может быть изменен или отменен банком-эмитентом на основании письменного распоряжения плательщика без предварительного согласования с получателем средств и без каких-либо обязательств банка-эмитента перед получателем средств после отзыва аккредитива. Исполняющий банк обязан осуществить платеж или иные операции по отзывному аккредитиву, если к моменту их совершения им не получено уведомления об изменении условий или отмене аккредитива. Аккредитив является отзывным, если в его тексте прямо не установлено иное (ст. 868 ГК РФ).

Безотзывным признается аккредитив, который не может быть отменен без согласия получателя средств. По просьбе банка-эмитента исполняющий банк, участвующий в проведении аккредитивной операции, может подтвердить безотзывный аккредитив (подтвержденный аккредитив). Такое подтверждение означает принятие исполняющим банком дополнительного к обязательству банка-эмитента обязательства произвести платеж в соответствии с условиями аккредитива. Безотзывный аккредитив, подтвержденный исполняющим банком, не может быть изменен или отменен без согласия исполняющего банка (ст. 869 ГК РФ). Порядок предоставления подтверждения по безотзывному подтвержденному аккредитиву определяется по соглашению между банками.

При достижении сторонами соглашения об аккредитивной форме расчетов **они должны предусмотреть следующие условия аккредитива:**

- 1) наименование банка-эмитента;
- 2) наименование банка, обслуживающего получателя средств;
- 3) наименование получателя средств;
- 4) сумму аккредитива;
- 5) вид аккредитива;
- 6) способ извещения получателя средств об открытии аккредитива;
- 7) способ извещения плательщика о номере счета для депонирования средств, открытого исполняющим банком;
- 8) полный перечень и точную характеристику документов, представленных получателем средств;

- 9) сроки действия аккредитива, представления документов, подтверждающих поставку товаров, и требований к оформлению указанных документов;
- 10) условия оплаты;
- 11) ответственность за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств.

Наиболее распространенные условия осуществления платежа при аккредитивной форме расчетов:

- 1) отгрузка товаров в определенные пункты назначения;
- 2) представление документов, удостоверяющих качество продукции, или актов о приемке товаров для отсылки их через исполняющий банк и банк-эмитент плательщику;
- 3) запрещение частичных выплат по аккредитиву;
- 4) соблюдение определенных требований к способу транспортировки;
- 5) другие условия, предусмотренные основным договором.

Для исполнения аккредитива получатель средств представляет в исполняющий банк документы, подтверждающие выполнение всех условий аккредитива. При нарушении хотя бы одного из этих условий исполнение аккредитива не производится (п. 1 ст. 870 ГК РФ).

Ответственность за нарушение условий аккредитива перед плательщиком несет банк-эмитент, а перед банком-эмитентом — исполняющий банк, за исключением случаев, предусмотренных настоящей статьей. При необоснованном отказе исполняющего банка в выплате денежных средств по покрытому или подтвержденному аккредитиву ответственность перед получателем средств может быть возложена на исполняющий банк. В случае неправильной выплаты исполняющим банком денежных средств по покрытому или подтвержденному аккредитиву вследствие нарушения условий аккредитива, ответственность перед плательщиком может быть возложена на исполняющий банк (п. 1 ст. 872 ГК РФ).

Закрытие аккредитива в исполняющем банке производится:

- 1) по истечении срока аккредитива;
- 2) по заявлению получателя средств об отказе от использования аккредитива до истечения срока его действия, если возможность такого отказа предусмотрена условиями аккредитива;
- 3) по требованию плательщика о полном или частичном отзыве аккредитива, если такой отзыв возможен по условиям аккредитива. О закрытии аккредитива исполняющий банк должен поставить в известность банк-эмитент (п. 1 ст. 873 ГК РФ).

СОДЕРЖАНИЕ

ЛЕКЦИЯ № 1. Коммерческое право как отрасль права. Предмет, метод и принципы коммерческого права	3
1. Коммерческое право как отрасль права	3
2. Предмет, метод и принципы коммерческого права	4
ЛЕКЦИЯ № 2. Соотношение коммерческого права с предпринимательским, гражданским правом. Соотношение коммерческого и торгового права	6
1. Соотношение коммерческого права с предпринимательским, гражданским правом	6
2. Соотношение коммерческого и торгового права	6
ЛЕКЦИЯ № 3. Современные мировые системы гражданского и торгового (коммерческого) права	8
ЛЕКЦИЯ № 4. Периодическая классификация коммерческого права. Современный этап развития мирового торгового права	10
1. Периодическая классификация коммерческого права	10
2. Современный этап развития мирового торгового права	11
ЛЕКЦИЯ № 5. Развитие коммерческого права в России	13
ЛЕКЦИЯ № 6. Источники коммерческого права РФ	15
ЛЕКЦИЯ № 7. Субъекты коммерческого права	18
ЛЕКЦИЯ № 8. Коммерческие организации. Некоммерческие организации	22
1. Коммерческие организации	22
2. Некоммерческие организации	25

ЛЕКЦИЯ № 9. Индивидуальные предприниматели и их правовой статус	27
ЛЕКЦИЯ № 10. Торгово-промышленная палата	29
ЛЕКЦИЯ № 11. Объекты коммерческого права	31
ЛЕКЦИЯ № 12. Понятие товара. Виды товаров	33
1. Понятие товара	33
2. Виды товаров	34
ЛЕКЦИЯ № 13. Товарооборот. Товары, изъятые из оборота.	35
1. Товарооборот	35
2. Товары, изъятые из оборота	35
ЛЕКЦИЯ № 14. Товарораспорядительные документы	37
ЛЕКЦИЯ № 15. Средства индивидуализации товаров.	40
ЛЕКЦИЯ № 16. Рынок и его правовая характеристика	44
ЛЕКЦИЯ № 17. Становление товарного рынка в России	47
ЛЕКЦИЯ № 18. Структура товарного рынка. Правовое обеспечение развития товарного рынка.	49
1. Структура товарного рынка	49
2. Правовое обеспечение развития товарного рынка	50
ЛЕКЦИЯ № 19. Правовое регулирование ценообразования. Виды цен.	51
1. Правовое регулирование ценообразования	51
2. Виды цен	52
ЛЕКЦИЯ № 20. Деятельность оптовых ярмарок. Выставки	54
1. Деятельность оптовых ярмарок	54
2. Выставки	55
ЛЕКЦИЯ № 21. Дилерская деятельность	58

ЛЕКЦИЯ № 22. Правовое регулирование торгов. Субъекты торгов	60
1. Правовое регулирование торгов	60
2. Субъекты торгов	61
ЛЕКЦИЯ № 23. Проведение торгов. Признание торгов недействительными	63
1. Проведение торгов	63
2. Признание торгов недействительными	64
ЛЕКЦИЯ № 24. Биржевая торговля. Виды бирж	65
1. Биржевая торговля	65
2. Виды бирж	66
ЛЕКЦИЯ № 25. Правовое положение товарных бирж.	68
ЛЕКЦИЯ № 26. Правовое регулирование торгов на бирже.	71
ЛЕКЦИЯ № 27. Фондовые биржи. Объекты торгов на фондовых биржах	74
1. Фондовые биржи	74
2. Объекты торгов на фондовых биржах	76
ЛЕКЦИЯ № 28. Валютные биржи	78
ЛЕКЦИЯ № 29. Биржевые сделки.	79
ЛЕКЦИЯ № 30. Государственное регулирование деятельности бирж	81
ЛЕКЦИЯ № 31. Понятие и формы биржевых посредников	83
ЛЕКЦИЯ № 32. Характеристика и содержание прав потребителей	85
1. Характеристика прав потребителей	85
2. Содержание прав потребителей	86
ЛЕКЦИЯ № 33. Права потребителей при приобретении товаров	90

ЛЕКЦИЯ № 34. Ответственность производителя, продавца за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работ, услуг)	94
ЛЕКЦИЯ № 35. Технические регламенты	97
ЛЕКЦИЯ № 36. Стандартизация в России.	99
ЛЕКЦИЯ № 37. Подтверждение соответствия качества товаров и услуги	103
ЛЕКЦИЯ № 38. Понятие конкуренции. Недобросовестная конкуренция	106
1. Понятие конкуренции	106
2. Недобросовестная конкуренция	107
ЛЕКЦИЯ № 39. Монополистическая деятельность и ее виды	109
ЛЕКЦИЯ № 40. Правовое регулирование деятельности естественных монополий	113
ЛЕКЦИЯ № 41. Регулирование конкуренции на рынке финансовых услуг.	115
ЛЕКЦИЯ № 42. Государственное регулирование конкуренции на товарном и финансовом рынках	119
ЛЕКЦИЯ № 43. Поставки продукции для государственных нужд	123
ЛЕКЦИЯ № 44. Приемка товаров по количеству	127
ЛЕКЦИЯ № 45. Приемка товаров по качеству	131
ЛЕКЦИЯ № 46. Маркировка товара	135
ЛЕКЦИЯ № 47. Правовое регулирование рекламы	137
ЛЕКЦИЯ № 48. Особенности отдельных видов рекламы	141

ЛЕКЦИЯ № 49. Ненадлежащая реклама	146
ЛЕКЦИЯ № 50. Виды коммерческих договоров	150
ЛЕКЦИЯ № 51. Договор купли-продажи. Виды договоров купли-продажи	154
1. Договор купли-продажи	154
2. Виды договоров купли-продажи	156
ЛЕКЦИЯ № 52. Договор поставки	157
ЛЕКЦИЯ № 53. Договоры, содействующие торговле	161
ЛЕКЦИЯ № 54. Посреднические договоры	164
ЛЕКЦИЯ № 55. Дилерский договор. Дистрибьюторский договор	168
1. Дилерский договор	168
2. Дистрибьюторский договор	169
ЛЕКЦИЯ № 56. Договор морской перевозки груза	171
ЛЕКЦИЯ № 57. Перевозка грузов железнодорожным транспортом	176
ЛЕКЦИЯ № 58. Понятие и формы безналичных расчетов	180
ЛЕКЦИЯ № 59. Платежное поручение. Платежное требование	182
1. Платежное поручение	182
2. Платежное требование	182
ЛЕКЦИЯ № 60. Аккредитив	184
СОДЕРЖАНИЕ	187