

# **ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**Об изменении Закона Республики Беларусь  
«О государственном регулировании торговли и  
общественного питания в Республике Беларусь»**

Принят Палатой представителей  
Одобен Советом Республики

**Статья 1.** Закон Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-З  
«О государственном регулировании торговли и общественного питания в  
Республике Беларусь» изложить в новой редакции:

## **«ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**О государственном регулировании  
торговли и общественного питания**

### **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 использования объекта 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. летняя площадка (продолжение зала) – легковозводимая временная конструкция (терраса, веранда и другое), выносные столики, расположенные на территории, непосредственно примыкающей к капитальному строению (зданию, сооружению), или на его крыше, или на иной открытой площадке капитального строения (здания, сооружения), в помещениях которого располагается объект общественного питания–;

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

1.11. маршрут движения – путь следования передвижного торгового объекта, представляющего собой специально оборудованное для продажи транспортное средство, в том числе автомобиль, мотоцикл, мопед, прицеп и полуприцеп, велосипед, веломобиль и иное транспортное средство (далее – транспортное средство), передвижного объекта общественного питания к местам осуществления розничной торговли, общественного питания;

1.12. 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;

1.13. нестационарный объект общественного питания – объект общественного питания, представляющий собой временную конструкцию, не являющуюся капитальным строением (зданием, сооружением), изолированным помещением или их частями, вне зависимости от

присоединения или не присоединения 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;

1.14. нестационарный торговый объект – торговый объект, представляющий собой временную конструкцию, не являющуюся капитальным строением (зданием, сооружением), изолированным помещением или их частями, вне зависимости от присоединения или не присоединения к инженерным коммуникациям;

1.15. 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;

1.16. объект общественного питания – капитальное строение (здание, сооружение), изолированное помещение или их часть (части) либо временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, а также передвижной объект общественного питания и объекты общественного питания, расположенные в поездах, на судах внутреннего водного транспорта, морских и воздушных судах, мини-бары гостиниц, воздушных судов;

1.17. 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;

1.18. передвижной объект общественного питания – объект общественного питания, представляющий собой специально оборудованное для осуществления общественного питания транспортное средство;

1.19. передвижной торговый объект – торговый объект, представляющий собой специально оборудованное для продажи товаров транспортное средство, а также передвижные средства разносной торговли (в том числе палатка, тележка, лоток, корзина, торговый автомат и иное приспособление);

1.20. 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;

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

1.22. продовольственные товары – продукты животного, растительного, микробиологического, минерального, искусственного или биотехнологического происхождения в натуральном, обработанном или переработанном виде, которые предназначены для употребления человеком в пищу, в том числе специализированные пищевые продукты, питьевая вода, расфасованная в емкости, питьевая минеральная вода, алкогольная продукция, пиво и напитки на основе пива, безалкогольные напитки, биологически активные добавки к пище, жевательная резинка, закваски и стартовые культуры микроорганизмов, дрожжи, пищевые добавки и ароматизаторы, табачные изделия;

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

1.24. развозная торговля – форма розничной торговли, при которой продажа товаров осуществляется с использованием специально оборудованного для продажи товаров транспортного средства;

1.25. разносная торговля – форма розничной торговли, при которой продажа товаров осуществляется с использованием передвижных средств разносной торговли либо без них;

1.26. 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;

1.27. рынок – имеющий в своем составе торговые места 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;

1.28. 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 стационарных 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);

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

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

1.31. стационарный объект общественного питания – объект общественного питания, представляющий собой капитальное строение (здание, сооружение), присоединенное к инженерным коммуникациям, изолированное помещение или их часть (части);

1.32. стационарный торговый объект – торговый объект, представляющий собой капитальное строение (здание, сооружение), присоединенное к инженерным коммуникациям, изолированное помещение или их часть (части);

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

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

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

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

1.37. 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 стационарных 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);

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

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

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

1.41. торговый объект – капитальное строение (здание, сооружение), изолированное помещение или их часть (части) либо временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, как правило, оснащенные торговым и иным

оборудованием для продажи товаров, а также специально оборудованное для продажи товаров транспортное средство и передвижные средства разносной торговли;

1.42. торговый центр – совокупность расположенных на определенной территории, спланированных как единое целое и (или) централизующих функции хозяйственного обслуживания розничных торговых объектов и иных объектов, в которых реализуются товары и оказываются услуги населению;

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

1.44. 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);

1.45. форма торговли – способ организации торгово-технологического процесса, приемов и способов, с помощью которых осуществляется продажа товаров;

1.46. 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 г. № 94-З «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции».

## **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.

4. Отношения, возникающие при осуществлении биржевой торговли, регулируются настоящим Законом в части, не урегулированной Законом Республики Беларусь от 5 января 2009 г. № 10-З «О товарных биржах».

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, 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;

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. ценообразование в области торговли и общественного питания;

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

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

- 2.9. содействие развитию торговли и общественного питания;
- 2.10. информационное обеспечение субъектов торговли, субъектов общественного питания, поставщиков товаров и покупателей;
- 2.11. осуществление контроля в области торговли и общественного питания;
- 2.12. иные меры, предусмотренные законодательством в области торговли и общественного питания.

### **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.

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;
- 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. утверждает нормативы государственных социальных стандартов;

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

1.7. 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 и актами Президента Республики Беларусь.

### **Статья 7. Полномочия Министерства антимонопольного регулирования и торговли в области торговли и общественного питания**

1. Министерство антимонопольного регулирования и торговли 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 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 в области торговли и общественного питания в порядке, установленном законодательными актами;

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

1.8. выносит субъектам торговли, субъектам общественного питания, должностным лицам субъектов торговли, субъектов общественного питания, юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, организующим работу торгового центра и (или) рынка, предписание об устранении установленных в ходе проведения проверки нарушений законодательства в области торговли и общественного питания в установленном порядке;

1.9. в случае выявления нарушений законодательства, создающих угрозу национальной безопасности, причинения вреда жизни и здоровью населения, окружающей среде, выносит предписание о приостановлении или запрете производства и (или) реализации товаров до устранения нарушений, послуживших основанием вынесения такого 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 качество и безопасность товаров при их продаже (совместно с Министерством сельского хозяйства и продовольствия, Министерством здравоохранения, Государственным комитетом по стандартизации);

1.11. утверждает нормы товарных потерь;

1.12. разъясняет вопросы применения настоящего Закона.

2. Министерство антимонопольного регулирования и торговли вправе для осуществления своих полномочий получать от

Государственного таможенного комитета 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, в том числе сведения о лицах, содержащиеся в таможенных документах и статистических декларациях (периодических статистических декларациях), и описание товара, содержащееся в таможенных декларациях.

Министерство антимонопольного регулирования и торговли обеспечивает конфиденциальность информации, полученной в соответствии с частью первой настоящего пункта.

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

## **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 районов в городе Минске:

3.1. осуществляют контроль в области торговли, общественного питания в порядке, установленном законодательными актами;

3.2. применяют к субъектам торговли, субъектам общественного питания, виновным в нарушении законодательства в области торговли и общественного питания, меры ответственности, установленные законодательными актами;

3.3. выносят субъектам торговли, субъектам общественного питания, должностным лицам субъектов торговли, субъектов общественного питания, юридическим лицам, индивидуальным предпринимателям, организующим работу торгового центра и (или) рынка, предписание об устранении установленных в ходе проведения проверки нарушений законодательства в области торговли и общественного питания в установленном порядке;

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

4. Областные, городские (включая Минский городской), районные исполнительные комитеты, местные администрации районов в городе Минске осуществляют иные полномочия в соответствии с настоящим Законом и иными актами законодательства в области торговли и общественного питания.

## **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.

## **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, дистанционный способ продажи товаров, иные формы торговли в соответствии с классификацией, утверждаемой Министерством антимонопольного регулирования и торговли;

1.3. способ торговли – с использованием торгового объекта, без использования торгового объекта;

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

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

ассортимент товаров;

режим работы принадлежащих им торговых объектов, режим работы без использования торгового объекта 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 в области цен и ценообразования;

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;

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 с использованием торгового объекта, без использования торгового объекта направляет в соответствии с пунктом 5 статьи 20 настоящего Закона уведомление для включения сведений об этом торговом объекте, форме торговли, осуществляемой без использования 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 – с использованием объекта общественного питания, без использования 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, используемые 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 в области цен и ценообразования;

1.3. порядок размещения рекламы в объекте общественного питания;

1.4. иные условия организации и осуществления общественного питания.

2. Субъекты общественного питания вправе устанавливать тип объекта общественного питания (ресторан, кафе, бар, столовая, буфет и иные типы) в соответствии с рекомендациями Министерства антимонопольного регулирования и торговли по классификации типов объектов общественного питания.

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

4. Субъект общественного питания в пятидневный срок со дня начала осуществления общественного питания с использованием объекта общественного питания, без использования объекта общественного питания направляет в соответствии с пунктом 5 статьи 20 настоящего Закона уведомление для включения сведений об этом объекте общественного питания, способах осуществления общественного питания без использования объектов общественного питания, в Торговый реестр.

**Статья 12. Особенности размещения нестационарных и передвижных торговых объектов, нестационарных и передвижных объектов общественного питания, мест разносной торговли без использования передвижных средств разносной торговли и летних площадок (продолжений залов)**

1. Розничная торговля с использованием нестационарных и передвижных торговых объектов, разносная торговля без использования передвижных средств разносной торговли, общественное питание с использованием нестационарных и передвижных объектов общественного питания на землях, земельных участках и плоскостных капитальных сооружениях, находящихся в государственной собственности, осуществляются субъектами торговли, субъектами общественного питания в соответствии с перечнями мест размещения нестационарных торговых объектов, передвижных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания, передвижных объектов общественного питания, мест разносной торговли без использования передвижных средств разносной торговли (далее – перечни) с соблюдением требований, установленных частью второй пункта 2 и частью первой пункта 4 настоящей статьи.

Действие части первой настоящего пункта не распространяется на размещение нестационарных и передвижных торговых объектов, нестационарных и передвижных объектов общественного питания, мест разносной торговли без использования передвижных средств разносной торговли:

на ярмарках, на рынках;

при осуществлении разносной торговли операторами почтовой связи, на которых возложены функции по обязательному оказанию универсальных услуг почтовой связи;

при проведении массовых мероприятий государственными органами либо согласованных с ними.

2. Перечни разрабатываются городскими (кроме города Минска), районными исполнительными комитетами, местными администрациями районов в городе Минске и включают места размещения нестационарных

торговых объектов и нестационарных объектов общественного питания, маршруты движения передвижных торговых объектов и передвижных объектов общественного питания, их вид и тип (при наличии), период размещения и периодичность обслуживания населения (при необходимости), а также места разносной торговли без использования передвижных средств разносной торговли (далее для целей настоящей статьи – места разносной торговли).

Порядок разработки перечня, порядок внесения изменений в перечень устанавливаются Советом Министров Республики Беларусь.

Перечни и вносимые в них изменения подлежат размещению в сети Интернет на официальных сайтах исполнительных комитетов, местных администраций, разработавших эти перечни.

3. Предоставление права на размещение на землях и земельных участках нестационарных и передвижных торговых объектов, нестационарных и передвижных объектов общественного питания, на использование мест разносной торговли для осуществления розничной торговли, общественного питания в определенном перечнем месте (маршруте движения), а также на размещение на землях и земельных участках летних площадок (продолжений залов) осуществляется без изъятия и предоставления земельных участков на условиях и в порядке, устанавливаемых Советом Министров Республики Беларусь.

4. Городские, районные исполнительные комитеты, местные администрации районов в городе Минске вправе устанавливать требования:

к внешнему виду и размерам нестационарных и передвижных торговых объектов и нестационарных и передвижных объектов общественного питания;

к типам транспортных средств, используемых для продажи товаров, осуществления общественного питания;

к внешнему виду и размерам летних площадок (продолжений залов).

Требования, указанные в части первой настоящего пункта, подлежат размещению в сети Интернет на официальных сайтах исполнительных комитетов, местных администраций, установивших такие требования.

5. Землепользователи вправе одновременно использовать земельные участки по целевому назначению и для размещения нестационарных и передвижных торговых объектов, нестационарных и передвижных объектов общественного питания, мест разносной торговли и летних площадок (продолжений залов) без изменения целевого назначения таких земельных участков.

Правообладатели капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений вправе предоставлять капитальные строения (здания, сооружения), изолированные помещения, их части, за

исключением жилых помещений и их частей, в аренду для размещения нестационарных и передвижных торговых объектов, нестационарных и передвижных объектов общественного питания, мест разносной торговли и летних площадок (продолжений залов) без изменения их назначения и целевого назначения земельных участков, на которых они расположены.

Предоставление субъектам торговли, субъектам общественного питания капитальных строений (зданий, сооружений), изолированных помещений, их частей, транспортных средств, не являющихся передвижными торговыми объектами, передвижными объектами общественного питания, для размещения нестационарных и передвижных торговых объектов, нестационарных и передвижных объектов общественного питания, мест разносной торговли и летних площадок (продолжений залов) осуществляется правообладателями с учетом положений настоящей статьи.

### **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 в области защиты прав потребителей, а также требований пожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических требований, требований в области охраны окружающей среды и требований в области ветеринарии.

2. Администрация торгового центра в пятидневный срок со дня начала работы торгового центра направляет в соответствии с пунктом 5 статьи 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 рынка 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 в области защиты прав потребителей, а также требований пожарной безопасности, санитарно-эпидемиологических требований, требований в области охраны окружающей среды и требований в области ветеринарии.

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 предоставленных им земельных участках, а также изготавливающими хлебобулочные и кондитерские изделия, готовую кулинарную продукцию:

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

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

При разработке схемы сельскохозяйственного рынка администрация рынка также предусматривает предоставление торговых мест на рынке для продажи сельскохозяйственной продукции и продукции рыбоводства, не прошедших промышленной переработки, с транспортных средств, в том числе не являющихся передвижными торговыми объектами.

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 с пунктом 5 статьи 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. разрабатывает 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. публикует в средствах массовой информации и (или) размещает на своем сайте в сети Интернет информацию о проведении ярмарки;

2.4. принимает меры по соблюдению продавцами законодательства в области защиты 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;

2.5. вправе использовать для организации и проведения ярмарки земельные участки, капитальные строения (здания, сооружения) в порядке, предусмотренном в пункте 5 статьи 12 настоящего Закона.

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 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.

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 со дня начала осуществления розничной торговли с использованием сети Интернет через интернет-магазин направляет в соответствии с пунктом 5 статьи 20 настоящего Закона уведомление для включения сведений об этом интернет-магазине в Торговый реестр.

5. Собственники (владельцы) информационных ресурсов, оказывающие субъектам торговли услуги, связанные с осуществлением этими субъектами торговли розничной торговли с использованием сети Интернет через интернет-магазин, принимают меры по соблюдению продавцами требований законодательства в области защиты 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 использования торгового объекта, режим работы торговых центров, рынков без согласования с местными исполнительными и распорядительными органами, другими государственными органами и обеспечивают его соблюдение.

Исключение составляет режим работы розничных торговых объектов, объектов общественного питания, торговых центров, рынков 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.

2. Порядок и условия согласования режима работы розничных торговых объектов, объектов общественного питания, торговых центров, рынков после 23.00 и до 7.00 определяются 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.

Порядок и случаи, когда ассортиментный перечень для торгового объекта не разрабатывается, определяются 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 о качестве и безопасности товаров.

6. Субъект торговли обязан обеспечить наличие в продаже товаров, включенных в ассортиментный перечень товаров в торговом объекте, 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.

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

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 расчетов за поставляемые товары, условия

одностороннего отказа от исполнения договора, предусматривающего поставки товаров.

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 субъекту 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, сроки поставки товаров, порядок поставки товаров (предъявляемые требования к доставке товаров, условиям их отгрузки), порядок расчетов за поставляемые товары, 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, субъектом общественного питания определяется исходя из цены продовольственных товаров, установленной соглашением сторон договора, предусматривающего поставки продовольственных товаров.

4. 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:

4.1. 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;

4.2. 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;

4.3. 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;

4.4. обязательства оказывать поставщику продовольственных товаров услуги по рекламированию продовольственных товаров, маркетингу и другие подобные услуги, направленные на продвижение этих товаров.

5. 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 навязывать контрагенту условие о 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.

6. 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, запрещается.

7. 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, запрещается.

Законодательными актами могут устанавливаться иные запреты на выплату поставщиками отдельных видов продовольственных товаров любых видов вознаграждений.

8. 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.

9. Сроки, установленные пунктом 8 настоящей статьи, исчисляются со дня фактической приемки продовольственных товаров субъектом торговли, субъектом общественного питания.

10. Оплата товаров в сроки, установленные пунктом 8 настоящей статьи, производится при условии исполнения поставщиком продовольственных товаров обязанности по передаче документов, относящихся к товарам, в соответствии с законодательством о поставке или договором.

11. Требования, установленные настоящей статьей, распространяются на действия (бездействие) лиц, входящих с субъектом торговли, субъектом общественного питания или поставщиком продовольственных товаров в одну группу лиц, осуществляющих деятельность на соответствующих товарных рынках.

### **ГЛАВА 3**

## **МЕРЫ ПО РАЗВИТИЮ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

### **Статья 20. Торговый реестр**

1. Торговый реестр представляет собой 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, интернет-магазинах, способах осуществления общественного питания.

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

2. Торговый реестр создается и ведется Министерством антимонопольного регулирования и торговли 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 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 пределах их полномочий в области торговли и общественного питания:

2.1. предусматривают на основании градостроительных проектов 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. Государственные социальные стандарты в области торговли и общественного питания**

1. В области торговли и общественного питания применяются государственные социальные стандарты.

2. Нормативы государственных социальных стандартов в области торговли и общественного питания устанавливаются Советом Министров Республики Беларусь.

### **Статья 23. 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.

## **ГЛАВА 4**

### **ТРЕБОВАНИЯ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА ЗАЩИТУ КОНКУРЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

**Статья 24. Требования к субъектам торговли, субъектам общественного питания и поставщикам продовольственных товаров**

1. Антимонопольные требования для субъектов торговли, субъектов общественного питания и поставщиков продовольственных товаров, исключающие ограничение конкуренции, определяются антимонопольным законодательством 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, субъектов общественного питания 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;

иные условия, не относящиеся к предмету договора и (или) содержащие схожие признаки условий, предусмотренных абзацами вторым – пятым 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 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 в сети Интернет официальной статистической информации, указанной в пункте 3 настоящей статьи, направляет информацию о размере доли в Министерство антимонопольного регулирования и торговли, 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.

5. С даты опубликования на официальном сайте Национального статистического комитета 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 25. 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 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, 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;

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 26. 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.

## **ГЛАВА 5**

### **КОНТРОЛЬ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ОБЛАСТИ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

#### **Статья 27. Контроль за соблюдением законодательства в области торговли и общественного питания**

1. Контроль за соблюдением законодательства в области торговли и общественного питания осуществляется органами Комитета государственного контроля, Министерством антимонопольного регулирования и торговли, контроль в области торговли, общественного питания – областными, городскими (включая Минский городской), районными исполнительными комитетами, местными администрациями в порядке и в пределах полномочий, установленных настоящим Законом и другими законодательными актами, если иное не предусмотрено пунктом 2 настоящего Закона.

2. Контроль за исполнением правил и требований, предусмотренных статьями 19, 24 – 26 настоящего Закона, осуществляется органами Комитета государственного контроля, Министерством антимонопольного регулирования и торговли.

#### **Статья 28. Ответственность за нарушение законодательства в области торговли и общественного питания**

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

#### **Статья 2. Переходные положения**

1. Перечни мест размещения нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания, разработанные до вступления в силу настоящего Закона, подлежат приведению в соответствие с настоящим Законом в течение трех лет со дня вступления его в силу.

2. Требования статьи 12 настоящего Закона не распространяются на нестационарные торговые объекты и объекты общественного питания, передвижные торговые объекты и объекты общественного питания, места разносной торговли без использования передвижных средств для разносной торговли и летние площадки (продолжение залов),

размещенные до вступления в силу настоящего Закона, до истечения трех лет со дня вступления его в силу.

**Статья 3.** Совету Министров Республики Беларусь в шестимесячный срок обеспечить приведение актов законодательства в соответствие с настоящим Законом и принять иные меры по реализации положений настоящего Закона.

Местным исполнительным и распорядительным органам в шестимесячный срок привести свои нормативные правовые акты в соответствие с настоящим Законом и принять иные меры по реализации положений настоящего Закона.

**Статья 4.** 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

