Организация коммерческой деятельности.

1 Теоретические аспекты коммерческой деятельности хозяйствующих субъектов

1.1 Сущность, содержание и функции коммерческой деятельности

1.2 Организационно-правовые аспекты коммерческой организации

**1.1. Сущность, содержание и функции коммерческой деятельности**

Сущность коммерческой деятельности как одной из форм предпринимательства заключается в приобретении и сбыте (продаже) товаров и услуг для получения прибыли.

“Коммерция” — слово латинского происхождения (*commercium*) и означает “торговля”.

Коммерческая деятельность — это самостоятельный вид хозяйственной деятельности в таких сферах, как торговля, промышленность, финансовая сфера и других областях предпринимательства. Подтверждением тому служит тот факт, что любое производственное предприятие осуществляет операции по закупке сырья и продаже потребителям своей готовой продукции.

Финансовые организации также осуществляют коммерческие операции по закупке и продаже валюты, по оказанию услуг в виде кредита, страхования.

В качестве *субъектов* коммерческой деятельности выступают как юридические, так и физические лица, наделенные правом ее совершения.

*Объектами* коммерческой деятельности на потребительском рынке являются товары и услуги. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 № 265 “О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства”.

*Основная функция коммерческой деятельности* с общеэкономической точки зрения — смена форм стоимости. Коммерсант вкладывает деньги в покупку товаров, продает их с надбавкой (дороже) и получает взамен деньги в бóльшем количестве.

Сам процесс торговли происходит по упрощенной схеме: “*товар — деньги*” при продаже и “*деньги — товар*” при покупке. Товар закупается обычно по оптовым ценам, а прибыль образуется за счет продажи по ценам, превышающим цену приобретения (закупки) товара. Чтобы понять сущность коммерческой деятельности, следует уяснить хотя бы основные понятия, связанные с рынком.

Существует множество определений рынка: рынок — это сложный механизм функционирования экономики, который основывается на разнообразных формах собственности, использовании товарно-денежных отношений и финансово-кредитной системы; рынок — механизм, сводящий вместе покупателей, предъявляющих спрос, и продавцов, формирующих предложение материальных благ по определенной цене.

*Рынок* — это система экономических отношений по поводу купли-продажи. *Основными составными элементами рынка являются спрос, предложение и цена*, которые тесно связаны между собой и оказывают друг на друга влияние, определяя конъюнктуру рынка.

*Конъюнктура рынка* — соотношение между спросом и предложением.

*Регуляторы коммерции* — рыночная среда и конъюнктура рынка. Один из главных критериев рынка — это наличие конкуренции. Чтобы рынок был конкурентоспособным, должно быть множество независимых покупателей и продавцов.

**Коммерческая деятельность** — это динамический процесс. Постоянно меняются конъюнктура рынка, внешняя и внутренняя среда (экономические и политические условия внутри и вне страны и т. д.).

**Коммерсант** должен постоянно адаптироваться к меняющимся условиям, чтобы сохранить по возможности свою норму прибыли. Эффективное проведение коммерческой работы возможно лишь при наличии полной и достоверной информации о конъюнктуре рынка, то есть о социальных, экономических, демографических, торгово-организационных и других условиях реализации товаров, сложившихся в определенный период времени и в конкретном месте.

**1.2. Организационно-правовые аспекты коммерческой организации**

*Субъекты коммерческой деятельности* — это юридические лица и индивидуальные предприниматели. Правовое положение субъектов коммерческой деятельности и экономические отношения между ними регулируются различными правовыми актами.

Согласно ГК РФ все организации в зависимости от основной цели деятельности подразделяются на коммерческие и некоммерческие.

Коммерческая организация в качестве основной цели своей деятельности преследует извлечение прибыли.

Некоммерческая унитарная организация не преследует такой цели, однако имеет право осуществлять коммерческую деятельность; полученная прибыль не распределяется между участниками организации.

Некоммерческие организации могут создаваться в формах общественного объединения, учреждения, благотворительного фонда, государственной корпорации, ассоциации, союза и др.

В 2014 г. ст. 66.3 ГК РФ введены понятия “публичное общество” и “непубличное общество”. *Публичным* признается то акционерное общество (ПАО), чьи акции и ценные бумаги, конвертируемые в акции, публично размещаются (путем открытой подписки) или обращаются с учетом требований законодательства о ценных бумагах.

Акционерное общество (АО), которое не размещает свои акции на торгах, считается *непубличным обществом*.

К непубличным видам хозяйствующих субъектов отнесены общества с ограниченной ответственностью (ООО).

 Из ГК РФ исключены положения о закрытых акционерных обществах и об обществе с дополнительной ответственностью, которое не получило практического распространения.

В соответствии со ст. 65.1 ГК РФ все юридические лица подразделены на две категории:

1) *корпоративные* — организации, основанные на началах членства их учредителей (участников);

2) *унитарные* — юридические лица, в которых ее учредители не становятся их участниками и не приобретают в них прав членства.

Важнейшим результатом экономических преобразований

в России явилось появление хозяйствующих субъектов, получивших статус акционерных обществ и обществ с ограниченной ответственностью, сформировавших корпоративный сектор экономики.

Выделение корпорации как особого вида юридических лиц связано с расширением прав и защиты интересов участников любой корпорации, а не только хозяйственных обществ. Слово “корпорация” образовалось от позднелатинского *corporation*, которое подразумевает “объединение”, “союз”, “совокупность лиц, объединившихся для достижения какой-либо цели”.

*Корпорация* — это форма совместного ведения коммерческой деятельности в статусе юридического лица.

Деление организаций на корпоративные и унитарные позволило закрепить общие нормы, касающиеся коммерческих корпораций (хозяйственных товариществ, хозяйственных обществ и производственных кооперативов) и некоммерческих корпораций, в основном сохраняя сложившиеся организационно-правовые формы юридических лиц.

В соответствии с нормами ГК РФ классификацию коммерческих организаций по организационно-правовой форме можно представить в следующем виде:

1. Коммерческие корпоративные организации:

1.1. Полное товарищество

1.2. Товарищество на вере (коммандитное)

1.3. Крестьянское (фермерское) хозяйство

1.4. Хозяйственное партнерство

1.5. Общество с ограниченной ответственностью

1.6. Акционерное общество:

— публичное акционерное общество (ПАО);

— непубличное акционерное общество (НАО).

1.7. Производственный кооператив.

2. Коммерческие унитарные организации:

2.1. Государственное унитарное предприятие (на праве хозяйственного ведения).

2.2. Муниципальное унитарное предприятие (на праве оперативного управления).

Корпоративные и унитарные коммерческие организации различаются между собой тем, что в первых предусмотрено членство участников, а во-вторых оно отсутствует.

Организационно-правовые формы коммерческих организаций существенным образом зависят от форм собственности на имущественный комплекс организации. Унитарным предприятием называется предприятие, которое не наделено правом

собственности на закрепленное за ним имущество. Имущество унитарного предприятия считается неделимым и, находясь в хозяйственном ведении и оперативном управлении предприятия, является в то же время соответственно государственной или муниципальной собственностью.