

Проект
Внесен Советом Министров
Республики Беларусь

ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь»

Принят Палатой представителей
Одобен Советом Республики

Статья 1. Внести в Закон Республики Беларусь от 8 января 2014 года «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 21.01.2014, 2/2126; 16.07.2016, 2/2395) изменения и дополнения, изложив его в новой редакции:

«ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

О ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Основные термины, используемые для целей настоящего Закона, и их определения

1. Для целей настоящего Закона используются следующие основные термины и их определения:

1.1. администрация рынка – юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, организующие работу рынка;

1.2. администрация торгового центра – юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, организующие работу торгового центра;

1.3. ассортимент продукции общественного питания – совокупность продукции общественного питания в определенном соотношении по видам и способам кулинарной обработки и иным признакам;

1.4. ассортимент товаров – совокупность товаров в определенном соотношении по видам и разновидностям, объединенным по определенному признаку (назначению, модели, размеру, цвету, способу производства и иному признаку);

1.5. ассортиментный перечень товаров – совокупность (список) товаров, находящихся в продаже в торговом объекте постоянно или в течение определенного периода;

1.6. группа товаров – совокупность товаров, имеющих аналогичное функциональное назначение и обладающих сходным составом потребительских свойств и показателей;

1.7. кейтеринг – способ осуществления общественного питания без (вне) объектов общественного питания, при котором субъектом общественного питания осуществляется организация потребления и продажа продукции общественного питания и товаров или продажа продукции общественного питания и товаров без организации потребления продукции общественного питания по заказам покупателей в указанных ими местах;

1.8. крупный магазин – магазин с торговой площадью три тысячи и более квадратных метров;

1.9. магазин – стационарный торговый объект, имеющий торговый зал (торговые залы);

1.10. магазин шаговой доступности – магазин, в котором реализуются товары регулярного или частого спроса (товары повседневного спроса), расположенный в районе жилой застройки, с торговой площадью триста и менее квадратных метров;

1.11. нестационарный объект общественного питания – объект общественного питания, представляющий собой временную конструкцию, не являющуюся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, вне зависимости от присоединения или неприсоединения к инженерным коммуникациям, а также объекты общественного питания, расположенные в поездах, на судах внутреннего водного транспорта, морских и воздушных судах, мини-бары гостиниц, воздушных судов;

1.12. нестационарный торговый объект – торговый объект, представляющий собой временную конструкцию, не являющуюся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, вне зависимости от присоединения или неприсоединения к инженерным коммуникациям;

1.13. общественное питание – предпринимательская деятельность, направленная на производство продукции общественного питания, продажу и (или) организацию потребления продукции общественного питания и товаров, с оказанием либо без оказания услуг, связанных с осуществлением общественного питания;

1.14. объект общественного питания – капитальное строение (здание, сооружение) или его часть (части) либо временная конструкция, не являющиеся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, оснащенные специальным оборудованием, предназначенным для осуществления общественного питания;

1.15. оптовая торговля – вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для использования в предпринимательской деятельности или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием;

1.16. павильон – нестационарный торговый объект, представляющий конструкцию закрытого типа, имеющий торговый зал, может быть расположен в том числе в капитальном строении (здании, сооружении);

1.17. покупатель – юридическое лицо или физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, имеющие намерение приобрести или приобретающие товары у субъекта торговли, субъекта общественного питания, поставщика товаров;

1.18. поставщик товаров – юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, осуществляющие или намеревающиеся осуществлять поставки производимых или закупаемых товаров, предназначенных для их использования в предпринимательской деятельности;

1.19. продовольственные товары – продукты животного, растительного, микробиологического, минерального, искусственного или биотехнологического происхождения в натуральном, переработанном (обработанном) виде, которые предназначены для употребления человеком в пищу, в том числе специализированные пищевые продукты, питьевая вода, расфасованная в емкости, питьевая минеральная вода, безалкогольные напитки, биологически активные добавки к пище, алкогольная продукция, табачные изделия;

1.20. продукция общественного питания – кулинарная продукция, хлебобулочные, кондитерские изделия и напитки, производимые при осуществлении общественного питания;

1.21. развозная торговля – форма розничной торговли, при которой продажа товаров осуществляется с использованием передвижных средств развозной торговли, представляющих собой специально оборудованные для торговли транспортные средства и иные средства передвижения (в том числе автомагазины);

1.22. разносная торговля – форма розничной торговли, при которой продажа товаров осуществляется с использованием передвижных средств разносной торговли, представляющих собой специальные приспособления для торговли (палатки, тележки, лотки, корзины и иные приспособления), либо без них;

1.23. розничная торговля – вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров субъектом торговли для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, а также продажей товаров собственного производства их производителями для этих целей;

1.24. рынок – имущественный комплекс, оборудованный и предназначенный для продажи сельскохозяйственной продукции, дикорастущих плодов, ягод, продукции рыбоводства, животных и иных товаров, выполнения работ, оказания услуг юридическими лицами и физическими лицами, в том числе индивидуальными предпринимателями;

1.25. сеть общественного питания – совокупность двух и более стационарных объектов общественного питания, которые принадлежат на законном основании одному субъекту общественного питания либо нескольким субъектам общественного питания, входящим в одну группу лиц, или совокупность двух и более объектов общественного питания, в которых осуществляется деятельность с использованием одного средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг, в том числе на условиях договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга);

1.26. специализированный рынок – рынок, на котором восемьдесят и более процентов торговых мест предназначено для осуществления продажи одной группы товаров;

1.27. стабилизационные фонды товаров – запасы отдельных товаров, создаваемые по решению Совета Министров Республики Беларусь;

1.28. стационарный объект общественного питания – объект общественного питания, представляющий собой капитальное строение (здание, сооружение), присоединенное к инженерным коммуникациям, или его часть (части);

1.29. стационарный торговый объект – торговый объект, представляющий собой капитальное строение (здание, сооружение), присоединенное к инженерным коммуникациям, или его часть (части);

1.30. субъект общественного питания – юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, осуществляющие общественное питание;

1.31. субъект торговли – юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, осуществляющие торговлю;

1.32. товары – предназначенные для продажи имущество (предметы личного, семейного, домашнего потребления, продукция производственно-технического назначения и иное имущество), информационная продукция на нематериальных носителях

1.33. торговая площадь – площадь торгового зала (торговых залов) магазина, павильона;

1.34. торговая сеть – совокупность двух и более стационарных торговых объектов, которые принадлежат на законном основании одному субъекту торговли либо нескольким субъектам торговли, входящим в одну группу лиц, или совокупность двух и более торговых объектов, в которых осуществляется деятельность с использованием одного средства индивидуализации участников гражданского оборота товаров, работ или услуг, в том числе на условиях договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга);

1.35. торговля – предпринимательская деятельность, направленная на приобретение и продажу товаров с оказанием или без оказания услуг, связанных с продажей товаров;

1.36. торговое место на рынке – оборудованное место на рынке, предоставленное администрацией рынка для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг);

1.37. торговый зал – часть магазина, павильона предназначенная для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания и прохода покупателей, проведения денежных расчетов с ними;

1.38. торговый объект – капитальное строение (здание, сооружение) или его часть (части) либо временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, как правило, оснащенные торговым и иным оборудованием, предназначенным для продажи товаров;

1.39. торговый центр – совокупность расположенных в капитальном строении (здании, сооружении) и управляемых как единое целое торговых объектов, объектов общественного питания, объектов по оказанию услуг и иных объектов;

1.40. универсальный рынок – рынок, на котором менее восьмидесяти процентов торговых мест на рынке предназначено для продажи одной группы товаров;

1.41. услуги по продвижению товаров – услуги, оказываемые поставщикам товаров, направленные на повышение спроса покупателей на товары, в том числе путем рекламирования товаров, исследования покупательского спроса, проведения маркетинговых исследований и (или) подготовки информации о таких исследованиях, подготовка иной отчетности, содержащей информацию о таких товарах, иные подобные услуги;

1.42. фирменный магазин – магазин, созданный юридическим лицом, индивидуальным предпринимателем, являющимися производителями товаров, либо субъектом торговли, получившим право продажи товаров конкретного производителя (производителей) с использованием товарного знака (товарных знаков) либо фирменного наименования этого производителя (фирменных наименований этих производителей), в том числе на условиях договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга);

1.43. форма торговли – способ организации торгово-технологического процесса, приемов и способов, с помощью которых осуществляется продажа товаров без (вне) торговых объектов;

1.44. ярмарка – мероприятие, организованное в определенном месте и в определенное время с предоставлением мест для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг).

2. Термин «группа лиц» используется в настоящем Законе в значении Закона Республики Беларусь от 12 декабря 2013 года «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 19.12.2013, 2/2092; 02.02.2018, 2/2536).

Статья 2. Сфера применения настоящего Закона

1. Настоящий Закон регулирует отношения в области торговли и общественного питания, иные отношения, непосредственно связанные с такой деятельностью, в том числе возникающие между:

1.1. государственными органами и юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями в связи с организацией и осуществлением торговли и общественного питания;

1.2. субъектами торговли, субъектами общественного питания и юридическими лицами либо физическими лицами, в том числе индивидуальными предпринимателями, при осуществлении торговли и общественного питания.

2. Действие настоящего Закона не распространяется на отношения, связанные с:

2.1. осуществлением продажи товаров физическими лицами, не являющимися индивидуальными предпринимателями, в том числе лицами, осуществляющими ремесленную деятельность, за исключением случаев, предусмотренных подпунктом 2.3 пункта 2 статьи 14, пунктом 3 статьи 15 настоящего Закона;

2.2. продажей лекарственных средств;

2.3. осуществлением внешнеторговой деятельности;

2.4. куплей-продажей ценных бумаг, валютных ценностей, объектов недвижимости, электрической и тепловой энергии;

2.5. государственными закупками товаров (работ, услуг);

2.6. передачей имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности;

2.7. заключением и исполнением договоров контрактации.

3. Отношения, возникающие при осуществлении торговли ограниченно оборотоспособными товарами, порядок и условия их продажи регулируются законодательными актами Республики Беларусь.

4. Отношения, возникающие при осуществлении биржевой торговли, регулируются настоящим Законом в части, не урегулированной Законом Республики Беларусь от 5 января 2009 года «О товарных биржах» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 31, 2/1562).

5. Установленные главой 4 настоящего Закона антимонопольные требования, запреты на действия (бездействие) субъектов торговли, субъектов общественного питания распространяются также на действия (бездействие) лиц, входящих с ними в одну группу лиц.

Статья 3. Правовое регулирование отношений в области торговли и общественного питания

1. Отношения в области торговли и общественного питания регулируются настоящим Законом, иными актами законодательства Республики Беларусь, международными договорами Республики Беларусь, а также международно-правовыми актами, составляющими право Евразийского экономического союза.

2. Если международным договором Республики Беларусь установлены иные правила, чем те, которые содержатся в настоящем Законе, то применяются правила международного договора.

Статья 4. Основные принципы и меры государственного регулирования торговли и общественного питания

1. Основными принципами государственного регулирования торговли и общественного питания являются:

1.1. соблюдение равенства прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении торговли и общественного питания;

1.2. недопустимость неправомерного вмешательства государственных органов в деятельность субъектов торговли, субъектов общественного питания и поставщиков товаров;

1.3. приоритет экономических мер государственного регулирования торговли и общественного питания;

1.4. обеспечение реализации права субъектов торговли, субъектов общественного питания на свободное обращение товаров;

1.5. обеспечение реализации права на свободу выбора контрагента и товаров;

1.6. ограничение, пресечение и предупреждение монополистической деятельности, создание равных условий для развития конкуренции;

1.7. защита государством прав и законных интересов субъектов торговли, субъектов общественного питания, поставщиков товаров и покупателей.

2. Государственное регулирование торговли и общественного питания осуществляется посредством следующих мер:

2.1. определение и реализация государственной политики;

2.2. лицензирование в случаях и порядке, предусмотренных законодательными актами Республики Беларусь;

2.3. государственная регистрация и подтверждение соответствия товаров техническим требованиям в соответствии с законодательством об оценке соответствия техническим требованиям и аккредитации органов по оценке соответствия, международными договорами Республики Беларусь, техническими регламентами Таможенного союза, техническими регламентами Евразийского экономического союза, а также иными международно-правовыми актами, составляющими право Евразийского экономического союза;

2.4. установление требований к организации и осуществлению торговли и общественного питания;

2.5. введение ограничений и (или) запретов на осуществление торговли и общественного питания, в том числе отдельными товарами;

2.6. установление требований к заключению и исполнению договоров, предусматривающих поставки товаров, между субъектом торговли, субъектом общественного питания и поставщиком товаров;

2.7. антимонопольное регулирование и защита конкуренции в области торговли и общественного питания;

2.8. содействие развитию торговли и общественного питания;

2.9. информационное обеспечение субъектов торговли, субъектов общественного питания, поставщиков товаров и покупателей;

2.10. осуществление контроля в области торговли и общественного питания;

2.11. иные меры, предусмотренные законодательством Республики Беларусь.

Статья 5. Полномочия Президента Республики Беларусь в области торговли и общественного питания

1. Президент Республики Беларусь определяет единую государственную политику в области торговли и общественного питания и осуществляет иные полномочия в соответствии с Конституцией Республики Беларусь, настоящим Законом и иными законодательными актами Республики Беларусь.

2. Президентом Республики Беларусь могут устанавливаться иные принципы и меры государственного регулирования торговли и общественного питания, чем те, которые установлены статьей 4 настоящего Закона.

Статья 6. Полномочия Совета Министров Республики Беларусь в области торговли и общественного питания

1. Совет Министров Республики Беларусь в области торговли и общественного питания:

1.1. обеспечивает проведение единой государственной политики;

1.2. устанавливает требования к осуществлению торговли и общественного питания, в том числе путем утверждения правил продажи товаров, осуществления общественного питания, разрабатываемых Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь;

1.3. вводит ограничения и (или) запреты на осуществление торговли и общественного питания в случае необходимости обеспечения безопасности покупателей и защиты их интересов;

1.4. определяет порядок создания и ведения государственного информационного ресурса «Торговый реестр Республики Беларусь» (далее – Торговый реестр), а также порядок представления заинтересованным лицам информации из этого реестра;

1.5. определяет методику расчета доли субъектов торговли в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров в границах города Минска, городов областного подчинения, районов;

1.6. определяет порядок формирования и использования стабилизационных фондов товаров.

2. Совет Министров Республики Беларусь осуществляет иные полномочия в соответствии с Конституцией Республики Беларусь, настоящим Законом, иными законами Республики Беларусь и актами Президента Республики Беларусь.

Статья 7. Полномочия Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь в области торговли и общественного питания

1. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь в области торговли и общественного питания:

1.1. реализует государственную политику, в том числе путем принятия нормативных правовых актов в пределах своей компетенции;

1.2. проводит анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития торговли и общественного питания, состояния потребительского рынка, в том числе на основании официальной статистической информации, данных таможенной статистики внешней торговли товарами Республики Беларусь с государствами, не являющимися членами Евразийского экономического союза, и статистики взаимной торговли товарами Республики Беларусь с государствами – членами Евразийского экономического союза, проводит оценку эффективности применения мер по поддержке торговли и общественного питания, готовит на основании анализа и оценки эффективности прогноз развития торговли и общественного питания;

1.3. координирует деятельность иных республиканских органов государственного управления, государственных организаций, подчиненных Правительству Республики Беларусь;

1.4. разрабатывает меры, направленные на создание условий для развития конкуренции;

1.5. осуществляет совместно с государственными органами мероприятия по насыщению потребительского рынка товарами (в том числе импортозамещающими, на основании перечней товаров, предлагаемых Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь для освоения их производства), повышению их качества и конкурентоспособности, свободному перемещению товаров между административно-территориальными единицами Республики Беларусь;

1.6. осуществляет контроль за соблюдением законодательства Республики Беларусь в области торговли и общественного питания в порядке, установленном законодательными актами Республики Беларусь;

1.7. применяет к субъектам торговли, субъектам общественного питания, виновным в нарушении законодательства Республики Беларусь в области торговли и общественного питания, меры ответственности, установленные законодательными актами Республики Беларусь;

1.8. выносит субъектам торговли, субъектам общественного питания, должностным лицам субъектов торговли, субъектов общественного питания, юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям,

организуящим работу торгового центра и (или) рынка, требование (предписание) об устранении установленных в ходе проведения проверки нарушений законодательства Республики Беларусь в области торговли и общественного питания в установленном порядке;

1.9. в случае выявления нарушений законодательства Республики Беларусь, создающих угрозу национальной безопасности, причинения вреда жизни и здоровью населения, окружающей среде, выносит требование (предписание) о приостановлении (запрете) производства и (или) реализации товаров до устранения нарушений, послуживших основанием вынесения такого требования (предписания);

1.10. разрабатывает и утверждает:

классификацию торговых объектов по видам и типам, а также классификацию форм торговли;

классификацию способов осуществления общественного питания;

на основании предложений областных и Минского городского исполнительных комитетов перечень товаров с указанием количества их разновидностей, подлежащих включению субъектами торговли в ассортиментный перечень товаров (далее – перечень товаров, подлежащих включению в ассортиментный перечень товаров);

порядок включения товаров в перечень товаров, подлежащих включению в ассортиментный перечень товаров, и исключения товаров из него;

порядок оформления предварительных заказов на обслуживание покупателей в объектах общественного питания;

порядок подтверждения наличия у субъекта торговли, субъекта общественного питания документов, подтверждающих безопасность товаров при их продаже (совместно с Государственным комитетом по стандартизации Республики Беларусь, Министерством здравоохранения Республики Беларусь, Министерством сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь);

1.11. утверждает нормы товарных потерь;

1.12. разъясняет вопросы применения настоящего Закона.

2. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь вправе для осуществления своих полномочий получать от Государственного таможенного комитета Республики Беларусь данные таможенной статистики внешней торговли товарами Республики Беларусь с государствами, не являющимися членами Евразийского экономического союза, и статистики взаимной торговли товарами Республики Беларусь с государствами – членами Евразийского экономического союза, которые в том числе сведения о лицах, содержащиеся в таможенных документах и статистических декларациях

(периодических статистических декларациях), и описание товара, содержащееся в таможенных декларациях.

3. Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь осуществляет иные полномочия в соответствии с настоящим Законом и иными актами законодательства Республики Беларусь.

Статья 8. Полномочия местных исполнительных и распорядительных органов в области торговли и общественного питания

1. Областные, городские (включая Минский городской), районные исполнительные комитеты на территории соответствующей административно-территориальной единицы в области торговли и общественного питания:

1.1. проводят анализ состояния потребительского рынка, финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития торговли и общественного питания, оценку эффективности применения мер по их поддержке, готовят на основании анализа и оценки эффективности прогноз развития торговли и общественного питания;

1.2. реализуют мероприятия по насыщению потребительского рынка товарами, проведению закупочных и товарных интервенций;

1.3. обеспечивают формирование и использование стабилизационных фондов товаров в порядке, определенном Советом Министров Республики Беларусь.

2. Городские, районные исполнительные комитеты, местные администрации районов в городе Минске согласовывают режим работы расположенных на ответственной территории розничных торговых объектов, объектов общественного питания, торговых центров, рынков после 23.00 и до 7.00.

3. Областные, городские (включая Минский городской), районные исполнительные комитеты, местные администрации осуществляют контроль за соблюдением законодательства в области торговли, общественного питания, иные полномочия в соответствии с настоящим Законом и иными актами законодательства Республики Беларусь.

Статья 9. Участие общественных объединений и иных некоммерческих организаций в формировании и реализации государственной политики в области торговли и общественного питания

1. В целях согласования общественно значимых интересов субъектов торговли, субъектов общественного питания, поставщиков товаров, покупателей к участию в формировании и реализации государственной политики в области торговли и общественного питания могут привлекаться на добровольной основе общественные объединения и иные некоммерческие организации, в том числе объединяющие субъектов торговли, субъектов общественного питания, поставщиков товаров, потребителей и специалистов в области торговли и общественного питания.

2. Участие общественных объединений и иных некоммерческих организаций в формировании и реализации государственной политики в области торговли и общественного питания может осуществляться в следующих формах:

2.1. участие в разработке проектов нормативных правовых актов в области торговли и общественного питания, региональных комплексов мероприятий;

2.2. участие в анализе финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития торговли и общественного питания, в оценке эффективности применения мер по их поддержке, в подготовке прогноза развития торговли и общественного питания;

2.3. распространение передового опыта в области торговли и общественного питания, в том числе международного;

2.4. представление государственным органам необходимой информации для формирования и реализации государственной политики в области торговли и общественного питания;

2.5. подготовка для государственных органов предложений о совершенствовании торговли и общественного питания;

2.6. иные формы такого участия, предусмотренные законодательством Республики Беларусь.

ГЛАВА 2

ПРАВА СУБЪЕКТОВ ТОРГОВЛИ, СУБЪЕКТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ. ТРЕБОВАНИЯ К ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ ТОРГОВЛИ, ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ, ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ И РЫНКОВ, ЗАКЛЮЧЕНИЮ И ИСПОЛНЕНИЮ ДОГОВОРОВ, ПРЕДУСМАТРИВАЮЩИХ ПОСТАВКИ ПОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

Статья 10. Права субъектов торговли при организации и осуществлении торговли, требования к осуществлению торговли

1. При организации и осуществлении торговли субъекты торговли самостоятельно устанавливают:

1.1. вид торговли – розничная торговля, оптовая торговля;

1.2. форму торговли – на ярмарках, аукционах, на торговых местах на рынках, развозная торговля, разносная торговля, продажа товаров с использованием торговых автоматов, дистанционный способ продажи товаров, иные формы торговли в соответствии с классификацией, утверждаемой Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь;

1.3. способ торговли – с использованием торговых объектов и (или) без (вне) торговых объектов;

1.4. виды и типы торговых объектов в соответствии с классификацией, утверждаемой Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь;

1.5. порядок и условия осуществления торговли, в том числе:

ассортимент товаров;

режим работы принадлежащих им торговых объектов, режим работы без (вне) торговых объектов и обеспечивают его соблюдение. Исключение составляет режим работы розничных торговых объектов после 23.00 и до 7.00, который подлежит согласованию с городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией в городе Минске по месту нахождения таких объектов;

перечень оказываемых услуг, связанных с продажей товаров;

приемы и способы, с помощью которых осуществляется продажа товаров;

количество, типы, модели торгового оборудования, инвентаря, используемые при осуществлении торговли;

способы доведения до покупателей информации о товарах и об оказываемых услугах, связанных с продажей товаров;

1.6. цены (тарифы) на товары, оказываемые услуги, связанные с продажей товаров, если иное не установлено законодательством Республики Беларусь;

1.7. порядок размещения рекламы в торговом объекте;

1.8. условия заключения договоров купли-продажи товаров, договоров возмездного оказания услуг, если иное не установлено законодательными актами Республики Беларусь;

1.9. иные условия организации и осуществления торговли.

2. Юридические лица, индивидуальные предприниматели, являющиеся производителями товаров, субъекты торговли, получившие право продажи товаров конкретного производителя (производителей) с использованием товарного знака (товарных знаков) либо фирменного наименования этого производителя (фирменных наименований этих

производителей), в том числе на условиях договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), вправе создавать фирменные магазины.

3. Требования к осуществлению розничной торговли устанавливаются правилами продажи отдельных видов товаров, правилами продажи товаров при осуществлении торговли в определенной форме, утверждаемыми Советом Министров Республики Беларусь.

4. Субъект торговли в пятидневный срок со дня начала осуществления торговли в торговом объекте, без (вне) торгового объекта направляет в соответствии со статьей 20 настоящего Закона уведомление для включения сведений об этом торговом объекте, осуществлении торговли без (вне) торгового объекта в Торговый реестр.

Статья 11. Права субъектов общественного питания при организации и осуществлении общественного питания, требования к осуществлению общественного питания

1. При организации и осуществлении общественного питания субъекты общественного питания самостоятельно устанавливают:

1.1. порядок и условия осуществления общественного питания, в том числе:

ассортимент продукции общественного питания;

ассортимент товаров;

способ осуществления общественного питания – в объекте общественного питания, без (вне) объекта общественного питания (кейтеринг);

меню;

режим работы принадлежащих им объектов общественного питания и обеспечивают его соблюдение. Исключение составляет режим работы таких объектов после 23.00 и до 7.00, который подлежит согласованию с городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией в городе Минске по месту нахождения таких объектов;

перечень оказываемых услуг, связанных с осуществлением общественного питания, в том числе с использованием глобальной компьютерной сети Интернет (далее – сеть Интернет);

количество, типы, модели оборудования, инвентаря, используемых при осуществлении общественного питания;

способы доведения до покупателей информации о предлагаемых для продажи продукции общественного питания и товарах, об оказываемых услугах, связанных с осуществлением общественного питания;

1.2. цены (тарифы) на продукцию общественного питания и товары, оказываемые услуги, связанные с осуществлением общественного

питания, если иное не установлено законодательством Республики Беларусь;

1.3. порядок размещения рекламы в объекте общественного питания;

1.4. иные условия организации и осуществления общественного питания.

2. Требования к осуществлению общественного питания устанавливаются правилами осуществления общественного питания, утверждаемыми Советом Министров Республики Беларусь.

3. Субъект общественного питания в пятидневный срок со дня начала осуществления общественного питания в объекте общественного питания, без (вне) объекта общественного питания направляет в соответствии с пунктом 5 статьи 20 настоящего Закона уведомление для включения сведений об этом объекте общественного питания, осуществлении общественного питания без (вне) объекта общественного питания в Торговый реестр.

Статья 12. Особенности размещения передвижных средств развозной торговли, разносной торговли, мест осуществления разносной торговли без специальных приспособлений для торговли, нестационарных объектов общественного питания

1. Размещение передвижных средств развозной торговли, разносной торговли, мест осуществления разносной торговли без специальных приспособлений для торговли, нестационарных объектов общественного питания (далее для целей настоящей статьи – передвижные средства (места) торговли) на землях общего пользования населенных пунктов, осуществляется в соответствии с перечнями мест размещения передвижных средств (мест) торговли (далее – перечень мест).

Перечни мест с указанием их места нахождения, периода осуществления на этих местах торговли, формы торговли определяются городскими (включая Минский городской), районными исполнительными комитетами.

Перечни мест и вносимые в них изменения и (или) дополнения подлежат размещению на официальных сайтах городскими (включая Минский городской), районными исполнительными комитетами, утвердившими эти перечни, в сети Интернет.

2. Порядок размещения в капитальном строении (здании, сооружении), в транспортных средствах, на земельном участке, предоставленном в собственность, пожизненное наследуемое владение, постоянное или временное пользование, аренду, передвижных средств (мест) торговли устанавливается их владельцами, землепользователями с

учетом требований, определенных законодательством Республики Беларусь.

3. Предоставление субъектам торговли, субъектам общественного питания мест для размещения передвижных средств (мест) торговли, включенных в перечни мест, осуществляется в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь.

4. Действия положений настоящей статьи не распространяются на отношения, связанные с обслуживанием населения при проведении массовых мероприятий, проводимых по решению государственных органов, в том числе ярмарок, согласованных с этими органами в установленном порядке.

Статья 13. Требования к созданию торговых центров и организации их работы

1. Администрация торгового центра:

1.1. определяет специализацию торгового центра;

1.2. самостоятельно устанавливает режим работы торгового центра, и обеспечивает его соблюдение. Исключение составляет режим работы торгового центра после 23.00 и до 7.00, который подлежит согласованию с городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией в городе Минске по месту нахождения торгового центра;

1.3. разрабатывает схему размещения в торговом центре торговых объектов, объектов общественного питания, иных объектов с указанием на экспликации видов торговых объектов и размера их торговой площади (при наличии), количества мест в объектах общественного питания, иной информации по усмотрению администрации торгового центра и размещает ее на доступном для покупателей месте;

1.4. доводит до сведения покупателей свое наименование (фирменное наименование), место нахождения, если администрацией торгового центра является юридическое лицо, фамилию, собственное имя, отчество (если таковое имеется) и место жительства, если администрацией торгового центра является индивидуальный предприниматель, а также режим работы торгового центра;

1.5. при наличии соответствующих полномочий заключает с юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями договоры аренды или иные договоры, содержащие элементы договора аренды (смешанный договор), либо договоры безвозмездного пользования помещениями или их частями;

1.6. принимает меры по соблюдению продавцами законодательства Республики Беларусь о защите прав потребителей, а также требований пожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических требований,

требований в области охраны окружающей среды, требований в области ветеринарии и иных требований законодательства Республики Беларусь.

2. Администрация торгового центра в пятидневный срок со дня начала работы торгового центра направляет в соответствии со статьей 20 настоящего Закона уведомление для включения сведений об этом торговом центре в Торговый реестр.

Статья 14. Требования к созданию рынков и организации их работы

1. Рынки в зависимости от ассортимента реализуемых на них товаров подразделяются на два типа: универсальные и специализированные. По специализации рынки подразделяются на сельскохозяйственные, автомобильные, строительные, зооботанические, книжные и иные.

2. Администрация рынка:

2.1. определяет тип и специализацию рынка;

2.2. самостоятельно устанавливает режим работы рынка и обеспечивает его соблюдение. Исключение составляет режим работы торгового центра после 23.00 и до 7.00, который подлежит согласованию с городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией в городе Минске по месту нахождения рынка;

2.3. предоставляет торговые места на рынке юридическим лицам и физическим лицам, в том числе индивидуальным предпринимателям, для продажи произведенных (изготовленных), переработанных или приобретенных товаров (выполнения работ, оказания услуг) (далее для целей настоящей статьи – продавец);

2.4. принимает меры по соблюдению продавцами законодательства Республики Беларусь о защите прав потребителей, а также требований пожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических требований, требований в области охраны окружающей среды, требований в области ветеринарии и иных требований законодательства Республики Беларусь.

3. Торговые места на рынке, торговые объекты, объекты общественного питания, иные объекты размещаются на территории рынка на основании схемы рынка, разрабатываемой и утверждаемой администрацией рынка по согласованию с городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией района в городе Минске по месту расположения рынка.

Схемы зооботанических рынков, а также рынков, на которых осуществляется продажа продовольственных товаров, в том числе сельскохозяйственной продукции, согласовываются также с государственной ветеринарной службой по месту расположения рынков.

На схеме рынка указывается размещение торговых мест на рынке, торговых объектов, объектов общественного питания, иных объектов с указанием на экспликации размеров торговых мест на рынке, видов торговых объектов и размера их торговой площади, количества мест в объектах общественного питания, иная информация по усмотрению администрации рынка.

4. При разработке схемы рынка администрация рынка предусматривает размещение торговых мест на рынке для продажи сельскохозяйственной продукции и продукции рыбоводства, не прошедших промышленной переработки производителями этой продукции, в том числе физическими лицами, производящими (выращивающими) данную продукцию на земельных участках, предоставленных им в соответствии с законодательством Республики Беларусь, а также изготавливающими хлебобулочные и кондитерские изделия, готовую кулинарную продукцию:

на универсальном рынке – в количестве, определенном городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией района в городе Минске, на территории которого находится рынок;

на сельскохозяйственном рынке – в количестве, определенном городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией района в городе Минске, на территории которого находится рынок, но не менее пятидесяти процентов.

При разработке и утверждении схемы сельскохозяйственного рынка администрация рынка также предусматривает предоставление торговых мест на рынке для продажи сельскохозяйственной продукции и продукции рыбоводства, не прошедших промышленной переработки, с автотранспортных средств.

5. Торговые места на рынке, места для размещения торговых объектов, объектов общественного питания, иных объектов предоставляются продавцам на основании договоров аренды или иных договоров, содержащих элементы договора аренды (смешанный договор), либо на основании договоров безвозмездного пользования.

6. Взимание платы за вход на рынок, выход с рынка, перемещение по территории рынка не допускается.

7. Порядок организации рынка, прекращения его деятельности, требования к оборудованию, содержанию рынка, продаже товаров на торговых местах на рынке, порядок предоставления торговых мест на рынке, мест для размещения торговых объектов, объектов общественного питания, иных объектов, перечень запрещенных к продаже на территории рынка товаров определяются Советом Министров Республики Беларусь.

8. Администрация рынка в пятидневный срок со дня начала работы рынка направляет в соответствии со статьей 20 настоящего Закона уведомление для включения сведений об этом рынке в Торговый реестр.

Статья 15. Требования к организации ярмарок

1. Ярмарки проводятся государственными органами, юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями (далее для целей настоящей статьи – организатор ярмарки) в целях продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг).

2. Организатор ярмарки:

2.1. согласовывает место и время проведения ярмарки с городским (включая Минский городской), районным исполнительным комитетом по месту ее проведения, за исключением ярмарок, проводимых на подведомственных территориях городским (включая Минский городской), районным исполнительным комитетом, являющимся организаторами ярмарки;

2.2. определяет порядок подготовки и проведения ярмарки, в том числе порядок предоставления мест для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарке, режим работы ярмарки;

2.3. разрабатывает и утверждает:

план подготовки и проведения ярмарки;

схему ярмарки с экспликацией к ней, на которой указывается размещение мест для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарке;

2.4. публикует в средствах массовой информации и (или) размещает на своем сайте в сети Интернет информацию о проведении ярмарки;

2.5. принимает меры по соблюдению продавцами законодательства Республики Беларусь о защите прав потребителей, а также требований пожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических требований, требований в области охраны окружающей среды, требований в области ветеринарии к содержанию и эксплуатации капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений и иных объектов, принадлежащих субъектам хозяйствования, и иных требований законодательства Республики Беларусь.

3. Места для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарке предоставляются юридическим лицам и физическим лицам, в том числе индивидуальным предпринимателям.

4. Взимание платы за вход на ярмарку, выход с ярмарки, перемещение по территории, на которой проходит ярмарка, не допускается.

5. Организация ярмарок, согласование их проведения осуществляются в порядке, установленном Советом Министров Республики Беларусь.

Статья 16. Требования к осуществлению торговли с использованием сети Интернет

1. Торговля с использованием сети Интернет осуществляется с учетом запретов и ограничений, установленных законодательными актами Республики Беларусь и постановлениями Совета Министров Республики Беларусь.

2. При осуществлении торговли с использованием сети Интернет информационные сети, системы и ресурсы используются в порядке, определенном законодательными актами Республики Беларусь.

3. Субъект торговли вправе осуществлять розничную торговлю с использованием сети Интернет через интернет-магазин, представляющий собой информационный ресурс в сети Интернет, позволяющий в сети Интернет выбрать товары и с использованием этого информационного ресурса сформировать заказ на приобретение товаров для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

4. Субъект торговли в пятидневный срок после начала осуществления торговли с использованием интернет-магазина направляет уведомление для включения в Торговый реестр в порядке и по форме, установленным законодательством Республики Беларусь.

5. Собственники (владельцы) информационных ресурсов, оказывающие субъектам торговли услуги, связанные с осуществлением этими субъектами торговли розничной торговли через интернет-магазин, принимают меры по соблюдению продавцами требований законодательства Республики Беларусь о защите прав потребителей.

Статья 17. Установление режима работы

1. Субъекты торговли, субъекты общественного питания, администрации торговых центров, администрации рынков самостоятельно устанавливают режим работы принадлежащих им торговых объектов, объектов общественного питания, режим работы без (вне) торговых объектов, режим работы торговых центров, рынков без согласования с местными исполнительными и распорядительными органами, другими государственными органами и обеспечивают его соблюдение.

2. Режим работы розничных торговых объектов, объектов общественного питания, торговых центров, рынков после 23.00 и до 7.00

подлежит согласованию субъектом торговли, субъектом общественного питания, администрацией торгового центра, администрацией рынка с городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией района в городе Минске по месту нахождения таких объектов.

Основаниями для отказа городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией района в городе Минске в согласовании режима работы розничного торгового объекта, объекта общественного питания, торгового центра, рынка после 23.00 и до 7.00 являются:

расположение (предполагаемое расположение) торгового объекта, объекта общественного питания, в многоквартирном жилом доме;
иные основания, предусмотренные законодательными актами Республики Беларусь, Советом Министров Республики Беларусь.

Статья 18. Установление ассортиментного перечня товаров

1. Ассортиментный перечень товаров разрабатывается и утверждается субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю (далее для целей настоящей статьи – субъект торговли) для торгового объекта, для осуществления развозной торговли с использованием автомагазинов.

Порядок и случаи, когда ассортиментный перечень для торгового объекта не разрабатывается, определяется Советом Министров Республики Беларусь.

В случаях, предусмотренных Президентом Республики Беларусь, утвержденный субъектом торговли ассортиментный перечень товаров подлежит согласованию с местным исполнительным и распорядительным органом.

Субъект торговли разрабатывает ассортиментный перечень товаров исходя из определенного им ассортимента предлагаемых к продаже товаров на основании перечня товаров, подлежащих включению в ассортиментный перечень товаров.

2. В ассортиментном перечне товаров указываются группы (подгруппы) товаров, виды товаров и количество их разновидностей (моделей, размеров, иных характеристик товаров при их наличии).

3. В случаях изменения вида и (или) типа торгового объекта, ассортимента предлагаемых к продаже товаров, перечня товаров, подлежащих включению в ассортиментный перечень товаров, субъект торговли разрабатывает и утверждает новый ассортиментный перечень товаров.

4. Порядок разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров определяется Советом Министров Республики Беларусь.

5. Субъект торговли вправе осуществлять продажу товаров, не входящих в перечень товаров, подлежащих включению в ассортиментный перечень товаров, и не указанных в ассортиментном перечне товаров, при соблюдении условий их хранения и продажи, установленных законодательством Республики Беларусь.

6. Субъект торговли обязан обеспечить наличие в продаже товаров, включенных в ассортиментный перечень товаров в торговом объекте, при осуществлении развозной торговли с использованием автомагазинов, за исключением случаев, когда отсутствие товаров вызвано нарушением поставщиком товаров условий договора, предусматривающего поставки товаров, если такое нарушение поставщиком товаров не является следствием нарушения такого договора субъектом торговли.

Статья 19. Требования к заключению и исполнению договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, между субъектом торговли, субъектом общественного питания и поставщиком продовольственных товаров

1. Субъект торговли, осуществляющий розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъект общественного питания, осуществляющий общественное питание посредством организации сети общественного питания, годовой товарооборот которых составляет восемьдесят тысяч и более базовых величин, обязаны обеспечивать поставщику продовольственных товаров доступ к информации об условиях отбора контрагента, а также другой информации, необходимой для заключения договоров, предусматривающих поставки товаров, путем размещения соответствующей информации на своих сайтах в сети Интернет, а в случае получения запроса о получении указанной в настоящем пункте информации, обязаны представить ее безвозмездно в четырнадцатидневный срок со дня получения такого запроса.

Субъект торговли, осуществляющий розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъект общественного питания, осуществляющий общественное питание посредством организации сети общественного питания, не указанные в части первой настоящего пункта, обеспечивают доступ к информации, предусмотренной в части первой настоящего пункта, любыми способами.

Юридические лица системы потребительской кооперации вправе размещать информацию, указанную в части первой настоящего пункта, на

сайтах областных союзов потребительских обществ и (или) сайте Белорусского республиканского союза потребительских обществ.

Информация, указанная в части первой настоящего пункта, должна содержать, в том числе, перечень закупаемых товаров, сроки поставки товаров, порядок поставки товаров (предъявляемые требования об отгрузке товаров получателям, доставке товаров, условиях принятия товаров, их выборки), порядок и формы расчетов за поставляемые товары, условия одностороннего отказа от исполнения договора, предусматривающего поставки товаров.

Юридические лица, входящие в состав государственных объединений, вправе размещать информацию, указанную в части первой настоящего пункта, на сайтах этих государственных объединений.

2. Поставщик продовольственных товаров, годовой объем поставленных на внутренний рынок товаров которого составляет восемьдесят тысяч и более базовых величин, обязан обеспечивать субъекту торговли, осуществляющему розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъекту общественного питания, осуществляющему общественное питание посредством организации сети общественного питания, доступ к информации об условиях отбора контрагента и другой информации, необходимой для заключения договоров, предусматривающих поставки товаров, к информации о качестве и безопасности поставляемых товаров путем размещения соответствующей информации на своем сайте в сети Интернет, за исключением случаев, указанных в части второй настоящего пункта, а в случае получения запроса о получении указанной в настоящем пункте информации, обязан представить ее безвозмездно в четырнадцатидневный срок со дня получения такого запроса.

Поставщики продовольственных товаров, не указанные в части первой настоящего пункта, обеспечивают доступ к информации, указанной в части первой настоящего пункта, любыми другими способами.

Информация, указанная в части первой настоящего пункта, должна содержать, в том числе, перечень поставляемых групп товаров, возможные сроки поставки товаров, порядок поставки товаров (предъявляемые требования к доставке товаров, условиям их отгрузки), порядок и формы расчетов за поставляемые товары, включая условия оплаты вознаграждений, условия одностороннего отказа от исполнения договора, предусматривающего поставки товаров.

3. Цена договора, предусматривающего поставки продовольственных товаров, заключаемого между поставщиком продовольственных товаров и субъектом торговли, осуществляющим

розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъектом общественного питания, осуществляющим общественное питание посредством организации сети общественного питания, определяется исходя из цены продовольственных товаров, установленной соглашением сторон договора, предусматривающего поставки продовольственных товаров.

4. По соглашению сторон договора, предусматривающего поставки продовольственных товаров, может предусматриваться включение в его цену вознаграждения, выплачиваемого субъекту торговли, осуществляющему розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъектом общественного питания, осуществляющим общественное питание посредством организации сети общественного питания, в связи с приобретением им у поставщика продовольственных товаров определенного количества продовольственных товаров. Размер указанного вознаграждения подлежит согласованию сторонами этого договора, включению в цену договора и не учитывается при определении цены продовольственных товаров.

Совокупный размер вознаграждения, выплачиваемого субъекту торговли, осуществляющему розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъекту общественного питания, осуществляющему общественное питание посредством организации сети общественного питания, в связи с приобретением им у поставщика продовольственных товаров, произведенных в Республике Беларусь, определенного количества таких товаров, и платы за оказание услуг по продвижению товаров, услуг по подготовке, обработке, упаковке этих товаров, иных подобных услуг не может превышать пять процентов от цены приобретенных продовольственных товаров.

При расчете совокупного размера, указанного в части второй настоящего пункта, не учитывается сумма налога на добавленную стоимость, предъявляемая поставщиком продовольственных товаров, к оплате субъекту торговли, осуществляющему розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъекту общественного питания, осуществляющему общественное питание посредством организации сети общественного питания, в связи с приобретением данных товаров, а в отношении подакцизных продовольственных товаров (за исключением алкогольных напитков, на которые государственными органами, осуществляющими регулирование цен (тарифов), установлены предельные минимальные отпускные цены), не учитывается также сумма

акциза, исчисленная в соответствии с законодательством Республики Беларусь о налогах и сборах.

5. Выплата поставщиками продовольственных товаров, произведенных в Республике Беларусь, субъектам торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъектам общественного питания, осуществляющим общественное питание посредством организации сети общественного питания, иных видов подобных вознаграждений, направленных на продвижение товаров и не предусмотренных настоящим Законом, либо исполнение (реализация) такого договора в соответствующей части не допускается.

6. Выплата вознаграждения за приобретение определенного количества алкогольных напитков, на которые государственными органами, осуществляющими регулирование цен (тарифов), установлены предельные минимальные отпускные цены, и платы за оказание услуг по продвижению алкогольных напитков, услуг по их подготовке, обработке, упаковке, иных подобных услуг, вознаграждения за рекламирование товарных знаков, используемых для обозначения алкогольных напитков, а также за приобретение иных товаров по перечню, устанавливаемому Советом Министров Республики Беларусь, не допускается.

7. Не допускается установление субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъектом общественного питания, осуществляющим общественное питание посредством организации сети общественного питания, и поставщиком продовольственных товаров в договорах, предусматривающих поставки продовольственных товаров:

7.1. запрета на перемену лиц в обязательстве по такому договору путем уступки требования, а также ответственности за несоблюдение сторонами указанного запрета. Исполнение указанного договора в соответствующей части не допускается;

7.2. условия о внесении поставщиком продовольственных товаров платы за право поставок этих товаров в функционирующие или создаваемые торговые объекты, объекты общественного питания, а также за изменение ассортимента этих товаров;

7.3. обязательства поставщика продовольственных товаров возмещать:

убытки в связи с утратой или повреждением продовольственных товаров после перехода права собственности на эти товары к субъекту торговли, субъекту общественного питания, за исключением случаев, если утрата или повреждение произошли по вине поставщика продовольственных товаров;

затраты, не связанные с исполнением договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, и последующей продажей конкретной партии этих товаров при осуществлении розничной торговли;

7.4. обязательства оказывать услуги по продвижению товаров.

8. Оказание поставщику продовольственных товаров услуг по продвижению товаров осуществляется на основании договоров возмездного оказания соответствующих услуг, иных гражданско-правовых договоров, не предусматривающих поставки продовольственных товаров.

При заключении и (или) исполнении субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъектом общественного питания, осуществляющим общественное питание посредством организации сети общественного питания, и поставщиком продовольственных товаров договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, понуждение контрагента к заключению договоров возмездного оказания услуг (в том числе с третьими лицами), иных гражданско-правовых договоров, направленных на продвижение этих товаров, не допускается.

9. Установление субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъектом общественного питания, осуществляющим общественное питание посредством организации сети общественного питания, и поставщиком продовольственных товаров в договорах, предусматривающих поставки продовольственных товаров, иных гражданско-правовых договорах вознаграждений за осуществление субъектом торговли операций, относящихся к торгово-технологическому процессу, в том числе разгрузки транспорта, приемки продовольственных товаров по количеству и качеству, перемещения к месту хранения, подготовки продовольственных товаров к продаже, фасовки, выкладки продовольственных товаров в торговом зале и на торговом оборудовании, продажи продовольственных товаров и обслуживания покупателей, не допускается.

10. В случае, если субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъектом общественного питания, осуществляющим общественное питание посредством организации сети общественного питания, и поставщиком продовольственных товаров заключаются договоры, предусматривающие поставки продовольственных товаров, с условием оплаты таких товаров через определенное время после их передачи субъекту торговли, субъекту общественного питания срок оплаты таких

товаров определяется по следующим правилам, если иное не определено Советом Министров Республики Беларусь по социально значимым товарам:

продовольственные товары, на которые срок годности (срок хранения) установлен менее чем десять дней, подлежат оплате в срок не позднее чем десять календарных дней;

продовольственные товары, на которые срок годности (срок хранения) установлен от десяти до тридцати дней включительно, подлежат оплате в срок не позднее чем тридцать календарных дней;

продовольственные товары, на которые срок годности (срок хранения) установлен свыше тридцати дней, подлежат оплате в срок не позднее чем сорок пять календарных дней.

11. Сроки, установленные пунктом 10 настоящей статьи, исчисляются со дня фактической приемки продовольственных товаров субъектом торговли, субъектом общественного питания.

12. Оплата товаров в сроки, установленные пунктом 10 настоящей статьи, производится при условии исполнения поставщиком продовольственных товаров обязанности по передаче документов, относящихся к товарам, в соответствии с законодательством Республики Беларусь или договором.

ГЛАВА 3

МЕРЫ ПО РАЗВИТИЮ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Статья 20. Торговый реестр

1. Торговый реестр представляет собой единую базу данных Республики Беларусь, включающую сведения о (об) субъектах торговли, субъектах общественного питания, администрациях торговых центров, администрациях рынков, торговых объектах, объектах общественного питания, торговых центрах, рынках, формах торговли, осуществляемых без (вне) торговых объектов.

Состав сведений, предусмотренных частью первой настоящего пункта, определяется Советом Министров Республики Беларусь.

2. Торговый реестр создается и ведется Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь во взаимодействии с городскими, районными исполнительными комитетами, местными администрациями районов в городе Минске.

3. Городские, районные исполнительные комитеты, местные администрации районов в городе Минске формируют базу данных Торгового реестра соответствующей административно-территориальной

единицы в порядке, определяемом Советом Министров Республики Беларусь.

4. Сведения, предусмотренные пунктом 1 настоящей статьи, вносятся в Торговый реестр на основании информации, содержащейся в уведомлениях для включения сведений в Торговый реестр (внесения изменений в сведения, ранее включенные в Торговый реестр, исключения сведений из Торгового реестра).

5. Уведомления для включения сведений в Торговый реестр направляются субъектами торговли, субъектами общественного питания, администрациями торговых центров, администрациями рынков в городские, районные исполнительные комитеты, местные администрации районов в городе Минске в порядке, предусмотренном Советом Министров Республики Беларусь.

6. Сведения, содержащиеся в Торговом реестре, размещаются Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь на официальном сайте этого министерства в сети Интернет в порядке, определяемом Советом Министров Республики Беларусь.

Статья 21. Мероприятия, содействующие развитию торговли и общественного питания

1. Государственные органы в пределах их полномочий в области торговли и общественного питания осуществляют мероприятия по:

1.1. созданию условий для эффективной работы субъектов торговли, субъектов общественного питания;

1.2. стимулированию реализации инвестиционных проектов по строительству торговых объектов, объектов общественного питания, торговых центров, рынков;

1.3. поддержке и развитию малого и среднего предпринимательства в области торговли и общественного питания;

1.4. освоению экономически малоэффективных зон, экологически неблагоприятных районов.

2. Местные исполнительные и распорядительные органы в целях создания условий для улучшения обслуживания населения в области торговли и общественного питания:

2.1. предусматривают в градостроительных проектах строительство и размещение торговых объектов, объектов общественного питания;

2.2. принимают меры экономического стимулирования строительства и размещения магазинов шаговой доступности, иных торговых объектов, объектов общественного питания, в которых обеспечивается обслуживание ветеранов, лиц, пострадавших от

последствий войн, пожилых людей и инвалидов, а также малообеспеченных граждан, создания безбарьерной среды.

Статья 22. Проведение закупочных и товарных интервенций

1. Закупочные интервенции проводятся в форме организованных закупок товаров, а товарные интервенции - в форме организованных продаж товаров. Организованные закупки и организованные продажи товаров осуществляются на договорной основе.

Закупочные интервенции проводятся в случаях, когда свободные цены на товары опускаются ниже уровня цен, обеспечивающего минимально необходимый уровень доходов для простого воспроизводства, или когда субъекты торговли не могут реализовать товары вследствие сокращения спроса на них.

Товарные интервенции проводятся в случаях дефицита отдельных видов товаров, а также роста свободных цен, способного повлечь ухудшение жизненного уровня населения.

Порядок, условия и формы закупочных и товарных интервенций устанавливаются Советом Министров Республики Беларусь.

2. Финансирование закупочных интервенций производится за счет:

2.1. доходов от проведения товарных интервенций;

2.2. привлеченных заемных финансовых средств;

2.3. иных источников, не запрещенных законодательством Республики Беларусь.

ГЛАВА 4

ТРЕБОВАНИЯ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ЗАЩИТУ КОНКУРЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ТОРГОВЛИ

Статья 23. Требования к субъектам торговли, субъектам общественного питания и поставщикам продовольственных товаров

1. Антимонопольные требования для субъектов торговли, субъектов общественного питания и поставщиков продовольственных товаров, исключаящие ограничение конкуренции, определяются антимонопольным законодательством Республики Беларусь с учетом дополнительных требований, предусмотренных настоящей статьей.

2. Субъектам торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупных магазинов, субъектам общественного питания, осуществляющим общественное питание посредством организации сети общественного питания, и поставщикам продовольственных товаров,

осуществляющим поставки этих товаров в торговые сети или крупные магазины, сети общественного питания, запрещается осуществлять действия, которые имеют либо могут иметь своим результатом недопущение, ограничение или устранение конкуренции и (или) причинение вреда правам, свободам и законным интересам юридических и физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, в том числе:

2.1. создавать дискриминационные условия, определяемые в соответствии с Законом Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции», в том числе препятствия для доступа на товарный рынок или выхода из него других субъектов торговли и поставщиков продовольственных товаров;

2.2. навязывать контрагенту условия о:

запрете на заключение договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, с другими юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, осуществляющими аналогичную деятельность, а также с другими юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями на аналогичных или иных условиях;

ответственности за неисполнение обязательства о поставках продовольственных товаров на более выгодных условиях, чем условия для других субъектов, осуществляющих аналогичную деятельность;

предоставлении сведений о заключаемых договорах с другими юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, осуществляющими аналогичную деятельность;

снижении поставщиком продовольственных товаров цены этих товаров до уровня, который при условии установления торговой надбавки (наценки) к цене этих товаров, не превысит минимальную цену таких товаров при их продаже субъектами торговли, субъектами общественного питания, осуществляющими продажу аналогичных продовольственных товаров;

возврате поставщику продовольственных товаров, нереализованных субъектом торговли, субъектом общественного питания, срок годности (срок хранения) которых истек, а также возврате продовольственных товаров, не проданных по истечении определенного срока ;

иные условия, не относящиеся к предмету договора и (или) содержащие схожие признаки условий, предусмотренных абзацами вторым – шестым настоящего подпункта;

2.3. заключать между собой для осуществления торговли договор, по которому товар передается субъекту торговли для реализации третьему лицу без перехода к этому субъекту торговли права собственности на товар, в том числе договор комиссии, договор поручения, смешанный

договор, содержащий элементы одного или всех указанных договоров, предметом которых является поставка продовольственных товаров, за исключением заключения указанных договоров между субъектами торговли, входящими в одну торговую сеть, субъектами общественного питания, входящими в одну сеть общественного питания, либо исполнять такие договоры.

3. Субъект (субъекты) торговли, осуществляющий (осуществляющие) розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина (далее для целей настоящей статьи – субъект), после опубликования на официальном сайте Национального статистического комитета Республики Беларусь в сети Интернет официальной статистической информации о розничном товарообороте продовольственных товаров за год в разрезе города Минска, городов областного подчинения, районов самостоятельно рассчитывает свою долю в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров в границах города Минска, городов областного подчинения, районов, в которых расположены принадлежащие ему торговые объекты (далее для целей настоящей статьи – доля), за предыдущий финансовый год в порядке, определяемом Советом Министров Республики Беларусь.

4. Субъект, доля которого в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров в границах города Минска, городов областного подчинения, районов, в которых расположены принадлежащие ему торговые объекты, за предыдущий финансовый год превысила значение двадцать процентов, не позднее десяти рабочих дней с даты опубликования на официальном сайте Национального статистического комитета Республики Беларусь в сети Интернет официальной статистической информации, указанной в пункте три настоящей статьи, направляет информацию о размере доли в Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, а также в областной, городской (включая Минский городской), районный исполнительный комитет, в границах которого доля в товарообороте превысила двадцать процентов.

Субъект, должностные лица и (или) иные уполномоченные лица субъекта, за несвоевременное представление, непредставление и (или) представление недостоверных сведений о результатах расчета доли в соответствии с настоящим пунктом несут ответственность в соответствии с законодательными актами Республики Беларусь.

5. С даты опубликования на официальном сайте Национального статистического комитета Республики Беларусь в сети Интернет официальной статистической информации о розничном товарообороте продовольственных товаров за год в разрезе города Минска, городов

областного подчинения, районов субъект не вправе до расчета доли совершать сделки по приобретению, аренде дополнительной торговой площади в этих границах для осуществления этим субъектом розничной торговли продовольственными товарами по любым основаниям, в том числе в результате введения в эксплуатацию торговых объектов, участия в торгах (конкурсах), проводимых в целях приобретения дополнительных торговых площадей либо земельных участков для их строительства, или совершать иные действия, направленные на увеличение такой площади.

Субъект, доля которого в границах города Минска, городов областного подчинения, районов, в которых расположены принадлежащие ему торговые объекты, за предыдущий финансовый год превышает двадцать процентов, не вправе с момента расчета доли совершать сделки, иные действия, указанные в части первой настоящего пункта. Настоящий запрет действует до момента, когда за очередной финансовый год доля этого субъекта составит двадцать или менее двадцати процентов.

Действие частей первой и второй настоящего пункта не распространяется на введение в эксплуатацию и осуществления торговли продовольственными товарами в торговых объектах, строительство которых начато в период, когда размер доли субъекта не превышал двадцать процентов.

Субъект, доля которого в границах города Минска, городов областного подчинения, районов, в которых расположены принадлежащие ему торговые объекты, за предыдущий финансовый год составляет двадцать и менее процентов, вправе с момента расчета доли совершать сделки, иные действия, указанные в части первой настоящего пункта.

Сделка, совершенная с нарушением условий, предусмотренных частями первой и второй настоящего пункта, ничтожна.

6. Действие пунктов 3 – 5 настоящей статьи не распространяется на юридических лиц системы потребительской кооперации, индивидуальных предпринимателей и микроорганизации, а также в случаях, установленных Президентом Республики Беларусь.

Статья 24. Требования к государственным органам, иным юридическим лицам

Государственным органам, иным юридическим лицам запрещается: устанавливать запреты или вводить ограничения в отношении свободного перемещения товаров между административно-территориальными единицами Республики Беларусь, если иное не предусмотрено законодательством Республики Беларусь в области санитарно-эпидемиологического благополучия населения;

вводить ограничения продажи отдельных видов товаров, другие ограничения и (или) запреты на осуществление торговли и общественного питания и (или) давать указания о первоочередной поставке товаров определенным субъектам торговли, субъектам общественного питания, за исключением случаев, предусмотренных законодательными актами Республики Беларусь, международными договорами Республики Беларусь, а также постановлениями Совета Министров Республики Беларусь, принятыми для обеспечения безопасности покупателей и защиты их интересов;

понуждать субъектов торговли, субъектов общественного питания, поставщиков товаров к заключению в приоритетном порядке договоров, предусматривающих поставки товаров, с определенными контрагентами, если иное не установлено законодательными актами Республики Беларусь;

устанавливать для субъектов торговли, субъектов общественного питания и поставщиков товаров ограничения в выборе контрагента и товаров;

устанавливать в договорах, предусматривающих передачу прав на средства индивидуализации участников гражданского оборота товаров, работ или услуг, в том числе на условиях договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), условия, которые могут иметь своим результатом координацию экономической деятельности субъектов торговли, субъектов общественного питания;

создавать дискриминационные условия при предоставлении юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям мест для создания торгового объекта, объекта общественного питания, размещения торгового объекта и иных объектов в торговом центре, торгового места на рынке;

осуществлять иные действия, которые могут иметь результатами ограничение конкуренции и (или) причинение вреда правам, свободам и законным интересам субъектов торговли, субъектов общественного питания, поставщиков товаров или физических лиц.

Статья 25. Соглашения между общественными объединениями и иными некоммерческими организациями, объединяющими субъектов торговли, субъектов общественного питания, и общественными объединениями и иными некоммерческими организациями, объединяющими поставщиков товаров

1. Общественные объединения и иные некоммерческие организации, объединяющие субъектов торговли, субъектов общественного питания, вправе заключать соглашения с общественными объединениями и иными

некоммерческими организациями, объединяющими поставщиков товаров, в целях решения вопросов, связанных с заключением между ними договоров и исполнением ими договоров на взаимовыгодных условиях.

2. Указанные в пункте 1 настоящей статьи соглашения заключаются в соответствии с требованиями антимонопольного законодательства Республики Беларусь.

ГЛАВА 5

КОНТРОЛЬ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ОБЛАСТИ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Статья 26. Контроль за соблюдением законодательства в области торговли и общественного питания

1. Контроль за соблюдением законодательства Республики Беларусь в области торговли и общественного питания осуществляется органами Комитета государственного контроля Республики Беларусь, Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, областными, городскими (включая Минский городской), районными исполнительными комитетами, местными администрациями в порядке и в пределах полномочий, установленных настоящим Законом и другими законодательными актами Республики Беларусь.

2. Контроль за исполнением правил и требований, предусмотренных статьями 19, 23 – 25 настоящего Закона, осуществляется органами Комитета государственного контроля Республики Беларусь, Министерством антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь.

Статья 27. Ответственность за нарушение законодательства Республики Беларусь в области торговли и общественного питания

Нарушение законодательства Республики Беларусь в области торговли и общественного питания влечет ответственность в соответствии с законодательными актами Республики Беларусь.».

Статья 2. Меры по реализации положений настоящего Закона

1. Совету Министров Республики Беларусь в шестимесячный срок: обеспечить приведение актов законодательства Республики Беларусь в соответствие с настоящим Законом; принять иные меры по реализации положений настоящего Закона.

2. Местным исполнительным и распорядительным органам в шестимесячный срок:

привести свои нормативные правовые акты в соответствие с настоящим Законом;

принять иные меры по реализации положений настоящего Закона.

Статья 3. Настоящий Закон вступает в силу в следующем порядке:

статья 1 – через шесть месяцев после официального опубликования настоящего Закона;

иные положения – после официального опубликования настоящего Закона.

Президент
Республики Беларусь