# Содержание

торговый правоспособность коммерческий биржевой

Введение

1. Понятие и виды субъектов торговой деятельности

1.1 Понятие субъектов торговой деятельности

1.2 Виды коммерческих организаций и фирм как субъекта торговой деятельности

2. Организационные формы торговой деятельности

2.1 Сущность и содержание биржевой торговли. Виды бирж

2.2 Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах)

Заключение

Список использованных источников

Введение

Переход России на рыночную систему обусловил освоение новых форм хозяйствования. Развитие института частной собственности привело к появлению различных организационно-правовых форм коммерческой деятельности.

Коммерция или коммерческая деятельность осуществляется на определённых фазах движения продукта (товара) от производства до потребления. Содержанием этих фаз является процесс обмена или торговли.

Основной целью коммерции, как и предпринимательства, является извлечение прибыли, только уже не посредством производства товаров или услуг, а посредством обмена (купли-продажи) товаров, услуг и т.д., поскольку коммерция имеет место не только в сфере товарного обращения. В условиях рыночных отношений кроме товаров и услуг продаются и деньги, и новые технологии, и продукты интеллектуального труда, и другие продукты, имеющие реальную стоимость.

Таким образом, содержанием коммерческой деятельности является совокупность процессов и операций, направленных на совершение купли – продажи товаров, услуг, денег, новых технологий, продуктов интеллектуального труда и т.д. с целью получения прибыли.

В связи с этим возрос интерес к теоретическим аспектам деятельности субъектов торговой сферы. Данные вопросы получают особую значимость в условиях современного мирового экономического и финансового кризиса, когда во всем мире происходит борьба коммерческих лиц за свое выживание и когда неизмеримо возрастает роль государства в регулировании экономических отношений.

Целью работы является рассмотреть виды субъектов торговой деятельности.

Объектом исследования являются субъекты торговой деятельности. Предмет исследования – особенности субъектов торговой деятельности в РФ.

Для достижения указанной цели были сформулированы следующие задачи:

- дать понятие субъектов торговой деятельности;

- рассмотреть виды коммерческих организаций и фирм как субъекта торговой деятельности;

- определить сущность и содержание биржевой торговли;

- раскрыть сущность торговли на аукционах, конкурсах.

Цель и задачи работы определили ее структуру. Работа состоит из введения, двух разделов, заключения и списка использованных источников.

# 1. Понятие и виды субъектов торговой деятельности

# 1.1 Понятие субъектов торговой деятельности

Участниками (субъектами) коммерческой деятельности – теми, кто осуществляет куплю-продажу, являются физические и юридические лица [1].

Физическое лицо это гражданин, который обладает правоспособностью и дееспособностью.

Под правоспособностью понимается способность иметь гражданские права и нести обязанности. Такими правами являются право собственности на имущество, право заниматься предпринимательством и другой не запрещенной законом деятельностью, создавать предприятия, совершать любые законные сделки (в том числе и сделки купли-продажи), брать на себя соответствующие обязательства и т.д.

Под дееспособностью понимается способность гражданина своими действиями приобретать права и создавать юридические обязанности, нести ответственность за совершенные правонарушения. По российским законам полной дееспособностью обладают граждане, достигшие совершеннолетия (18 лет).

В нашей стране любой гражданин может иметь любые имущественные права и нести любые обязанности, кроме тех, которые ему запрещены законом. Лишение и ограничение правоспособности и дееспособности осуществляется в судебном порядке.

Граждане (физические лица) отвечают по своим обязательствам всем принадлежащим им имуществом, за исключением того, которое в соответствии с законом не может быть взыскано (например, жилой дом с хозяйственными постройками – у лиц, основным занятием которых является сельское хозяйство, при условии постоянного проживания в этом доме).

Юридическое лицо - это организация (группа людей, деятельность которых координируется для достижения общих целей), которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает этим имуществом по своим обязательствам. Юридическое лицо может от своего имени приобретать имущественные и неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде.

Юридические лица должны иметь самостоятельный баланс и смету.

Прежде всего, юридические лица делятся на коммерческие и некоммерческие организации.

Коммерческими признаются организации, преследующие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и имеющие право распределять эту прибыль по своему усмотрению между участниками.

Коммерческие организации создаются в форме хозяйственных товариществ, хозяйственных обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных предприятий.

Некоммерческие организации не имеют основной целью получение прибыли; их главная задача – достижение уставных целей. При этом они не имеют права распределять полученную прибыль между участниками по своему усмотрению.

Некоммерческие организации создаются в форме потребительских кооперативов, общественных и религиозных организаций и объединений, учреждений и всевозможных фондов.

Некоммерческие организации могут заниматься предпринимательской деятельностью, лишь если она соответствует уставным целям и способствует их достижению.

Коммерческие и некоммерческие организации, совместно либо раздельно, могут образовывать ассоциации и союзы.

1.2 Виды коммерческих организаций и фирм как субъекта торговой деятельности

Коммерческие организации и фирмы по характеру их экономических связей с производителями и потребителями товаров можно разделить на несколько видов [1].

1. Коммерческие организации, входящие в состав производителей товаров и выполняющие закупочные и сбытовые функции в пределах их потребностей.

Обычно они являются структурными подразделениями предприятий. Деятельность таких организаций подчинена руководству создавших их предприятий. В некоторых случаях им предоставляется относительная самостоятельность в учете доходов и расходов, но результаты их деятельности отражаются в общем балансе предприятия. Они не являются самостоятельными юридическими лицами, а также их нельзя рассматривать в качестве посредников.

Отношения закупочно-сбытовых структур с предприятиями не оформляются договорами, а строятся на непосредственно административном подчинении. За результаты их деятельности отвечает своим капиталом создавшее их производственное предприятие. Часто эти структуры называются закупочными или сбытовыми отделами, но в некоторых случаях они носят специальные фирменные названия, обычно с включением элементов названия своего предприятия. Такую практику применяют, например, возрождающиеся текстильные и швейные предприятия России, создавая собственные специализированные магазины.

2. Дочерние коммерческие закупочные и сбытовые фирмы создаются производственным предприятием для удовлетворения своих потребностей, но обладают определенной юридической и финансовой самостоятельностью. Формально они могут считаться независимыми от производственных предприятий, однако на практике чаще всего находятся под их полным административным и финансовым контролем или через обладание предприятиями контрольными пакетами акций, или в силу заключенных между ними договоров.

Преимуществом работы через дочерние коммерческие фирмы является то, что создавшие их предприятия формально не отвечают по обязательствам дочерних фирм, а дочерние общества не отвечают по долгам головного АО [2].

Однако, в тех случаях, когда дочерние фирмы терпят убытки, это отражается и на финансовых результатах работы создавших их материнских предприятий.

Это преимущество схемы "АО и дочерние общества" дает возможность при необходимости быстро вывести любое дочернее общество из схемы путем продажи доли АО в уставном капитале дочернего общества (особенно быстро это можно сделать, если дочернее общество является акционерным, а не 000).

К сожалению, в 90-х гг. создание дочерних предприятий часто использовалось в криминальных целях для необоснованных переводов денежных средств и ухода от налогообложения. Только в 1997 г. правительство России начало принимать меры по ограничению возможности проводить такие операции. В любом легитимном случае дочерняя фирма становится по отношению к создавшему ее предприятию посредником.

3. Дочерние коммерческие фирмы нескольких предприятий. Такие дочерние фирмы создаются двумя или несколькими производственными предприятиями в рамках реализации заключенного между ними соглашения о сбытовой кооперации. Например, несколько производственных предприятий вкладывают свои капиталы в создание одной или нескольких дочерних фирм для сбыта произведенной ими продукции. Обычно в таких случаях материнские и дочерние фирмы заключают кооперационное соглашение, определяющее взаимоотношения сотрудничающих сторон, причем в этих случаях дочерние посреднические фирмы приобретают относительно большую административную и финансовую самостоятельность.

Соглашения о сбытовой кооперации могут давать определенные преимущества в руководстве дочернего предприятия держателю наиболее крупного пакета акций. Он может устанавливать квоты на операции с аналогичными товарами разных производителей или допускать между ними конкуренцию.

Разделение прибылей и убытков может осуществляться пропорционально суммам вложенных капиталов, или же на дочерних предприятиях могут создаваться отделы разных производителей, действующие на принципах внутрифирменного хозяйственного расчета с отчислением части выручки на покрытие общих затрат пропорционально стоимостным объемам реализации или другим показателям. При этом каждый отдел может иметь свои договорные отношения с предприятиями, но в рамках принципов, заложенных в общее соглашение о сбытовой кооперации. В этих случаях сбытовая фирма может выступать как коллективный посредник, а ее отделы — как индивидуальные посредники со своими условиями расчетов, гарантий и вознаграждений.

4. Независимые коммерческие фирмы, работающие по заказам клиентов. Такие фирмы разнообразны по размерам привлеченного капитала, численности персонала, номенклатуре товаров и масштабу территорий, охваченных их коммерческой деятельностью.

Это могут быть маленькие семейные фирмы, вложившие в коммерческий бизнес свои сбережения; более крупные, созданные в форме товариществ или обществ с ограниченной ответственностью путем сложения капиталов нескольких физических и юридических лиц, и, наконец, большие фирмы, представляющие закрытые или открытые акционерные общества. Как правило, эти общества образованны в результате приватизации или инвестирования капиталов банками, страховыми компаниями, фондами, предприятиями и другими организациями [3, 4]. Акционеры, обладающие наиболее крупными пакетами акций, управляют такими компаниями в интересах получения прибыли на вложенный капитал, определяя их общую коммерческую политику.

Мелкие, средние и крупные фирмы юридически и финансово независимы от своих клиентов. Малые фирмы, найдя на рынке нишу для сбыта определенных товаров, сами выбирают поставщиков и потребителей товаров, выступая посредниками между ними. Риск вложений капитала в малые фирмы достаточно велик, поскольку им трудно конкурировать с крупными коммерческими образованиями, занимающими ту же нишу на рынке.

Малые фирмы, как правило, не обладают достаточными резервами капитала для покрытия временных убытков, а их удельные издержки обращения обычно выше, чем у крупных фирм.

Однако мелкие фирмы могут обладать и определенными преимуществами, например меньшей инерционностью вложенного капитала с возможностью быстрой переориентации на другие секторы рынка, большей оперативностью в принятии решений, более строгим контролем за выполнением обязательств партнерами, относительно низкими административными расходами и т.д.

Средние и крупные фирмы обычно специализируются на торговле товарами предприятий одной или нескольких отраслей. Они вкладывают средства в серьезные исследования рынка, рекламные кампании, создание сбытовых сетей и систем технического обслуживания, что часто не могут себе позволить мелкие фирмы.

Средние и крупные фирмы сами определяют обслуживаемый ими круг поставщиков и покупателей, коммерческие операции с которыми способны обеспечить стабильную и достаточно высокую прибыль. Если новые поставщики или потребители обратятся с предложением о сотрудничестве, то такие фирмы, оценив ситуацию на рынке, могут принять наиболее выгодные заказы на сбыт или приобретение товаров.

Независимые коммерческие фирмы выполняют посреднические функции обычно за счет своих клиентов, т. е. поставщики сами финансируют разработку, изготовление и поставку своих товаров, выплачивая посредническим фирмам вознаграждение из полученной выручки. Покупатели также финансируют коммерческие операции, вознаграждая фирмы за выполнение заказов.

Если исследование рынка показывает перспективу роста спроса на определенные виды товаров, коммерческие фирмы ориентируют на этот сегмент рынка своих традиционных поставщиков. Если крупная коммерческая фирма заинтересована в содействии сбыту или приобретению определенных товаров, она может авансировать рекламные кампании, кредитовать расходы по обращению товаров, а также финансировать их разработку и изготовление. Таким образом, чем крупнее коммерческая компания, тем большими она обладает возможностями, с одной стороны, воздействовать на увеличение спроса, а с другой - стимулировать производство наиболее перспективных товаров.

К сожалению, даже крупные коммерческие фирмы, действующие на российском внутреннем рынке, пока работают в основном односторонне, ограничиваясь стимулированием спроса. Только некоторые, наиболее крупные акционерные общества имеют возможность финансировать производителей, привлекая для этой цели кредиты.

5. Торговые дома. Торговые дома – это обычно крупные коммерческие структуры, созданные преимущественно в форме холдинговых компаний, в состав которых могут входить производственные, транспортные, закупочные, сбытовые, сервисные и другие фирмы. Они являются многоцелевыми образованиями, осуществляют не только коммерческо-посредническую деятельность, связанную с торговлей, но и производственную, финансово-кредитную и внешнеэкономическую. Задачами торговых домов являются организация выгодных контрактов с поставщиками на поставку товаров, совершение агентских, комиссионных, консигнационных и других посреднических соглашений с контрагентами на коммерческой основе.

Торговые дома выполняют следующие функции:

* оптовая и мелкооптовая торговля;
* экспортно-импортная торговля;
* представление к реализации продукции производителей, отвечающей запросам потребителей;
* выполнение финансово-кредитных и инвестиционных операций;
* создание совместных предприятий с зарубежными партнерами;
* оказание рекламных и консультационных услуг [5].

Большинство зарубежных торговых домов представляют собой транснациональные корпорации. Во главе холдинга обычно стоит мощная финансовая группа, определяющая коммерческую стратегию торгового дома.

Крупные торговые дома специализируются на широкой номенклатуре преимущественно потребительских товаров. Они контролируют десятки и сотни универмагов в крупнейших городах многих стран. Примерами таких торговых домов могут быть известные всему миру компании Marks and Spencer, С&А, Wool-worth, Sears.

Развитие рыночных отношений в России, укрепление национальных финансово-промышленных групп и развитие в них современного экспортного производства может со временем привести к созданию подобных торговых домов на внутреннем и внешнем рынках.

Структура торговых домов сложна и многообразна. Торговый дом может скупать товары у традиционных поставщиков, входящих в его холдинг. В то же время через своих представителей в разных странах торговый дом может приобретать товары у полностью независимых поставщиков за наличный расчет, в кредит или в зависимости от сложившейся конъюнктуры даже авансировать их производство, в том числе в форме кредитования лизинга зданий и оборудования для выпуска товаров, пользующихся спросом.

Торговые дома, пожалуй, в наибольшей степени используют такую науку, как логистика, с помощью которой они оптимизируют транспортные потоки товаров, выбирают места и объемы демпферных складов закупленной продукции, контролируют движение товаров в своих сбытовых сетях. Приоритетное внимание торговые дома придают предпродажному и послепродажному сервису сбываемой продукции. Ежегодные рекламные расходы крупных торговых домов доходят до сотен миллионов и даже миллиардов долларов при относительно низкой стоимости единицы рекламного материала. Практически все крупные торговые дома имеют в составе холдинга крупные страховые компании, которые через развитую систему перестрахования обеспечивают стабильность финансового положения этих коммерческих структур. Несмотря на владение головной компанией контрольными пакетами акций производителей товаров, перевозчиков, складов, розничных магазинов и других коммерческих структур, все отношения между ними строятся на договорной основе под контролем центральной администрации.

#

# 2. Организационные формы торговой деятельности

##

## 2.1 Сущность и содержание биржевой торговли. Виды бирж

Коммерческая деятельность осуществляется в различных организационных формах. Одними из таких форм являются биржи, аукционы, ярмарки и оптовые рынки [5].

Биржа – это особым образом организованный рынок товаров, ценных бумаг и рабочей силы. В зависимости от того, чем торгуют биржи, они различаются как товарные, валютные, фондовые биржи и биржи труда [6].

Биржи действуют в соответствие с российским законодательством о биржах, ценных бумагах, занятости населения, а также своими уставами, которые не должны противоречить общероссийскому законодательству.

Для товарных бирж характерна купля-продажа массовых товаров, продающихся по стандартам, установленным сортам или по стандартным образцам (зерно, сахар, шерсть, хлопок, кофе, каучук, металлы).

Таким образом, биржевая торговля осуществляется, как правило, по товарам массового спроса и производства, которые могут быть стандартизированы, то есть приведены к качественно единообразной основе, что позволяет вести торги партиями однородных, стандартизированных товаров производственного и непроизводственного потребления, так называемыми биржевыми товарами

Биржи могут учреждаться как юридическими, так и физическими лицами

Биржа – это коммерческая организация, которая создаётся своими учредителями ради получения прибыли.

Действительно, если бы не было биржи, то сделки по купле-продаже товаров все равно бы совершались. Ни продавцы, ни покупатели никуда бы не исчезли. Однако, прибыль от этих сделок оседала бы только у продавцов товара. В результате функционирования биржи прибыль получают еще и учредители биржи (хозяева), которые к данному товару не имеют никакого отношения. (Это кроме того, что они и сами могут являться участниками торгов). Это яркий пример того, как можно заниматься коммерческой деятельностью и получать прибыль "из ничего", то есть не имея реальных товарно-материальных ценностей, а используя только организационные формы купли-продажи товаров.

Таким образом, сущность биржевой торговли состоит в том, чтобы получить прибыль за счет особым образом организованной торговли. Именно этот способ организации и создаёт прибыль для учредителей биржи.

Членами биржи могут быть как российские, так и зарубежные юридические или физические лица, если они, во-первых, имеют право заниматься предпринимательством, во-вторых, отвечают уставным требованиям данной биржи и, в-третьих, способны оплатить своё участие в работе биржи. Эта оплата осуществляется либо участием в уставном капитале биржи либо внесением членских или иных целевых взносов в имущество биржи.

Члены биржи получают на бирже свои "места", которые они оплачивают вступительным взносом и которые могут быть ими проданы при прекращении ими биржевой деятельности.

Классифицируются биржи по следующим основным признакам:

* организационно-правовому статусу;
* месту и роли в мировой торговле;
* виду биржевых товаров;
* масштабу действия;
* характеру деятельности;
* характеру биржевых операций;
* степени участия посетителей в биржевых торгах;
* форме биржевой торговли [6].

В зависимости от организационно-правового статуса биржи подразделяются на государственные, частные, смешанные, акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью и ассоциации.

Государственные, или публично-правовые, биржи функционируют под государственным контролем, их членом может стать любой предприниматель, включенный в национальный торговый реестр и имеющий определенный размер товарооборота. Совершать операции на такой бирже можно также, приобретая разовые билеты.

На частных биржах действуют только члены биржевой корпорации. Высшим управленческим органом здесь является совет директоров.

Смешанные биржи являются биржами полузакрытого типа. Их деятельность всесторонне регламентируется государством. Участники биржевой торговли объединены в корпорацию. Из числа участников биржевой торговли избирается биржевой комитет, который строго подчиняется правительственному органу.

Созданные в виде акционерных обществ биржи могут быть зарегистрированы как акционерные общества или общества с ограниченной ответственностью.

Ассоциации представляют собой добровольное объединение биржи и физических лиц в области биржевой торговли.

По месту и роли в мировой торговле различают международные, национальные (федеральные) и региональные биржи.

По масштабу действия биржи делятся на центральные, межрегиональные и локальные (региональные и местные), которые обслуживают соответствующий круг участников.

В зависимости от характера деятельности различают специализированные и универсальные биржи, организующие торговлю соответственно узким или более широким кругом товаров.

С учетом характера биржевых операций принято выделять биржи реального товара, фьючерсные и смешанные (в том числе электронные).

На биржах реального товара продажа контрактов сопровождается, как правило, последующей поставкой товаров.

На фьючерсных биржах в основном продают контракты о реализации товаров, которые будут произведены в будущем периоде.

На смешанных биржах осуществляются сделки с реальным товаром с немедленной поставкой, сделки на реальный товар с поставкой в будущем. К этой группе бирж относят и электронные биржи, на которых для подбора покупателей и продавцов применяют алгоритм "цена/время".

По степени участия в биржевых торгах биржи подразделяют на открытые и закрытые. В торгах на открытых биржах помимо посредников участвуют и посетители. На закрытых биржах в торгах участвуют только биржевые посредники (брокеры, дилеры и т.д.).

В зависимости от формы биржевой торговли различаются коммерческие и некоммерческие биржи.

##

## 2.2 Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах)

На аукционах (от лат. audio – продажа с публичного торга) представляют к продаже товары, которые обладают индивидуальными свойствами и ценностями. К ним относятся произведения искусства, ювелирные изделия, предметы антиквариата, уникальные коллекции, пушнина и др. Выдвинутые на аукцион товары реализуются гласно, в заранее установленное время и в определенном месте.

Товарные аукционы являются коммерческими организациями, располагающими соответствующими помещениями, оборудованием и квалифицированными специалистами. Управление аукционной торговлей обеспечивается аукционным комитетом, возглавляемым директором с участием представителей исполнительной власти. Директору подчинены надлежащие службы, выполняющие установленные функции. Аукционный комитет утверждает правила и порядок аукционных торгов, а также график их проведения, назначает ведущего торгов – аукциониста. Организация проведения аукциона включает четыре стадии: подготовка аукциона, проведение экспертизы представленных к продаже товаров, аукционный торг, оформление и исполнение аукционной сделки.

Для участия в торге претендент оформляет заявку на выдвижение своего товара к продаже с указанием наименования, характеристики свойств и особенностей. Экспертной оценкой устанавливается стартовая стоимость изделия. Принятому от продавца товару присваиваются лот и номер, по которым он выставляется на аукцион. Все товары включаются в рекламный каталог и аукционную ведомость, затем в установленном порядке выставляются для обозрения.

В процессе продажи товара на аукционе сторонами выступают: владелец ценностей, аукционист в роли продавца и покупатель. При этом аукционист наделен полномочиями объявлять цены во время торгов. Аукционы бывают на повышение или на понижение исходной цены в гласной или негласной форме.

При так называемом гласном аукционе на повышение цены торги начинаются с объявления номера лота и начальной цены аукционистом. В свою очередь покупатели делают добровольные прибавки до окончательной цены покупки, которые прекращаются после третьего удара молотка аукциониста, когда объявляются наибольшая цена и покупатель.

При негласном (немом) аукционе покупатели подают аукционисту принятые условные знаки согласия на поднятие цены. Аукционист каждый раз объявляет новую цену, не называя покупателя. Негласное проведение аукциона позволяет втайне сохранить покупателя.

Выручка между организаторами аукциона и владельцем ценности распределяется в соответствии с предусмотренным аукционным соглашением.

В практике зарубежных аукционов широко используются автоматизированные способы. Изменение цены на ее повышение или понижение в процессе аукциона фиксируется покупателями с помощью кнопочного управления, отражающего цену на циферблате специальных установок. Владельцем лота становится тот, кто первым нажмет на кнопку и зафиксирует стрелкой циферблата установленную цену. Такое новшество заметно сокращает время и трудоемкость проведения торгов.

Торги – это способ закупки товаров, размещения заказов, выдачи подрядов путем привлечения покупателем (заказчиком) предложении (тендеров) нескольких поставщиков (подрядчиков), выбора наиболее выгодного из них и заключения с ним сделки

Торги используются в торговле различными товарами и услугами, при поставках машин и оборудования, оказании технических услуг, сооружении промышленных и других объектов. Организаторами торгов выступают государственные организации и учреждения (министерства, закупочные организации), а также муниципалитеты. Одновременное привлечение к торгам большого числа поставщиков позволяет им рассчитывать на максимальную конкуренцию среди участников торгов и более выгодные условия сделки.

Существует несколько видов торгов открытые, двухэтапные, закрытые, специализированные закрытые, а также закупки из единственного источника. Наиболее распространены торги открытые (публичные), к участию на которых привлекаются все желающие предприятия и организации (информация о них обычно помещается в официальных органах печати), и закрытые (ограниченные или негласные), в которых участвуют специально приглашенные фирмы, известные организаторам торгов в данной отрасли.

Правила, определяющие условия проведения торгов, регламентируются специальными правовыми актами и документами. Обычно в проведении торгов выделяют следующие этапы подготовка торгов – разработка тендерной документации, включающей технические и коммерческие условия торгов, и ознакомление с ней их участников, предложение участникам торгов заполнить и подписать форму тендера и представление её организаторам торгов в обусловленный срок, выбор поставщика путем конкурсного отбора представленных предложении по коммерческим условиям, заключение сделки с фирмой, выигравшей торги.

#

# Заключение

На основании вышесказанного сделаем необходимые выводы.

Субъектами коммерческой деятельности – теми, кто осуществляет куплю-продажу, являются физические и юридические лица.

Физическое лицо это гражданин, который обладает правоспособностью и дееспособностью.

Юридическое лицо - это организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает этим имуществом по своим обязательствам.

Юридические лица делятся на коммерческие и некоммерческие организации.

Коммерческими признаются организации, преследующие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и имеющие право распределять эту прибыль по своему усмотрению между участниками. Коммерческие организации создаются в форме хозяйственных товариществ, хозяйственных обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных предприятий.

Некоммерческие организации не имеют основной целью получение прибыли; их главная задача – достижение уставных целей. При этом они не имеют права распределять полученную прибыль между участниками по своему усмотрению. Некоммерческие организации создаются в форме потребительских кооперативов, общественных и религиозных организаций и объединений, учреждений и всевозможных фондов.

Коммерческие и некоммерческие организации, совместно либо раздельно, могут образовывать ассоциации и союзы.

Коммерческие организации и фирмы по характеру их экономических связей с производителями и потребителями товаров можно разделить на несколько видов: коммерческие организации, входящие в состав производителей товаров и выполняющие закупочные и сбытовые функции в пределах их потребностей; дочерние коммерческие закупочные и сбытовые фирмы, которые создаются производственным предприятием для удовлетворения своих потребностей, но обладают определенной юридической и финансовой самостоятельностью; дочерние коммерческие фирмы нескольких предприятий; независимые коммерческие фирмы, работающие по заказам клиентов; торговые дома.

Коммерческая деятельность осуществляется также в различных организационных формах. Одними из таких форм являются биржи, аукционы, ярмарки и оптовые рынки.

# Список использованных источников

1. Белых В.С. Предпринимательское право России / В.С. Белых, Г.Э. Берсункаев, С.И. Виниченко. – М.: Проспект, 2009. – 656 с.
2. Гражданский кодекс РФ. Часть первая: федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (в ред. от 01.12.2007 г. № 318-ФЗ) [Электронный ресурс] / СПС "Гарант".
3. Лаптев В.В. Субъекты предпринимательского права: Учебное пособие. – М.: Юристъ. 2003. – 236 с.
4. "Об иностранных инвестициях в РФ: от 09.07.1999 № 160-ФЗ [Электронный ресурс] / СПС "Гарант".
5. Об инвестиционных фондах: федеральный закон от 29.11.2001 № 156-ФЗ [Электронный ресурс] / СПС "Гарант".
6. О товарных биржах и биржевой торговле: закон РФ от 20.02.1992 № 2383-1 [Электронный ресурс] / СПС "Гарант".