

Г. Г. Левкин, Н. Б. Куршакова

**КОММЕРЧЕСКАЯ  
ЛОГИСТИКА:  
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

Учебное пособие

Москва Вологда  
«Инфра-Инженерия»  
2021

УДК 658.7  
ББК 65.291.59  
Л34

Рецензент:

доктор экономических наук, профессор *В. Ф. Стукач*

**Левкин, Г. Г.**

**Л34** Коммерческая логистика: теория и практика : учебное пособие / Г. Г. Левкин, Н. Б. Куршакова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. – 336 с. : ил., табл.  
ISBN 978-5-9729-0732-8

Представлена теория и практика коммерческой логистики в сфере товарного обращения. Рассмотрены материалы об управлении материальными потоками на предприятии, особенностях взаимодействия между подразделениями предприятий в условиях рынка продавца и покупателя. Изложены сведения об особенностях управления потоками в туризме, общественном питании и при обращении твердых бытовых отходов.

Для студентов транспортных направлений подготовки. Может быть использовано при повышении квалификации и переподготовке.

УДК 658.7  
ББК 65.291.59

ISBN 978-5-9729-0732-8 © Левкин Г. Г., Куршакова Н. Б., 2021  
© Издательство «Инфра-Инженерия», 2021  
© Оформление. Издательство «Инфра-Инженерия», 2021

## ВВЕДЕНИЕ

Логистика – сравнительно молодая наука, но как практика управления материальными потоками в торговле и военном деле известна с древних времен.

В период Второй мировой войны методология логистики была использована для решения задачи четкого взаимодействия оборонной промышленности, тыловых и снабженческих баз и транспорта с целью своевременного обеспечения армии вооружением и продовольствием. Впоследствии понятия и методы логистики нашли применение в производстве и сфере товарного обращения.

Основной потенциал логистики заложен в рационализации управления потоками материалов, информации, энергии и финансов. Поэтому объектом изучения коммерческой логистики являются материальные потоки и сопутствующие им информационные, финансовые и сервисные потоки на макро- и микроуровне, а предметом – оптимизация материальных и сопутствующих им потоков в сфере товарного обращения.

Цели учебной дисциплины «Коммерческая логистика»:

- освоение студентами теоретических знаний в области коммерческой деятельности и логистики: концепции, методы и модели рациональной организации торговых процессов;
- формирование компетенций, позволяющих принимать эффективные решения в профессиональной деятельности бакалавров профиля «Логистика» в части организации товародвижения в сфере товарного обращения;
- выработка у студентов развитых представлений о применении теории логистики в практической деятельности.

Задачи дисциплины:

- выработать у студентов представление о системе товародвижения в сфере товарного обращения как о едином технико-

технологическом и планово-экономическом интегрированном механизме, обеспечивающем продвижение товаров от производства до потребителя;

- обучить студентов основам логистического подхода к организации товародвижения в торговле (закупок, продаж, транспортировки и складирования товаров).

В результате освоения дисциплины студент

*должен знать:*

- теоретико-методологические основы коммерческой логистики;
- особенности управления материальными потоками в функциональных областях логистики предприятия;

*должен уметь:*

- принимать решения по размещению складов;
- решать задачи, связанные с организацией товароснабжения розничной торговой сети и транспортировки грузов;
- формулировать требования к транспорту, к системам хранения и складской обработки грузов;
- организовывать логистические процессы на складах предприятий оптовой и розничной торговли;
- принимать решения по определению уровня товарных запасов, по уровню логистического сервиса, а также решать ряд других задач для совершенствования товаропроводящих систем.

Предлагаемая программа курса предусматривает следующие основные формы проведения занятий: лекции, семинары (в форме опроса, дискуссии, деловых игр), индивидуальные и групповые консультации, самостоятельная работа студентов. Формы промежуточного контроля – устный опрос, тестирование и написание контрольных работ. Итоговый контроль осуществляется в форме экзамена.

Для закрепления полученных теоретических знаний студенты самостоятельно решают ситуационные задачи по направлениям: управление транспортировкой грузов; организация складской деятельности; управление запасами и закупками.

Настоящее учебное пособие состоит из шести разделов.

В первом разделе – «Основы коммерческой деятельности» – рассмотрены методологические аспекты коммерческой деятельности, основные понятия и термины, характеристика субъектов коммерческой деятельности.

Второй раздел – «Основы коммерческой логистики производственного предприятия» – содержит материалы об управлении мате-

риальными потоками на предприятии, особенностях взаимодействия между подразделениями предприятия в условиях рынка продавца и покупателя.

В третьем разделе – «Логистический подход к управлению материальными потоками на предприятии» – приведены основные сведения о методологии управления и совершенствования потоков логистических систем в оптовой и розничной торговле.

В четвертом разделе – «Применение концепции логистики в отраслях и сферах коммерческой деятельности» – представлены сведения об особенностях управления потоками в туризме, общественном питании и при обращении твердых бытовых отходов.

В пятом разделе – «Управление логистическим персоналом торговых предприятий» – представлена характеристика логистического персонала, раскрыты основные понятия и сущность управления персоналом, методы управления, рассмотрена модель современной системы управления персоналом и показатели для оценки ее результативности и эффективности.

В шестом разделе – «Практикум» – размещены ситуационные задачи и контрольные работы к ним.

После каждой темы размещены контрольные вопросы, тест и литература (использованная и рекомендуемая по теме). Последовательность работы с учебным пособием следующая. После проработки материала отдельной темы следует ответить на вопросы для самоконтроля. Для закрепления материала студенты могут работать с тестовыми вопросами двух типов.

Первый тип – вопрос совпадает с учебными материалами (прямой ответ есть в тексте темы). Второй тип (повышенной сложности) – вопросы на понимание учебного материала, чтобы ответить на них, нужно понять учебный материал и сформулировать собственное знание для понимания логистических процессов на предприятиях. Ответы на тестовые вопросы можно обсудить на странице автора в социальной сети <http://vk.com/levkin.omsk>.

Для методического обеспечения учебного процесса используется учебный сайт доцента кафедры экономики транспорта, логистики и управления качеством Левкина Григория Григорьевича [www.levkin.eiuk.ru/](http://www.levkin.eiuk.ru/), где размещены презентации лекций по изучаемой дисциплине, ситуационные задачи, ссылки на полезные сайты.

# РАЗДЕЛ 1

## ОСНОВЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

### Тема 1. Понятие коммерческой деятельности

1.1. Характеристика коммерческой деятельности

1.2. Роль торговли в сфере товарного обращения

#### 1.1. Характеристика коммерческой деятельности

**Коммерческая деятельность** – это вид предпринимательской деятельности. Коммерция – в переводе с латинского языка означает торговля, но является понятием более широким.

Одним из источников возникновения логистики с исторической точки зрения можно считать торговлю, так как купцы с древних времен организовывали перемещение партий товаров между регионами.

Еще одна точка зрения в отношении формирования логистики как сферы хозяйственной деятельности и собственно термина «логистика». Всем известно такое слово, как лоджия. Во французской транскрипции слово логистика звучит как «лоджистик», что в переводе на русский язык означает «дом или домашнее хозяйство». Так вот, во французской армии логисты-снабженцы именовались «лоджистиками», а в русской царской армии – квартирмейстерами.

Исходной позицией в этом направлении может служить также управление домашним хозяйством, и при ближайшем рассмотрении мы можем увидеть, что в любом современном домашнем хозяйстве (и в городе и в сельской местности) присутствует множество процессов, связанных с управлением материальными потоками и запасами.

Применение концепции логистики при анализе функционирования домашних хозяйств заключается в нахождении новых путей повышения эффективности использования торгового и производственного капитала, формирования ассортимента розничной торговой сети, а также в обеспечении конкурентоспособности всех участников сферы товарного обращения.

В России чаще главными логистами в семье являются хозяйки, так как они планируют поставки и закупки продуктов питания. Это ежедневная работа, которая, на первый взгляд, кажется простой, но на самом деле, как и на предприятиях, требует точных расчетов и своевременного пополнения запасов. И здесь также есть материальные и связанные с ними финансовые и информационные потоки.

Коммерческая деятельность направлена на организацию актов купли-продажи с целью получения прибыли и удовлетворения потребностей покупателей. В современной литературе часто смешивают понятия: предпринимательство, коммерческая деятельность и торговля, что необоснованно, так как каждое из этих понятий имеет свою область применения (рис. 1.1).

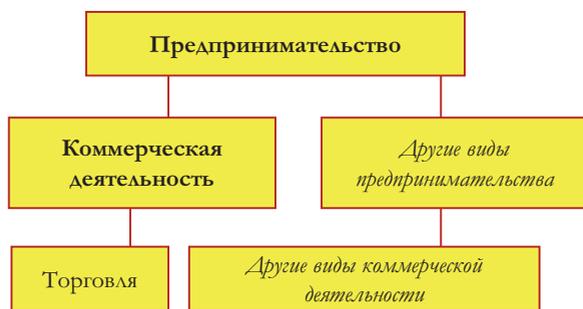


Рис. 1.1. Соотношение предпринимательства, коммерческой деятельности и торговли

**Предпринимательство** – это организация экономической, производственной и иной деятельности, приносящей предпринимателю доход. Предприниматель создает предприятие и осуществляет текущее управление его хозяйственной деятельностью. Коммерческая деятельность – более узкое понятие, чем предпринимательство, то есть одна из сторон предпринимательской деятельности.

В сравнении с торговлей, коммерческая деятельность понятие экономически более широкое и представляет собой обширную сферу деятельности предприятий, направленную на организацию процессов купли-продажи товаров. В основе торговли всегда лежит коммерческая деятельность, но не все виды коммерческой деятельности сводятся только к торговле.

Из этого вытекает, что коммерческая работа в сфере товарного обращения понятие более широкое, чем простая купля-продажа това-

ра. Чтобы акт купли-продажи состоялся, специалисту коммерции необходимо изучить спрос населения и рынок сбыта товаров, наладить с поставщиками и покупателями хозяйственные связи, организовать транспортировку товарных партий, а также рекламно-информационную работу по сбыту или продаже товаров.

Кроме знаний в области экономики и управления, **специалист коммерции** должен обладать рядом специфических навыков в области делового общения и переговоров, уметь принимать нестандартные решения при закупке и продаже товаров.

Профессиональная деятельность специалиста коммерции осуществляется в сфере товарного обращения, которая начинается со сбыта готовой продукции производственными предприятиями и заканчивается продажей товаров конечным покупателям в розничной торговле. Специалист коммерции на основе профессиональных знаний должен обеспечить эффективную коммерческую деятельность и тем самым способствовать решению важной социально-экономической задачи – удовлетворение потребностей покупателей.

**Объектами коммерческой деятельности** являются товары и услуги, подлежащие купле-продаже или обмену в сфере товарного обращения. **Предметом коммерческой деятельности является** купля-продажа товаров (рис. 1.2).

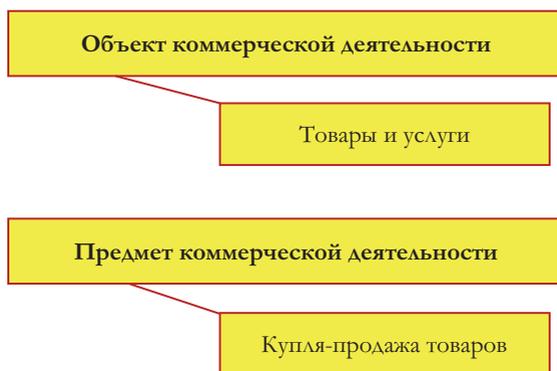


Рис. 1.2. Объект и предмет коммерческой деятельности

Основные виды коммерческой деятельности: организационно-коммерческая; товароведно-экспертная; маркетинговая; торгово-экономическая; аналитическая; торгово-закупочная; внешнеторговая.

Выделяют также разновидности коммерческой деятельности.

Во-первых, **закупка товаров** с целью их дальнейшей перепродажи. Работа, связанная с закупками, включает следующие основные операции: планирование закупок; организация приобретения товаров и доставка их на предприятие; регулирование размеров материальных запасов.

Во-вторых, **продажа товаров или услуг**. Функцию продажи выполняет специальная служба предприятия, которая организует выполнение следующих операций: формирование партий отгрузки; продвижение товара на рынок; поиск клиентов; оформление отношений с покупателями (клиентами). В современных условиях успех этой деятельности зависит от использования маркетинга и логистики.

В третьих, **торгово-посредническая деятельность** на потребительском рынке, то есть, оптовая и розничная торговля. Участие посредников в цепи поставок является необходимым условием, так как обеспечивает более широкий доступ потребителей к товару.

Таким образом, коммерческая деятельность является необходимым условием обеспечения конечных потребителей товарами и услугами в сфере товарного обращения и связана с выполнением предшествующих и последующих операций у изготовителей, на складах посредников и в магазинах.

## 1.2. Роль торговли в сфере товарного обращения

**Торговля** – особая деятельность людей, связанная с осуществлением актов купли-продажи товаров и представляющая собой совокупность операций, направленных на обеспечение покупателей в процессе торгового обслуживания.

Торговля служит источником поступления денежных средств в государственный бюджет и является основой финансовой стабильности государства. Современная торговая деятельность выполняется в сфере товарного обращения специализированными оптовыми и розничными торговыми предприятиями, следовательно, различают оптовую и розничную торговлю.

**Оптовая торговля** – это реализация товаров крупными партиями для дальнейшей перепродажи. Товары при этом в конечном потреблении не поступают.

**Розничная торговля** – это реализация товаров конечному потребителю для личного или семейного использования, что является завершающим звеном в сфере товарного обращения. На предприятиях

розничной торговли завершается процесс кругооборота финансовых средств, вложенных в производство и создается экономическая основа для возобновления производства.

По характеру выполняемых операций процессы, совершаемые в сфере товарного обращения, можно подразделить на два основных вида: **коммерческие и технологические** (рис. 1.3).

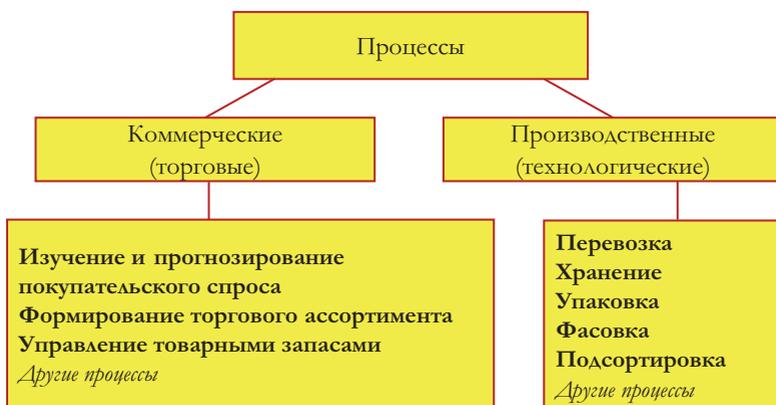


Рис. 1.3. Коммерческие и технологические процессы в сфере товарного обращения

Коммерческие процессы связаны с куплей-продажей товаров или не связаны, но обеспечивают непрерывность торгового процесса и не имеют производственного характера.

Коммерческие процессы можно подразделить на следующие *разновидности*:

- изучение и прогнозирование покупательского спроса;
- выявление и изучение источников поступления и поставщиков товаров;
- установление рациональных хозяйственных связей с поставщиками товаров, включая заключение договоров на поставку, разработку и представление заявок и заказов на товары, организацию контроля за выполнением договорных обязательств;
- организация и проведение оптовых закупок товаров у разных видов поставщиков (у производителей или торговых посредников, на оптовых ярмарках, товарных биржах, аукционах);
- организация оптовой и розничной продажи, включая формы и методы продажи товаров;

- рекламно-информационная деятельность по сбыту товаров;
- формирование торгового ассортимента на складах и в магазинах;
- управление товарными запасами.

**Технологические процессы** – это процессы, связанные с движением товара и являющиеся продолжением процессов производства в сфере товарного обращения (перевозка, хранение, погрузка, разгрузка, упаковка, фасовка, подсортировка). Они представляют собой единство трех элементов: живого труда; средств труда; предметов труда.

**Живой труд** в сфере товарного обращения реализуется работниками с разным уровнем образования.

**Средствами труда** в торговле служат вещи, при помощи которых человек воздействует на предмет своего труда и видоизменяет его. К средствам труда относят орудия труда, а также торговые здания, склады и транспорт.

**Орудиями труда** в торговле являются кассовые аппараты, торгово-технологическое оборудование и др.

К **предметам труда** относят находящиеся в обращении товары и тару.

Кроме коммерческих и технологических процессов в торговле выполняются также **дополнительные торговые услуги**, так как акты купли-продажи сопровождаются разнообразными операциями по обслуживанию покупателей.

По своему функциональному содержанию дополнительные торговые услуги могут быть отнесены как к технологическим, так и к коммерческим процессам. Услуги оказываются как изготовителями и оптовиками (к примеру, для розничного предприятия), так и по отношению к конечному потребителю. Конечному покупателю могут оказываться следующие услуги: доставка товаров на дом, установка и настройка оборудования, прием заказов и т. д.

Коммерческая деятельность является важнейшей составляющей сферы товарного обращения. Результат деятельности коммерческой службы предприятия – получение прибыли и удовлетворение потребностей покупателей.

### **Контрольные вопросы и задания**

1. Дайте определение коммерческой деятельности.
2. Раскройте сущность и содержание оптовой и розничной торговли.
3. В чем отличие коммерческой деятельности от предпринимательства?
4. Определите объект и предмет коммерческой деятельности.
5. Что такое сфера товарного обращения? Основные структурные звенья.

### **Вопросы и задания для самостоятельной подготовки**

1. В чем заключается юридический аспект различия понятий «коммерческая деятельность» и «предпринимательство»? [9]
2. Дайте сравнительную характеристику дефиниций «коммерческая деятельность» в учебной литературе. [7]
3. Определите особенности управления коммерческой деятельностью на промышленном предприятии. [1]
4. В чем заключаются особенности проектного управления коммерческой деятельностью на предприятии? [2]
5. Раскройте особенности системного подхода в управлении коммерческой деятельностью торгового предприятия. [10]

### **Список использованных источников**

1. Бакиров А. Р. Управление коммерческой деятельностью / А. Р. Бакиров, Д. А. Сальманов // Science Time. 2016. № 3 (27). С. 64–68.
2. Бокарева Е. В. Проектное управление коммерческой деятельностью / Е. В. Бокарева // Современные проблемы туризма и сервиса. Сборник статей научных докладов по итогам Всероссийской научной конференции. 2018. С. 33–36.
3. Бузукова Е. А. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / Е. А. Бузукова. СПб: Питер, 2009. 432 с.
4. Дорман В. Н. Коммерческая деятельность: Учебное пособие / В. Н. Дорман. М.: Юрайт, 2019. 134 с.
5. Ковалев К. Ю. Логистика в розничной торговле: как построить эффективную розничную сеть / К. Ю. Ковалев, С. А. Уваров, П. Е. Щеглов. СПб: Питер, 2007. 272 с.
6. Коммерческая деятельность: Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. М.: Юрайт, 2019. 404 с.

7. Коммерческая логистика: Учебник / Под ред. Б. А. Аникина. М.: Проспект, 2006. 427 с.
8. Макеева О. Логистический подход к развитию сетевого ритейла в России / О. Макеева // Риск. № 3. 2010. С. 64–67.
9. Нурулин Р. Н. Преобразования логистики розничной торговли / Р. Н. Нуруллин // Вестник СГТУ. 2008. № 2 (32). С. 204–208.
10. Осипова Л. В. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов / Л. В. Осипова, И. М. Синяева. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. 324 с.
11. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. М.: Дашков и Ко, 2012. 500 с.
12. Сафаров А. Т. Организация эффективного управления коммерческой деятельностью: теоретический аспект / А. Т. Сафаров // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. 2016. № 11. С. 149–151.
13. Терновая И. А. Определение зоны риска для предприятий розничной торговли / И. А. Терновая // Труды Дальневосточного государственного технического университета. 2000. № 127. С. 161–164.
14. Управление закупками и поставками: Учебник / М. Линдерс, Ф. Джонсон и др. М.: Юнити-Дана, 2007. 751 с.
15. Чкалова О. В. Торговое предприятие: Учебное пособие / О. В. Чкалова. М.: Эксмо, 2008. 320 с.
16. Чумакова О. Н. Соотношение предпринимательской и коммерческой деятельностей в аспекте их участников / О. Н. Чумакова // APRIORI. 2014. № 6. С. 35.
17. Шевяков А. Ю. Системный подход в управлении коммерческой деятельностью предприятия / А. Ю. Шевяков, В. Ю. Лапшин, С. А. Юрова // Саяпинские чтения. 2019. С. 471–475.

---

## Контрольный тест

### 1. В переводе с латинского языка «коммерция» означает:

- а) предпринимательство;
- б) торговлю;
- в) закупку;
- г) продажу.

### 2. Коммерческая деятельность:

- а) отождествляется с предпринимательством;
- б) более узкое понятие, чем предпринимательство;
- в) не имеет отношения к предпринимательству.

**3. Коммерческая работа в торговле:**

- а) связана только с куплей-продажей товара;
- б) понятие более широкое, чем купля-продажа товаров;
- в) связана только со складированием и хранением в сфере товарного обращения.

**4. Основная сфера профессиональной деятельности специалиста коммерции:**

- а) сфера товарного обращения;
- б) промышленность;
- в) строительство.

**5. Объектами коммерческой деятельности являются:**

- а) товары;
- б) услуги;
- в) купля-продажа товаров.

**6. Предметом коммерческой деятельности является:**

- а) продовольственные и непродовольственные товары;
- б) реализация товаров;
- в) купля-продажа товаров.

**7. К разновидностям коммерческой деятельности относят:**

- а) закупку;
- б) финансово-экономическую деятельность;
- в) продажу;
- г) торгово-посредническую деятельность.

**8. Оптовая торговля выполняет:**

- а) конечную реализацию товаров;
- б) продажу товаров крупными партиями для дальнейшей перепродажи;
- в) закупку товаров в розничной сети.

**9. К начальному этапу сферы товарного обращения относятся:**

- а) розничные торговые предприятия;
- б) бытовые подразделения предприятий;
- в) оптовые торговые предприятия.

**10. В [ \_\_\_\_\_ ] происходит реализация товаров конечным потребителям.**

## Тема 2. Коммерческие сделки на рынке товаров и услуг

- 2.1. Характеристика коммерческой сделки
- 2.2. Виды и условия заключения коммерческих договоров
- 2.3. Организация электронной торговой сделки

### 2.1. Характеристика коммерческой сделки

Совершение сделки – ответственный момент коммерческого процесса в логистической цепи при перемещении товарных партий от производителей к потребителям в сфере товарного обращения.

Для выполнения акта купли-продажи необходимо согласие покупателя в отношении ассортимента, условий поставки, качества и количества товаров, цены. Такому соглашению предшествуют переговоры между продавцом и покупателем, которые завершаются коммерческой сделкой. Следовательно, сделка – это договоренность продавца и покупателя об условиях, на которых товары могут быть переданы покупателю.

**Коммерческие сделки** заключаются по всей цепи поставок: между поставщиком сырья и производственным предприятием; производителем товара и оптовым посредником; производителем товара и розничным торговым предприятием; производителем товара и конечным потребителем; оптовым посредником и розничным торговым предприятием; розничным торговым предприятием и конечным покупателем; физическими лицами при купле-продаже товаров с использованием Интернет (например, через сайт *www.avito.ru*) (рис. 1.4).

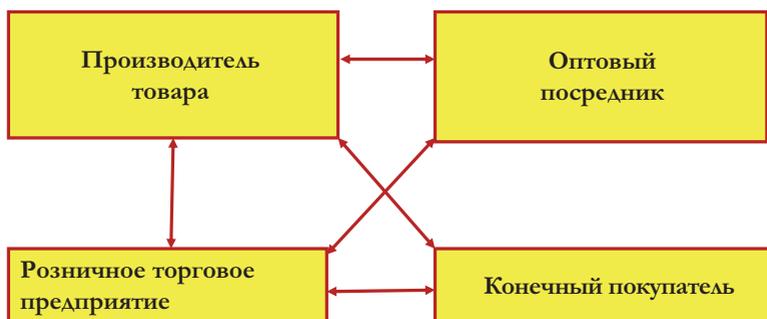


Рис. 1.4. Коммерческие связи в сфере товарного обращения

Этапы коммерческой сделки включают в себя: поиск и выбор деловых партнёров; согласование условий сделки; заключение и исполнение договора.

Поиск и выбор деловых партнёров может осуществляться двумя путями.

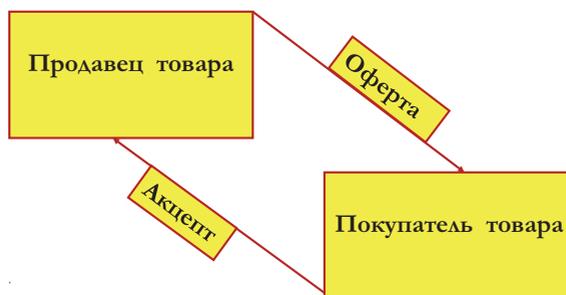
*Путь 1.* Детальный анализ рынка, подбор поставщиков или покупателей, а затем при помощи компьютерной обработки данных и специальных методов окончательный выбор контрагентов.

*Путь 2.* Поиск и выбор поставщиков за счёт специальных действий службы снабжения или закупок, направленных на активизацию конкуренции между потенциальными поставщиками, которые особым образом извещаются о том, что предприятие-покупатель ведёт поиск источника поставок.

К примеру, объявление тендера (торгов) путём размещения информации в средствах печати, на собственном сайте или на электронном аукционе, где побеждает поставщик, предложивший наименьшую цену (в отличие от классического аукциона в соответствии со статьей 447 ГК РФ).

Инициатива к совершению коммерческой сделки может исходить и от продавца и от покупателя.

Предложение продавца может быть представлено в виде оферты, которая рассылается потенциальным покупателям. В том случае, если покупатель готов купить товар, то он отправляет продавцу акцепт, то есть подтверждение (рис. 1.5).



*Рис. 1.5. Заключение сделки путем коммерческой переписки (инициатор сделки продавец)*

От покупателя к продавцу исходит заявка, а продавец в случае принятия решения о продаже отправляет ответ на заявку (рис. 1.6).



Рис. 1.6. Заключение сделки путем коммерческой переписки (инициатор сделки покупатель)

Документом, подтверждающим заключение сделки, является договор. После его подписания выполняются условия сделки, а также контроль исполнения договорных обязательств.

## 2.2. Виды и условия заключения коммерческих договоров

Юридическое оформление сделки завершается заключением договора, положения которого зафиксированы в Гражданском кодексе РФ.

Коммерческий договор составляется в основном в письменной форме на бумажном носителе, но может быть заключен путем использования электронной почты и факса, а также в устной форме (рис. 1.7).

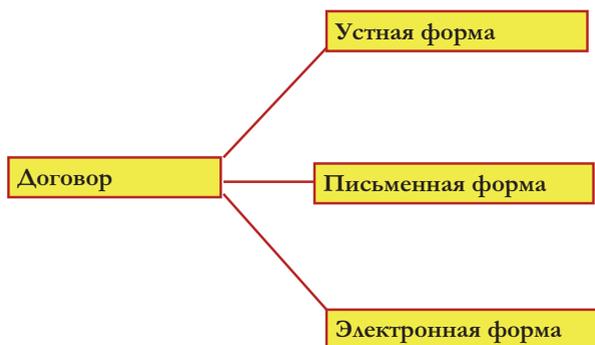


Рис. 1.7. Формы заключения коммерческого договора

Наиболее распространенными в торговле являются двух- и многосторонние договоры – купля-продажа, аренда, страхование, подряд, совместная деятельность и др. Для заключения таких договоров необходимо согласование воли двух или более сторон.

В зависимости от наличия или отсутствия в договоре указания на срок исполнения, либо возможности его определения из содержания, договоры подразделяются на определенно-срочные и неопределенно-срочные.

В **определенно-срочном договоре** срок исполнения обязательств либо указан, либо может быть определен из его содержания.

Обязательство по **неопределенно-срочному договору** должно быть исполнено в разумный срок после возникновения необходимости выполнения обязательства (п. 2 ст. 314 ГК РФ).

В коммерческом договоре определяется объем прав и обязанностей участников коммерческой сделки, порядок и условия исполнения обязательств, ответственность за их неисполнение или ненадлежащее исполнение. Различают две группы коммерческих договоров: договоры по передаче имущества (рис. 1.8); договоры по оказанию услуг (рис. 1.9)



Рис. 1.8. Коммерческие договоры по передаче имущества

*Группа 1. Договоры по передаче имущества.*

**Договор купли-продажи.** Наиболее распространённый вид коммерческих договоров во внутренней и международной торговле предполагает разовую поставку товарной партии. По договору купли-продажи одна сторона (продавец) обязуется передать вещь (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель обязуется

принять этот товар и уплатить за него определенную денежную сумму (цену).



Рис. 1.9. Коммерческие договоры по оказанию услуг

**Договор поставки.** Является разновидностью договора купли-продажи товаров, заключается на длительный срок.

**Договор поставки товаров для федеральных государственных нужд.** Поставка товаров по договору осуществляется для Министерства обороны РФ, МИДа РФ, МЧС, пополнения резервных запасов, для бюджетных организаций. Закупка осуществляется путем обязательного объявления конкурсных торгов, аукциона или запроса котировок.

**Договор контрактации.** Является одной из форм хозяйственных связей между производителями сельскохозяйственной продукции и заготовителями. По договору контрактации производитель обязуется передать готовую продукцию заготовителю (коммерческому посреднику). Предметом договора контрактации является продукция в сыром виде или прошедшая первичную обработку. Чаще всего договор контрактации предшествует договору поставки или купли-продажи.

**Договор мены.** По договору мены каждая из сторон обязуется передать в собственность другой стороне один товар в обмен на другой. Каждая из сторон признается продавцом товара, который она обязуется передать, и покупателем товара, который она обязуется принять в обмен. Неофициальным названием мены как торговой сделки в РФ является бартер.

**Договор аренды.** По договору аренды арендодатель обязуется предоставить арендатору имущество за плату во временное владение

и пользование. Выделяют следующие разновидности договора аренды: договор проката; договор аренды транспортных средств; договор аренды зданий и сооружений; договор аренды предприятия; договор финансовой аренды (лизинг). Договор аренды заключается на определенный срок. Если срок аренды не определен, договор считается заключенным на неопределенный срок.

**Договор розничной купли-продажи.** По этому договору продавец, осуществляющий продажу товаров в розницу, обязуется передать покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного пользования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Договор розничной купли-продажи является публичным договором, то есть продажу товаров продавец должен осуществлять в отношении каждого, кто к нему обратится. Договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека. Отсутствие у покупателя кассового чека не лишает его возможности ссылаться на свидетельские показания в подтверждение факта покупки товара.

*Группа 2. Договоры по оказанию услуг.*

**Договор комиссии.** 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.

**Агентский договор.** По агентскому договору одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершить по поручению другой стороны (принципала) определенные действия. Предметом агентского договора является оказание посреднических услуг. Агент не покупает и не продает товар, но способствует его продаже. Различают виды агентов: агент промышленный, агент бытовой, агент торговый и агент универсальный.

**Договор перевозки.** Перевозка грузов, пассажиров и багажа осуществляется на основании договора перевозки. Обязанность по погрузке (выгрузке) груза может быть возложена как на отправителя (получателя), так и на транспортную организацию. На разных видах транспорта оформляются специфические договоры. К примеру, на морском транспорте составляется коносамент.

**Договор хранения.** По договору хранения одна сторона (хранитель) обязуется хранить вещь, переданную ей другой стороной (поклажедателем), и возвратить эту вещь в сохранности (п. 1 ст. 886 ГК РФ). Предметом договора являются услуги по хранению, которые хра-

нитель оказывает поклажедателю. Объектом самой услуги выступают разнообразные вещи, способные к пространственному перемещению. В оптовой торговле услугами хранения пользуются торговцы без складов, а услугу оказывают склады ответственного хранения.

**Договор страхования.** Страхование – это вид деятельности, при котором граждане и организации (страхователи) заранее страхуют себя и своё имущество от неблагоприятных последствий путем внесения денежных взносов в фонд специализированной организации (страховщика), оказывающей страховые услуги. При наступлении указанных последствий эта организация выплачивает страхователю или иному лицу обусловленную сумму. В предпринимательской деятельности страхуется коммерческий риск.

**Договор транспортной экспедиции.** Является разновидностью транспортных договоров. Экспедиционную деятельность следует рассматривать в качестве вспомогательной по отношению к транспортной деятельности. Она включает в себя следующие виды работ: упаковка и маркировка грузов; погрузка и выгрузка; доставка грузов к месту отправления.

**Договор коммерческой концессии.** В переводе на русский язык *concession* (лат.) означает разрешение или уступку. Этот термин является синонимом термина «франчайзинг». Означает систему договорных отношений крупных предприятий с мелкими торговыми предприятиями, при которых мелким предприятиям за определённую плату передаются технологии организации продаж, ноу-хау и возможность пользоваться товарным знаком на определенной территории. Это позволяет крупным предприятиям значительно расширить географию продаж.

Сделка является ключевым этапом коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг. В результате заключения сделки возникают хозяйственные связи в оптовой и розничной торговле. Коммерческий договор фиксирует соглашения, достигнутые в результате заключения сделки.

### 2.3. Организация электронной торговой сделки

Современная экономика характеризуется масштабной цифровой трансформацией торговой деятельности. Цифровые коммуникации позволяют существенно сократить транзакционные издержки, сократить бумажную составляющую в процессе совершения сделок и т. д.

Более того, стремительное развитие **электронной торговли** привело не только к росту интернет-магазинов в дополнение к существующим традиционным магазинам, но и во многих случаях к полному перемещению торговых компаний из физической среды в виртуальную.

Выход в онлайн-формат требует от компаний четкого понимания сущности электронной торговли, правильного выбора форм ее организации с учетом особенностей целевых сегментов, отраслевой специфики бизнеса, рыночных параметров, особенностей правового регулирования данной сферы.

В настоящее время в научно-исследовательской литературе термин **«электронная торговля»** активно применяется наряду с такими категориями как «интернет-торговля», «электронная коммерция» и «цифровая торговля». В отечественных исследованиях чаще всего используется термин «электронная торговля». При этом в российском законодательстве в настоящее время отсутствует легализованное понятие электронной торговли.

В российском законодательстве торговля регламентируется ФЗ № 381 от 28.12.2009 г. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», определяющим ее как вид предпринимательской деятельности, связанной с покупкой и продажей товаров. Следовательно, руководствуясь имеющимися нормами права, электронная торговля также может быть определена, как один из видов предпринимательской деятельности, связанный с покупкой и продажей товаров с помощью информационно-телекоммуникационных сетей.

В целом, в электронной коммерции можно выделить три категории контрагентов (субъектов): бизнес (частные компании), домашние хозяйства или конечные потребители, государство (рис. 1.10).

Наиболее активные участники электронного бизнеса – бизнес (продавцы) и домохозяйства (покупатели). Государство, как третий равноправный участник, имеет большой потенциал участия в электронных коммуникациях рыночных субъектов. Соответственно, ключевыми сегментами в электронной торговле являются:

- **B2B** – электронная торговля товарами и услугами между частными производителями (через системы электронной торговли);
- **B2C** – розничная электронная торговля, продажа продукта конечным потребителям (Интернет-магазины);
- **C2C** – торговое взаимодействие между потребителями (например, порталы объявлений, Авито);
- **B2G** – государственные закупки товаров и услуг у бизнеса.