

КОММЕРЧЕСКОЕ ПРАВО
шпаргалка

СОДЕРЖАНИЕ

1. Коммерческое право как отрасль права	1аб	36. Технические регламенты	36аб
2. Предмет, метод и принципы коммерческого права	2аб	37. Стандартизация в России	37аб
3. Соотношение коммерческого права с предпринимательским, гражданским и торговым правом	3аб	38. Подтверждение соответствия качества товаров и услуги	38аб
4. Развитие коммерческого права в России	4аб	39. Понятие конкуренции	39аб
5. Источники коммерческого права РФ	5аб	40. Недобросовестная конкуренция	40аб
6. Субъекты коммерческого права	6аб	41. Монополистическая деятельность и ее виды	41аб
7. Коммерческие организации	7аб	42. Виды монополистической деятельности	42аб
8. Некоммерческие организации	8аб	43. Правовое регулирование деятельности естественных монополий	43аб
9. Индивидуальные предприниматели и их правовой статус	9аб	44. Регулирование конкуренции на рынке финансовых услуг	44аб
10. Торгово-промышленная палата	10аб	45. Государственное регулирование конкуренции на товарном и финансовом рынках	45аб
11. Объекты коммерческого права	11аб	46. Поставки продукции для государственных нужд	46аб
12. Понятие товара. Виды товаров	12аб	47. Приемка товаров по количеству	47аб
13. Товарооборот. Товары, изъятые из оборота	13аб	48. Приемка товаров по качеству	48аб
14. Товарораспорядительные документы	14аб	49. Правовое регулирование рекламы	49аб
15. Средства индивидуализации товаров	15аб	50. Виды коммерческих договоров	50аб
16. Рынок и его правовая характеристика	16аб	51. Договоры, содействующие торговле	51аб
17. Становление товарного рынка в России	17аб	52. Посреднические договоры	52аб
18. Структура товарного рынка. Правовое обеспечение развития товарного рынка	18аб	53. Дилерский договор. Дистрибьюторский договор	53аб
19. Правовое регулирование ценообразования. Виды цен	19аб	54. Понятие и формы безналичных расчетов	54аб
20. Деятельность оптовых ярмарок	20аб	55. Платежное поручение. Платежное требование	55аб
21. Выставки	21аб	56. Аккредитив	56аб
22. Дилерская деятельность	22аб		
23. Правовое регулирование торгов. Субъекты торгов	23аб		
24. Проведение торгов. Признание торгов недействительными	24аб		
25. Биржевая торговля. Виды бирж	25аб		
26. Правовое положение товарных бирж	26аб		
27. Правовое регулирование торгов на бирже	27аб		
28. Фондовые биржи	28аб		
29. Объекты торгов на фондовых биржах	29аб		
30. Биржевые сделки	30аб		
31. Государственное регулирование деятельности бирж	31аб		
32. Понятие и формы биржевых посредников	32аб		
33. Характеристика прав потребителей	33аб		
34. Права потребителей при приобретении товаров	34аб		
35. Ответственность производителя, продавца за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работ, услуг)	35аб		

1а**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.

2а**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-

3а**3. Соотношение коммерческого права с предпринимательским, гражданским и торговым 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.

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 лите-

4а**4. 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.

26 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 частнопроводного регулирования.

46 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 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 результате всего этого развитие коммерческого права в России идет очень медленным темпом.

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

36 ратуре 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.

5а**5. Источники
коммерческого права РФ**

Коммерческое законодательство представляет собой нормативные акты, которые содержат нормы различных отраслей права, регулирующих предпринимательскую деятельность.

По юридической силе источники коммерческого права подразделяются следующим образом:

- 1) Конституция РФ;
- 2) Федеральные законы;
- 3) подзаконные нормативно-правовые акты;
- 4) законы и иные акты субъектов РФ;
- 5) международные договоры, действующие в РФ.

Конституция РФ 1993 г. является базой для любой отрасли права, определяет фундаментальные положения и основополагающие принципы коммерческого права.

Гражданский кодекс РФ содержит ряд норм, универсальных как для гражданского, так и для коммерческого права. Наряду с ГК РФ **большую роль имеют акты, регулирующие деятельность транспорта в регулировании торгового оборота:**

- 1) Воздушный кодекс РФ от 19 марта 1997 г. № 60-ФЗ (ВК РФ);
- 2) Кодекс торгового мореплавания РФ от 30 апреля 1999 г. № 81-ФЗ (КТМ РФ);
- 3) Кодекс внутреннего водного транспорта РФ от 7 марта 2001 г. № 24-ФЗ (КВВТ РФ) и др.

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, воз-

6а**6. Субъекты коммерческого права**

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.

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 сде-

7а**7. Коммерческие организации**

К коммерческим юридическим лицам гражданским законодательством отнесены:

- 1) полные товарищества;
- 2) товарищества на вере (командитные 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.

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

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) — самый распространенный вид коммерческой организации. Обществом с ограниченной ответственностью признается учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставный капитал которого разделен

8а**8. 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 обществен-

- 66** лок, а создают возможности и условия для операций другим лицам:
- товарные биржи;
 - валютные биржи;
 - фондовые биржи;
 - выставки-ярмарки;
 - торгово-промышленные палаты;
- 2) предпринимательские организации или индивидуальные предприниматели, которые непосредственно занимаются заключением сделок. **Они классифицируются следующим образом:**
- независимые посредники — действуют от своего имени и за свой счет:
 - дилеры;
 - торговые дома;
 - трейдеры и др.
 - 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.
 - организации, не совершающие операции с товаром, а оказывающие разнообразные услуги, содействуя продвижению товара.

86 но 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 обязательствам 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.

- 56** никающие между потребителями и изготовителями, продавцами при продаже товаров и т. д.;
- Федеральный закон «О защите конкуренции». Им определяются организационные и правовые основы защиты конкуренции.
 - Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании»;
 - Закон РФ от 20 февраля 1992 г. № 2383-I «О товарных биржах и биржевой торговле»;
 - Закон РФ от 7 июля 1993 г. № 5340-I «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» и др.

К подзаконным нормативным актам относятся:

- Указы Президента РФ, дополняющие законы при наличии в них пробелов;
- Постановления Правительства РФ, принимаемые для развития и исполнения законов;
- государственные стандарты на продукцию, работы, услуги, строительные объекты, установленные ГОСТ стандартом и другими компетентными органами;
- акты министерств и ведомств, направленные на исполнение законов, указов Президента РФ, постановлений Правительства РФ.

Важнейшими международными документами в области коммерческого права являются:

- Венская конвенция ООН 1980 г. о договорах международной купли-продажи товаров;
- Гаагская конвенция 1986 г. о праве, применимом к договорам международной купли-продажи.

76 на доли определенных учредительными документами размеров.

Общество с дополнительной ответственностью (ОДО) — учрежденное одним или несколькими лицами общество, уставной капитал которого разделен на доли определенных учредительными документами размеров.

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.

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.

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.

9а 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 удов-

10а 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 от 7 июля 1993 г. № 5340-1 «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации»). 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) свидетельствуют 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 норматив-

11а 11. Объекты коммерческого права

Объектами торгового права являются те ценности, по поводу ко-торых 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 Российской Федерации 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.

12а 12. Понятие товара. Виды товаров

Товар — это продукт труда, удовлетворяющий потребность человека посредством купли-продажи. Данное определение товара рассмотрено с экономической точки зрения. В Гражданском кодексе 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.

Электронергия 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;

106 ные акты, затрагивающие интересы предпринимателей;

- 1) может проводить экспертизу товара и приемку товара;
- 2) 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.

126 5) не может быть предметом виндикационного иска.

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.

96 летворить 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.

116 Владельцы товарораспорядительного документа имеют право на товар, указанный в данном документе. Продажа товарораспорядительных документов 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.

13a**13. Товарооборот. Товары, изъятые из оборота****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.

В Российской Федерации 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) оружие и военная техника — боеприпасы, запасные части, комплектующие изделия и приборы к военной технике, стратегические материалы, оружие, взрывчатые вещества, порох, боевые отравляющие вещества, средства защиты от них,

14a**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

15a**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.

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.

16a**16. Рынок и его правовая характеристика**

Рынок — это сфера предпринимательской деятельности, осуществляемая на основе конкуренции по производству, продаже, приобретению отдельных товаров и пользованию имуществом.

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 конкуренто-

146 дающий прием товара на хранение на определенный срок и за установленную плату. Она выдается либо владельцу товара, либо лицу, которое действует по доверенности.

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 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.

166 способности 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 платёжно-расчётное 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 и других нормативно-правовых актов.

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.

136 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 сырьё, 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.

156 По форме выражения товарные знаки бывают:

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

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).

17a

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 развитии торгового рынка 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 ре-

18a

18. Структура товарного рынка. Правовое обеспечение развития 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

19a

19. Правовое регулирование ценообразования. Виды цен

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.

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.

Цены можно классифицировать:

- 1) по назначению товара:
 - а) оптовые;

20a

20. 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.

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.

186 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.

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.

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) Федеральный закон «О рекламе»;
- 2) Федеральный закон «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.).

206 **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.

176 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 и др.

- 196** 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.

21а**21. 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;

22а**22. 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.

23а**23. Правовое регулирование торгов. Субъекты 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

24а**24. Проведение торгов. Признание торгов недействительными**

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.

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,

226 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 клиентов. 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.

246 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.

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, выставленном 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.

216 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. 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 необорудованную 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.

236 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.

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.

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.

25а 25. Биржевая торговля. Виды бирж

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.

26а 26. Правовое положение товарных бирж

Положение и деятельность товарных бирж регулируются Законом РФ от 20 февраля 1992 г. № 2383-1 «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.

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;

27а 27. Правовое регулирование торгов на бирже

Участниками биржевой торговли являются:

- 1) члены биржи;
- 2) посетители.

Посетители биржи — юридические и физические лица, не 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»).

28а 28. 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 Федерального закона от 22 апреля 1996 г. № 39-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.

266 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»).

286 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 специальных 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.

256 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»).

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.

276 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.

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.

29a

29. Объекты торгов на фондовых биржах

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 участие 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);

30a

30. 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.

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 стандарт-

31a

31. Государственное регулирование деятельности бирж

Главным государственным органом, регулирующим деятельность товарных бирж и осуществляющим контроль за их деятельностью, является **Комиссия по товарным биржам при Государственном комитете РФ по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур**. Государственное регулирование деятельности фондовых бирж осуществляет Федеральная служба по финансовым рынкам, которая входит в систему Министерства финансов РФ.

В состав Комиссии по товарным биржам входят:

- 1) представители государственных органов, деятельность которых связана с регулированием товарных рынков;
- 2) представители биржевых союзов, ассоциаций и иных общественных объединений предпринимателей;
- 3) эксперты.

Представители Комиссии по товарным биржам утверждаются Правительством РФ сроком на 5 лет по представлению Государственного комитета РФ по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур.

Комиссия по товарным биржам:

- 1) выдает лицензии на организацию биржевой торговли;
- 2) осуществляет или контролирует лицензирование биржевых посредников, биржевых брокеров;
- 3) контролирует соблюдение законодательства о биржах;
- 4) организует изучение деятельности и развития бирж;
- 5) разрабатывает методические рекомендации по подготовке биржевых документов;

32a

32. 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.

306 ный 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»).

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.

326 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.

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.

296 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 высокие, 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 Федерального закона «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.

316 б) организует рассмотрение в Комиссии жалоб участников биржевой торговли на злоупотребление и нарушение законодательства в биржевой торговле.

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 общих собраниях членов секций 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 Комиссию по товарным биржам;
- 6) осуществлять контроль за исполнением решений Комиссии по товарным биржам.

Комиссия вправе отказать бирже в выдаче лицензии, если учредительные документы или правила торгов не соответствуют законодательству.

33а**33. 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 от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»).

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;

34а**34. 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,

35а**35. 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, при-

36а**36. 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. **На территории РФ существуют два вида технических регламентов:**

- 1) общие технические регламенты, действующие в отношении любых видов объектов;

346 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.

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.

366 2) специальные технические регламенты, действующие, если степень риска выше, чем степень риска, учтенная единым техническим регламентом.

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.).

336 11) право на расторжение договора купли-продажи и другие права.

Условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными законами или иными 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».

356 чиненный вследствие недостатков товара, подлежит возмещению продавцом или изготовителем товара по выбору потерпевшего. Вред, причиненный вследствие недостатков работы или услуги, подлежит возмещению исполнителем.

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.

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.

37а**37. 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 Федерального закона от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании»).

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.

38а**38. Подтверждение соответствия качества товаров и услуги**

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 Федерального закона «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 Российской Федерации системах сертификации и знаках соответствия и представление ее в установленном порядке в международные (региональные) организации по сертификации;

39а**39. 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 товара 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.

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

40а**40. 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 обычай 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, потребитель-

- 386** 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.

Обязательное подтверждение соответствия осуществляется двумя видами:

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

376 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.

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.

406 ских 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 Федерального закона «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.

396 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.

41а**41. 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 Федерального закона «О защите конкуренции»).

Опасность доминирующего положения на рынке для торгов-ли 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 (бездействия) занимающего доминирующее положение хозяйствующего субъекта, результатом которых являются или могут являться

42а**42. Виды монополистической деятельности**

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 налагаются на их участников или третьих лиц ограничения, не соответствующие достижению целей таких действий (бездействия), соглашений и согласованных действий, сделок, иных действий.

Запрещаются соглашения между федеральными органами исполнительной власти, органами государственной власти субъектов РФ, органами местного самоуправления

43а**43. 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 снижением 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;

44а**44. 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. Рынок 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, обращаемый на котором товар обращается также на иных товарных рынках в Российской Федерации (для страховых организаций эти показатели составляют 10 и 25% соответственно).

426 управления, иными осуществляющими функции указанных органов органами и организациями, а также государственными внебюджетными фондами, Центральным банком РФ или между ними и хозяйствующими субъектами, либо осуществление этими органами и организациями согласованных действий, если такое соглашение или такое осуществление согласованных действий приводят или могут привести к недопущению, ограничению, устранению конкуренции, в частности, к:

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

446 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»).

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.

416 недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц, в том числе согласно ч. 1 ст. 10 Федерального закона «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;
- 5) экономически или технологически не обоснованный отказ либо уклонение от заключения договора с отдельными покупателями в случае наличия возможности производства или поставок соответствующего товара;
- 6) экономически, технологически или иным образом не обоснованное установление различных цен на один и тот же товар, если иное не установлено федеральным законом и др.

436 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 вышеперечисленных компаний. Неценовой метод регулирования естественных 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 Федеральный закон от 17 августа 1995 г. «О естественных монополиях».

45а 45. 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. **Антимонопольный орган** — федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы.

Функции антимонопольного органа:

- 1) нормотворческая;
- 2) наблюдательная (ведение реестра доминирующих организаций);

46а 46. 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 пре-

47а 47. 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

48а 48. 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;

466 делах 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.

486 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.

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

456 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 органами или организациями;
- 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.

476 (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).

Грузополучатель не позднее 24 ч, а в отношении скоропортящейся продукции — немедленно после обнаружения недостатка отправляет по телеграфу (телефону) уведомление о вызове представителя отправителя (изготовителя), где должен указать: наименование продукции, дату и номер счета-фактуры или номер транспортно-документа, количество недостающей продукции и характер недостатка, 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 обнаружении недостатка после проведения приемки продукции по количеству предприятие-получатель направляет отправителю, а при необходимости — транспортной организации претензию с приложением акта о недостатке продукции, подписанного руководителем предприятия-получателя.

49а 49. 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;

50а 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.

Все договоры можно классифицировать:

- 1) по моменту возникновения прав и обязанностей:
 - а) **консенсуальные** — 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;
- 7) договор присоединения.

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;

51а 51. 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) дистрибуторский 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

52а 52. 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.

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, приоб-

- 506** 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.

Посреднические договоры регулируют отношения по совершению одним лицом в интересах другого лица действий по поводу товара.

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.

- 496** 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 и др.

526 ретает права и становится обязанным комиссионер, хотя бы комитент и был назван в сделке или вступил с третьим лицом в непосредственные отношения по исполнению сделки.

По договору консигнации иностранная фирма, являющаяся экспортером товаров в РФ (консигнант) поставяет 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.

516 возмездного оказания услуг лишь при условии полного возмещения заказчику убытков.

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

53а**53. Дилерский договор.
Дистрибьюторский 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.

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.)

По дистрибьюторскому договору одно лицо (грантор) предоставляет права на распространение товаров на определенной территории другому лицу (дистрибью-

54а**54. 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**

55а**55. Платежное поручение.
Платежное требование**

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. 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.

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,

56а**56. 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 конт-ракта имеют определенные гарантии.

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).

546 **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).

566 **Непокрытый (гарантированный) аккредитив** — вид аккредитива, когда исполняющему банку предоставляется право списывать всю сумму аккредитива с ведущегося у него счета банка-эмитента (п. 2 ст. 867 ГК 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).

536 (тору). 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, проводить 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.

556 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 отосланы (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.