

# **ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**8 января 2014 г. № 128-З**

## **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, способам кулинарной обработки и иным признакам;

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

1.5. исключен;

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

1.7. интернет-магазин – сайт субъекта торговли в глобальной компьютерной сети Интернет (далее – сеть Интернет), предоставляющий возможность выбрать товары и заключить с этим субъектом торговли договор розничной купли-продажи на этом сайте;

1.8. 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;

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

1.10. 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;

1.11. 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 неприсоединения к инженерным коммуникациям, а также палатка, тележка, лоток, корзина, торговый автомат и иное приспособление (далее – передвижные средства разносной торговли);

1.12. 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;

1.13. объект общественного питания – капитальное строение (здание, сооружение), изолированное помещение или их части либо временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением), изолированным помещением или их частями, оснащенные технологическим и иным оборудованием и используемые для осуществления общественного питания, передвижной объект общественного питания;

1.14. 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;

1.15. передвижной объект общественного питания – объект общественного питания, представляющий собой специально оборудованное и используемое для осуществления общественного питания транспортное средство, в том числе автомобиль, мотоцикл, мопед, прицеп и полуприцеп, велосипед, веломобиль и иное транспортное средство (далее – транспортное средство), или его часть;

1.16. передвижной торговый объект – торговый объект, представляющий собой специально оборудованное и используемое для продажи товаров транспортное средство или его часть;

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

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

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

1.20. разносная торговля – форма розничной торговли, при которой продажа товаров осуществляется с использованием передвижных средств разносной торговли;

1.21. розничная торговля – вид торговли, связанный с приобретением и продажей либо продажей товаров для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью;

1.22. 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 и физическими лицами, в том числе индивидуальными предпринимателями;

1.23. исключен;

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

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

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

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

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

1.29. товары – предназначенное для продажи имущество (предметы личного, семейного, домашнего потребления, продукция производственно-технического назначения и иное имущество);

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

1.31. 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);

1.32. торговля – предпринимательская деятельность, направленная на приобретение и продажу товаров с оказанием или без оказания услуг, связанных с продажей товаров, а также на продажу товаров собственного производства их производителями для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью;

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

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

1.35. торговый объект – капитальное строение (здание, сооружение), изолированное помещение или их части либо временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением), изолированным помещением или их частями, оснащенные торговым и иным оборудованием и используемые для продажи товаров, а также передвижной торговый объект и передвижные средства разносной торговли;

1.36. торговый центр – совокупность расположенных на определенной территории, спланированных и управляемых как единое целое торговых объектов, объектов общественного питания и иных объектов, в которых реализуются товары и оказываются услуги населению;

1.36<sup>1</sup>. услуги по продвижению товаров – услуги по рекламированию товаров и (или) используемых для их обозначения товарных знаков и (или) логотипов, исследованию потребительского спроса, проведению маркетинговых исследований и (или) подготовке информации о таких исследованиях, подготовке иной информации о товарах, иные услуги, направленные на повышение спроса на товары;

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

1.38. 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, определенном Законом 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 иными 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 2.2 пункта 2, частью первой пункта 4 статьи 14 и 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».

### **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;

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, законодательством в области санитарно-эпидемиологического благополучия населения, 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) установление запретов на осуществление торговли и общественного питания, в том числе в отношении отдельных товаров;

2.6. ценообразование в области торговли и общественного питания;

2.7. установление требований к заключению и исполнению договоров, предусматривающих поставки товаров, между субъектом торговли 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 в области торговли и общественного питания определяет единую государственную политику и осуществляет иные

полномочия в соответствии с Конституцией Республики Беларусь, настоящим Законом и иными законодательными актами.

2. Президентом Республики Беларусь могут устанавливаться особенности правового регулирования отношений, регламентированных настоящим Законом.

## **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 отдельных видов товаров, правил продажи товаров при осуществлении торговли в определенной форме, правил осуществления общественного питания, разрабатываемых Министерством антимонопольного регулирования и торговли;

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

1.4. устанавливает порядок создания и ведения государственного информационного ресурса «Торговый реестр Республики Беларусь» (далее – Торговый реестр), состав включаемых в него сведений, порядок внесения в Торговый реестр сведений и основания для отказа во внесении сведений в Торговый реестр, порядок исключения из него сведений, порядок размещения сведений, содержащихся в Торговом реестре, на официальном сайте Министерства антимонопольного регулирования и торговли в сети Интернет, а также порядок представления заинтересованным лицам информации, содержащейся в Торговом реестре;

1.5. утверждает систему государственных социальных стандартов по обслуживанию населения;

1.6. определяет методику расчета доли субъектов торговли, осуществляющих розничную торговлю пищевыми продуктами, напитками, табачными изделиями (далее – продовольственные товары) посредством организации торговой сети, в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров в границах города Минска, городов областного подчинения, районов;

1.7. устанавливает порядок формирования и использования стабилизационных фондов товаров;

1.8. вправе определять порядок расчетов за поставки отдельных видов товаров;

1.9. вправе устанавливать ограничения и запреты на предоставление поставщиками товаров, субъектами торговли любых видов вознаграждений.

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. проводит 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 других республиканских органов государственного управления, иных государственных организаций, подчиненных Совету Министров Республики Беларусь, местных исполнительных и распорядительных органов;

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;

1.6. осуществляет контроль за соблюдением законодательства в области торговли и общественного питания;

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, администрациям торговых центров, администрациям рынков предписания

об устранении установленных в ходе проведения проверок нарушений законодательства в области торговли и общественного питания;

1.9. в случае выявления нарушений законодательства, создающих угрозу национальной безопасности, причинения вреда жизни и здоровью населения, окружающей среде, выносит:

предложения о приостановлении деятельности до устранения нарушений, послуживших основанием для вручения (направления) предложений;

предписания о приостановлении производства и (или) реализации товаров до устранения нарушений, послуживших основанием для вынесения таких предписаний;

1.10. разрабатывает и утверждает:

порядок включения товаров с указанием их количества и разновидностей в перечень товаров, подлежащих включению в перечень товаров, обязательных к наличию для реализации в торговом объекте (далее – перечень товаров, подлежащих включению в обязательный перечень товаров), и порядок исключения товаров из него;

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

порядок подтверждения наличия у субъектов торговли, субъектов 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. устанавливает:

на основании предложений областных и Минского городского исполнительных комитетов перечень товаров, подлежащих включению в обязательный перечень товаров;

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

нормы товарных потерь;

1.12. определяет классификацию объектов общественного питания по типам.

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, а также данные из деклараций на товары и статистических деклараций с указанием сведений о лицах и описании товаров, содержащихся в таких декларациях.

Перечень данных, представляемых в соответствии с частью первой настоящего пункта, определяется Министерством антимонопольного

регулирования и торговли совместно с Государственным таможенным комитетом.

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, установленном Советом Министров Республики Беларусь.

2. Районные, городские исполнительные комитеты (кроме города Минска), местные администрации районов в городе Минске согласовывают:

2.1. режим работы после 23.00 и до 7.00 расположенных на соответствующей территории торговых объектов, объектов общественного питания, в которых после 23.00 и до 7.00 осуществляется розничная торговля алкогольными, слабоалкогольными напитками и (или) пивом;

2.2. перечни товаров, обязательных к наличию для реализации в торговом объекте, в случаях, установленных Советом Министров Республики Беларусь.

3. Областные, городские (включая Минский городской), районные исполнительные комитеты, местные администрации районов в городах:

3.1. осуществляют контроль в области торговли и общественного питания;

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, администрациям торговых центров, администрациям рынков предписания об устранении установленных в ходе проведения проверок 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:

предложения о приостановлении деятельности до устранения нарушений, послуживших основанием для вручения (направления) предложений;

предписания о приостановлении производства и (или) реализации товаров до устранения нарушений, послуживших основанием для вынесения таких предписаний.

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

## **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 и 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;

2.2. участие в анализе финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития торговли и общественного питания, оценке эффективности применения мер по их поддержке, 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 ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ 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 – торговля на ярмарках, аукционах, торговых местах, развозная торговля, разносная торговля, дистанционная торговля, иные формы торговли в соответствии с классификацией, устанавливаемой 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, устанавливаемой Министерством антимонопольного регулирования и торговли;

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

ассортимент товаров;

перечень оказываемых услуг, связанных с продажей товаров;

приемы и способы, с помощью которых осуществляется продажа товаров;

количество, типы, модели торгового оборудования, инвентаря, используемых 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 о ценообразовании;

1.7. условия заключения договоров купли-продажи товаров, договоров возмездного оказания услуг, если иное не установлено законодательными актами и постановлениями Совета Министров Республики Беларусь;

1.8. 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, требования к которым определяются Советом Министров Республики Беларусь.

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. Субъекты торговли и поставщики товаров обязаны представлять Министерству антимонопольного регулирования и торговли, областным и Минскому городскому исполнительным комитетам, а также в случаях, определенных законодательными актами, иным государственным органам по их запросу и в установленные ими сроки полную и достоверную информацию в письменной и (или) электронной формах, в том числе информацию, составляющую коммерческую и иную охраняемую законом тайну, служебную информацию ограниченного распространения, необходимую для принятия мер в соответствии с возложенными на указанные органы полномочиями в области торговли, в соответствии с требованиями законодательства.

## **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, вне объекта общественного питания; меню;

перечень оказываемых услуг, связанных с осуществлением общественного питания, в том числе с использованием сети 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, товары, оказываемые услуги, связанные с осуществлением общественного питания, если иное не установлено законодательством о ценообразовании;

1.3. 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 классификацией типов объектов общественного питания, определяемой Министерством антимонопольного регулирования и торговли.

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

4. Субъекты общественного питания обязаны представлять Министерству антимонопольного регулирования и торговли, областным и Минскому городскому исполнительным комитетам, а также в случаях, определенных законодательными актами, иным государственным органам по их запросу и в установленные ими сроки полную и достоверную информацию в письменной и (или) электронной формах, в том числе информацию, составляющую коммерческую и иную охраняемую законом тайну, служебную информацию ограниченного распространения, необходимую для принятия мер в соответствии с возложенными на указанные органы полномочиями в области общественного питания, в соответствии с требованиями законодательства.

## **Статья 12. Особенности размещения нестационарных и передвижных торговых объектов, нестационарных и передвижных объектов общественного питания, летних площадок (продолжений залов)**

1. Розничная торговля с использованием нестационарных и передвижных торговых объектов, общественное питание с использованием нестационарных и передвижных объектов общественного питания, летних площадок (продолжений залов) на землях общего пользования населенных пунктов, садоводческих товариществ, дачных кооперативов, на плоскостных сооружениях, находящихся в государственной собственности и расположенных на землях общего пользования, осуществляются субъектами торговли, субъектами общественного питания в соответствии с перечнями мест размещения нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания, летних площадок (продолжений залов), маршрутами движения передвижных торговых объектов, передвижных объектов общественного питания (далее для целей настоящей статьи – перечни).

Действие части первой настоящего пункта не распространяется на размещение нестационарных и передвижных торговых объектов, нестационарных и передвижных объектов общественного питания, летних площадок (продолжений залов):

на ярмарках, рынках;

при проведении массовых мероприятий государственными органами либо согласованных с ними.

2. Перечни определяются городскими (кроме города Минска), районными исполнительными комитетами, местными администрациями районов в городе Минске.

Порядок разработки перечней, внесения в них изменений, состав включаемых в такие перечни сведений устанавливаются Советом Министров Республики Беларусь.

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

3. Размещение на землях общего пользования населенных пунктов, садоводческих товариществ, дачных кооперативов, на плоскостных сооружениях, находящихся в государственной собственности и расположенных на землях общего пользования, нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания, летних площадок (продолжений залов), передвижных торговых объектов, передвижных объектов общественного питания в соответствии с их маршрутами движения в определенных перечнях местах осуществляется в порядке, устанавливаемом законодательными актами и постановлениями Совета 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; типам транспортных средств, используемых для продажи товаров, осуществления общественного питания;

внешнему виду и размерам летних площадок (продолжений залов).

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

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

Администрация торгового центра:

определяет специализацию торгового центра;

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 ее наличии), количества мест в объектах общественного питания, иной информации и размещает ее на доступном для покупателей месте;

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;

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;

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.

#### **Статья 14. Требования к созданию рынков и организации их работы**

1. Рынки в зависимости от ассортимента товаров, реализуемых на них, подразделяются на два типа: универсальный рынок, на котором менее восьмидесяти процентов торговых мест предназначено для продажи одной группы товаров, и специализированный рынок, на котором восемьдесят и более процентов торговых мест предназначено для продажи одной группы товаров.

Специализированные рынки подразделяются на сельскохозяйственные, автомобильные, строительные, зооботанические, книжные и иные.

2. Администрация рынка:

2.1. определяет тип и специализацию рынка;

2.2. предоставляет торговые места юридическим и физическим лицам, в том числе индивидуальным предпринимателям, для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) и принимает меры по соблюдению ими 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, 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 исполнительными комитетами, 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, торговых объектов, объектов общественного питания, иных объектов с указанием на экспликации размеров торговых мест, видов торговых объектов и размера их торговой площади, количества мест в объектах общественного питания, иная информация.

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

универсальном рынке – в количестве, доводимом городским, районным исполнительными комитетами, местной администрацией района в городе Минске, на территории которых находится рынок;

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

При разработке схемы сельскохозяйственного рынка администрация рынка также предусматривает размещение торговых мест 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, места для размещения торговых объектов, объектов общественного питания, иных объектов предоставляются 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, порядок предоставления торговых мест, мест для размещения торговых объектов, объектов общественного питания, иных объектов, перечень запрещенных к продаже на территории рынка товаров определяются Советом Министров Республики Беларусь.

## **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 исполнительными комитетами по месту ее проведения, за исключением ярмарок, проводимых на подведомственных территориях городским (включая Минский городской), районным исполнительными комитетами, являющимися 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 и требований в области ветеринарии.

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 места и времени 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, установленном законодательством об информации, информатизации и защите информации.

3. Субъект торговли вправе осуществлять розничную торговлю с использованием сети Интернет через интернет-магазин и (или) с использованием иных информационных сетей, систем и ресурсов, имеющих подключение к сети Интернет, предоставляющих возможность выбрать товары и заключить с этим субъектом торговли договор розничной купли-продажи в этих сетях, системах и на этих ресурсах.

4. Собственники (владельцы) информационных сетей, систем и ресурсов, оказывающие субъектам торговли услуги, связанные с осуществлением этими

субъектами торговли розничной торговли с использованием сети Интернет, 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, вне объекта общественного питания, режим работы торговых центров, рынков без согласования с районными, городскими исполнительными комитетами (кроме города Минска), местными администрациями районов в городе Минске, государственным учреждением «Администрация Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень», другими государственными органами и обеспечивают соблюдение этих режимов, за исключением случая, установленного частью второй настоящего пункта.

Режим работы после 23.00 и до 7.00 торговых объектов, объектов общественного питания, в которых после 23.00 и до 7.00 осуществляется розничная торговля алкогольными, слабоалкогольными напитками и (или) пивом, подлежит согласованию с районным, городским исполнительными комитетами (кроме города Минска), местной администрацией района в городе Минске, государственным учреждением «Администрация Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» по месту нахождения таких объектов.

Действие настоящего пункта не распространяется на магазины беспошлинной торговли, расположенные в пунктах пропуска через Государственную границу Республики Беларусь, режим работы которых устанавливается в соответствии с законодательством о таможенном регулировании.

2. Порядок и условия согласования режима работы после 23.00 и до 7.00 торговых объектов, объектов общественного питания, в которых после 23.00 и до 7.00 осуществляется розничная торговля алкогольными, слабоалкогольными напитками и (или) пивом, определяются Советом Министров Республики Беларусь.

## **Статья 18. Перечень товаров, обязательных к наличию для реализации в торговом объекте**

1. Перечень товаров, обязательных к наличию для реализации в торговом объекте (далее для целей настоящей статьи – обязательный перечень товаров), разрабатывается и утверждается субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю (далее для целей настоящей статьи – субъект розничной торговли), для торгового объекта, за исключением торговых объектов, определенных Советом Министров Республики Беларусь.

В случаях, установленных Советом Министров Республики Беларусь, обязательный перечень товаров подлежит согласованию с районным, городским исполнительными комитетами (кроме города Минска), местной администрацией района в городе Минске, государственным учреждением «Администрация Китайско-Белорусского индустриального парка «Великий камень» по месту нахождения торгового объекта.

2. Порядок разработки, утверждения и согласования обязательного перечня товаров устанавливается Советом Министров Республики Беларусь.

3. Субъект розничной торговли вправе осуществлять продажу товаров, не входящих в перечень товаров, подлежащих включению в обязательный перечень товаров, и не указанных в обязательном перечне товаров.

4. Субъект розничной торговли обязан обеспечить постоянное или в течение определенного периода (сезона) наличие в продаже в торговом объекте товаров, включенных в обязательный перечень товаров, за исключением случаев, когда отсутствие товаров вызвано нарушением поставщиком товаров условий договора, предусматривающего поставки товаров, если это нарушение не является следствием нарушения условий такого договора субъектом розничной торговли.

## **Статья 19. Требования к заключению и исполнению договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров**

1. Субъект торговли, осуществляющий розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, годовой товарооборот которого составляет восемьдесят тысяч и более базовых величин, обязан обеспечивать поставщику продовольственных товаров доступ к информации об условиях отбора контрагента, а также к другой информации, необходимой для заключения договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, путем размещения соответствующей информации на своем сайте в сети Интернет.

Субъекты торговли, осуществляющие розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, не указанные в части первой настоящего пункта, обеспечивают доступ к информации, предусмотренной частью первой настоящего пункта, любыми способами.

Юридические лица системы потребительской кооперации вправе размещать информацию, предусмотренную частью первой настоящего пункта, на сайтах областных союзов потребительских обществ и (или) сайте Белорусского республиканского союза потребительских обществ в сети Интернет.

Юридические лица, входящие в состав государственных объединений, вправе размещать информацию, предусмотренную частью первой настоящего пункта, на сайтах этих государственных объединений в сети Интернет.

Информация, предусмотренная частью первой настоящего пункта, должна содержать в том числе перечень закупаемых продовольственных товаров, сроки поставки товаров, порядок поставки товаров (предъявляемые требования к отгрузке товаров получателям, доставке товаров, условиям принятия товаров, их выборки), порядок расчетов за поставляемые товары, условия одностороннего отказа от исполнения договора, предусматривающего поставки продовольственных товаров.

В случае получения запроса о представлении информации, предусмотренной настоящим пунктом, она представляется безвозмездно в четырнадцатидневный срок с даты получения такого запроса.

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, доступ к информации об условиях отбора контрагента, а также к другой информации, необходимой для заключения договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, к информации о качестве и безопасности поставляемых продовольственных товаров путем размещения соответствующей информации на своем сайте в сети Интернет.

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

Информация, предусмотренная частью первой настоящего пункта, должна содержать в том числе перечень поставляемых групп продовольственных 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 продовольственных товаров.

В случае получения запроса о представлении информации, предусмотренной настоящим пунктом, она представляется безвозмездно в четырнадцатидневный срок с даты получения такого запроса.

3. Цена договора, предусматривающего поставки продовольственных товаров, заключаемого между поставщиком продовольственных товаров и субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами, определяется исходя из цены продовольственных товаров, установленной соглашением сторон договора, предусматривающего поставки продовольственных товаров, если иное не установлено законодательством о ценообразовании.

4. Не допускается установление субъектами торговли, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, и поставщиками продовольственных товаров, осуществляющими поставки этих товаров в торговые сети, 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;

4.2. условия о внесении поставщиком продовольственных товаров платы за право поставок этих товаров в функционирующие или создаваемые торговые объекты, 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, 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;

затраты, связанные с утилизацией или уничтожением непроданных продовольственных товаров;

4.4. обязательства оказывать поставщику продовольственных товаров услуги по продвижению продовольственных товаров.

5. Субъектам торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, и поставщикам продовольственных товаров, осуществляющим поставки этих товаров в торговые сети, запрещается:

5.1. навязывать контрагенту условие о возврате поставщику продовольственных товаров, не реализованных субъектом торговли, на которые срок годности (срок хранения) установлен свыше тридцати дней;

5.2. заключать между собой договор, содержащий условия о возврате поставщику продовольственных товаров, принятых по количеству и качеству и не реализованных субъектом торговли, на которые срок годности (срок хранения) установлен до тридцати дней включительно, либо о замене этих товаров на такие же товары, либо о возмещении их стоимости, за исключением случаев, когда возврат этих товаров допускается или предусмотрен законодательством в области обеспечения качества и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов, в области торговли.

6. Оказание поставщику продовольственных товаров услуг по продвижению продовольственных товаров осуществляется на основании договоров возмездного оказания соответствующих услуг, иных гражданско-правовых договоров, не предусматривающих поставки продовольственных товаров, если иное не установлено Советом Министров Республики Беларусь.

При заключении и (или) исполнении субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, и поставщиком продовольственных товаров договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, понуждение контрагента к заключению договоров возмездного оказания услуг (в том числе с третьими лицами) по продвижению

продовольственных товаров, иных гражданско-правовых договоров запрещается.

7. В случае, если субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, и поставщиком продовольственных товаров заключаются договоры, предусматривающие поставки продовольственных товаров, с условием оплаты таких товаров через определенное время после их передачи субъекту торговли, срок оплаты таких товаров определяется по следующим правилам, если иное не определено Советом Министров Республики Беларусь в отношении социально значимых товаров:

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

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

7.3. продовольственные товары, на которые срок годности (срок хранения) установлен свыше тридцати дней, подлежат оплате в срок не позднее сорока пяти календарных дней.

8. Сроки, установленные пунктом 7 настоящей статьи, исчисляются с даты фактической приемки продовольственных товаров субъектом торговли.

9. Оплата продовольственных товаров в сроки, установленные пунктом 7 настоящей статьи, производится при условии исполнения поставщиком продовольственных товаров обязанности по передаче документов, относящихся к товарам, в соответствии с законодательством о поставке или договором.

10. Установленные настоящей статьей требования распространяются на действия (бездействие) лиц (субъектов торговли, поставщиков товаров), входящих с субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами, или поставщиком продовольственных товаров в одну группу лиц.

### **Статья 19<sup>1</sup>. Запрет на предоставление вознаграждений при поставке товаров**

1. Субъектам торговли, осуществляющим розничную торговлю, и поставщикам товаров запрещается заключать между собой договоры, содержащие условия о предоставлении вознаграждений:

1.1. за осуществление субъектом торговли операций, относящихся к торгово-технологическому процессу, в том числе за разгрузку транспорта, приемку товаров по количеству и качеству, перемещение к месту хранения, подготовку товаров к продаже, фасовку, выкладку товаров в торговом зале и на торговом оборудовании, продажу товаров и обслуживание покупателей;

1.2. иных видов вознаграждений, определенных Советом Министров Республики Беларусь.

2. Установленный пунктом 1 настоящей статьи запрет распространяется также на действия (бездействие) лиц, входящих с субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю, или поставщиком товаров в одну группу лиц, за исключением действий:

2.1. между участниками холдингов;

2.2. между лицами, входящими в одну группу лиц.

### **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 субъектах торговли, субъектах общественного питания, администрациях торговых центров, администрациях рынков, торговых объектах, объектах общественного питания, торговых центрах, рынках, интернет-магазинах, формах торговли, осуществляемых без использования торгового объекта.

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, устанавливаемом Советом Министров Республики Беларусь.

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

5. Заявления для включения сведений в Торговый реестр, внесения изменений в сведения, ранее включенные в Торговый реестр, исключения сведений из Торгового реестра представляются субъектами торговли, субъектами общественного питания, администрациями торговых центров, администрациями рынков по каждому торговому объекту, объекту общественного питания, торговому центру, рынку, интернет-магазину, каждой форме торговли, осуществляемой без использования торгового объекта, в городские, районные исполнительные комитеты, местные администрации районов в городе Минске в порядке, устанавливаемом Советом Министров Республики Беларусь.

Субъект торговли, субъект общественного питания, администрация торгового центра, администрация рынка вправе осуществлять торговлю

в торговом объекте, общественное питание в объекте общественного питания, деятельность торгового центра, деятельность рынка, торговлю через интернет-магазины, торговлю без использования торгового объекта со дня включения сведений о таких торговом объекте, объекте общественного питания, торговом центре, рынке, интернет-магазине, форме торговли в Торговый реестр.

Формы заявлений, предусмотренных частью первой настоящего пункта, устанавливаются Министерством антимонопольного регулирования и торговли.

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

7. Включение сведений в Торговый реестр, внесение изменений в сведения, ранее включенные в Торговый реестр, исключение сведений из Торгового реестра, а также представление информации, содержащейся в Торговом реестре, в электронном виде посредством общегосударственной автоматизированной информационной системы осуществляются на безвозмездной основе.

## **Статья 21. Мероприятия, содействующие развитию торговли и общественного питания**

1. Государственные органы в пределах своих 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 своих полномочий в области торговли и общественного питания:

2.1. предусматривают на основании градостроительных проектов размещение торговых объектов, объектов общественного питания, торговых центров, рынков;

2.2. принимают меры экономического стимулирования строительства и размещения магазинов с торговой площадью триста и менее квадратных метров, в которых реализуются товары регулярного или частого спроса (товары повседневного спроса), в районе жилой застройки (магазины шаговой доступности), фирменных магазинов, иных торговых объектов, объектов

общественного питания, в которых обеспечивается обслуживание ветеранов, лиц, пострадавших от последствий войн, пожилых людей и инвалидов, а также малообеспеченных граждан.

## **Статья 22. Государственные социальные стандарты в области торговли и общественного питания**

В области торговли и общественного питания применяются государственные социальные стандарты, предусмотренные системой государственных социальных стандартов по обслуживанию населения республики, утверждаемой Советом Министров Республики Беларусь.

## **Статья 23. Проведение закупочных и товарных интервенций**

1. Закупочные интервенции проводятся в форме организованных закупок товаров, 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. средств иных источников, не запрещенных законодательством.

## **ГЛАВА 4**

## **ЗАЩИТА КОНКУРЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

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

1. Требования к субъектам торговли, субъектам общественного питания, поставщикам продовольственных товаров, исключающие ограничение конкуренции, определяются антимонопольным законодательством с учетом требований, предусмотренных настоящей статьей.

2. Субъектам торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети,

и поставщикам продовольственных товаров, осуществляющим поставки этих товаров субъектам торговли, запрещается совершать 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, а также:

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 другим субъектам торговли, субъектам общественного питания и поставщикам продовольственных товаров;

2.2. навязывать контрагенту условия о (об):

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, 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 товары передаются субъекту торговли для реализации третьему лицу без перехода к этому субъекту торговли права собственности на товары, 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 группу лиц, либо исполнять такие договоры.

3. Субъект торговли, осуществляющий розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети (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 соответствии с методикой, определяемой Советом Министров Республики Беларусь.

4. Субъект, доля которого за предыдущий финансовый год превысила 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 исполнительные комитеты, в границах которых доля превысила двадцать процентов.

5. С даты опубликования на официальном сайте Национального статистического комитета в сети Интернет официальной статистической информации, указанной в пункте 3 настоящей статьи, субъект не вправе до расчета доли совершать сделки по приобретению, аренде 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 торговых площадей либо земельных участков для строительства и обслуживания торговых объектов для осуществления розничной торговли продовольственными товарами, или совершать иные действия, направленные на увеличение такой площади.

Субъект, доля которого за предыдущий финансовый год превысила двадцать процентов, не вправе с даты 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 процентов.

Действие частей первой и второй настоящего пункта не распространяется на приемку в эксплуатацию торговых объектов и осуществление торговли продовольственными товарами в торговых объектах, строительство которых начато в период, когда доля субъекта не превышала двадцати процентов.

Субъект, доля которого за предыдущий финансовый год составляет двадцать и менее процентов, вправе с даты 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.

7. Установленные настоящей статьей требования распространяются также на действия (бездействие) лиц (субъектов торговли, субъектов общественного питания и поставщиков продовольственных товаров), входящих с субъектом торговли, субъектом общественного питания или поставщиком продовольственных товаров в одну группу лиц.

## **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, если иное не предусмотрено законодательством в области санитарно-эпидемиологического благополучия населения;

вводить ограничения и (или) устанавливать 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;

вводить для субъектов торговли, субъектов общественного питания, 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;

совершать иные действия, которые могут иметь своим результатом 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 ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
В ОБЛАСТИ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.  
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
В ОБЛАСТИ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

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

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 районов в городах в порядке и в пределах полномочий, установленных настоящим Законом и иными законодательными актами.

**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.