

# ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

8 января 2014 г. № 128-3

## **О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь**

*Принят Палатой представителей 16 декабря 2013 года*

*Одобрен Советом Республики 19 декабря 2013 года*

Изменения и дополнения:

Закон Республики Беларусь от 13 июля 2016 г. № 397-3 (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 16.07.2016, 2/2395) <Н11600397>

Настоящий Закон направлен на совершенствование правовых и организационных основ государственного регулирования торговли и общественного питания в Республике Беларусь.

### **ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

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

1. Ассортимент продукции общественного питания – совокупность продукции общественного питания и товаров в определенном соотношении по видам, способам кулинарной обработки и иным признакам.

2. Ассортимент товаров – совокупность товаров в определенном соотношении по видам, моделям, размерам, цветам и иным признакам.

3. Ассортиментный перечень продукции общественного питания – перечень продукции общественного питания и товаров, которые должны быть в продаже в объекте общественного питания постоянно или в течение периода, предназначенного для их продажи.

4. Ассортиментный перечень товаров – перечень товаров, которые должны быть в продаже в торговом объекте, в котором осуществляется розничная торговля (далее – розничный торговый объект), постоянно или в течение периода, предназначенного для их продажи.

5. Группа лиц – совокупность физических лиц и (или) юридических лиц, соответствующих одному или нескольким из следующих признаков:

5.1. хозяйственное общество (товарищество) и физическое лицо или юридическое лицо, если такое физическое лицо или такое юридическое лицо имеют в силу своего участия в этом хозяйственном обществе (товариществе) либо в соответствии с полномочиями, полученными в том числе на основании соглашения от других лиц, более пятидесяти процентов общего количества голосов, приходящихся на голосующие акции, доли в уставном фонде этого хозяйственного общества (товарищества);

5.2. субъект торговли или субъект общественного питания и физическое лицо или юридическое лицо, если такое физическое лицо или такое юридическое лицо осуществляют функции единоличного исполнительного органа этого субъекта торговли или субъекта общественного питания;

5.3. субъект торговли или субъект общественного питания и физическое лицо или юридическое лицо, если такое физическое лицо или такое юридическое лицо на основании учредительных документов этого субъекта торговли или этого субъекта общественного



питания либо заключенного с этим субъектом торговли или этим субъектом общественного питания договора (соглашения) вправе давать этому субъекту торговли или этому субъекту общественного питания обязательные для исполнения указания;

5.4. субъекты торговли или субъекты общественного питания, в которых более пятидесяти процентов количественного состава коллегиального исполнительного органа и (или) совета директоров (наблюдательного совета, совета фонда) составляют одни и те же физические лица;

5.5. лица, каждое из которых по какому-либо признаку, указанному в подпунктах 5.1–5.4 настоящего пункта, входит в группу с одним и тем же лицом, а также другие лица, входящие с любым из таких лиц в группу по какому-либо признаку, указанному в подпунктах 5.1–5.4 настоящего пункта;

5.6. хозяйственное общество (товарищество), физические лица и (или) юридические лица, которые по какому-либо признаку, указанному в подпунктах 5.1–5.5 настоящего пункта, входят в одну группу лиц, если такие физические лица и (или) юридические лица имеют в силу своего совместного участия в этом хозяйственном обществе (товариществе) либо в соответствии с полномочиями, полученными от других лиц, более пятидесяти процентов общего количества голосов, приходящихся на голосующие акции, доли в уставном фонде этого хозяйственного общества (товарищества).

6. Группа товаров – совокупность товаров, имеющих аналогичное функциональное назначение и обладающих сходным составом потребительских свойств и показателей.

7. Дискриминационные условия – условия осуществления торговли, общественного питания, поставки товаров, при которых субъект торговли, субъект общественного питания, поставщик товаров или несколько субъектов торговли, субъектов общественного питания, поставщиков товаров поставлены в неравное положение по сравнению с другим субъектом торговли, субъектом общественного питания, поставщиком товаров или другими субъектами торговли, субъектами общественного питания, поставщиками товаров, в том числе в части предоставления преимуществ или установления ограничений по продаже, поставке товаров (групп товаров).

8. Интернет-магазин – информационный ресурс субъекта торговли в глобальной компьютерной сети Интернет (далее – сеть Интернет), позволяющий осуществить заказ на приобретение или выбор и приобретение товаров без (вне) торгового объекта.

9. Магазин – стационарный торговый объект, имеющий торговое помещение.

10. Магазин современного формата – магазин самообслуживания, в котором реализуются товары разнообразного назначения (применения) (далее – универсальный ассортимент товаров), оказываются услуги населению, с торговой площадью четыреста и более квадратных метров.

11. Магазин шаговой доступности – магазин, в котором реализуется универсальный ассортимент товаров, либо специализированный магазин, в которых реализуются товары регулярного или частого спроса (товары повседневного спроса), расположенные в районе жилой застройки, с торговой площадью триста и менее квадратных метров.

12. Нестационарный объект общественного питания – временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, вне зависимости от присоединения или неприсоединения к инженерным коммуникациям и летнее (сезонное) кафе, оснащенные специальным оборудованием.

13. Нестационарный торговый объект – временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, вне зависимости от присоединения или неприсоединения к инженерным коммуникациям и передвижные средства развозной торговли, оснащенные торговым оборудованием, а также передвижные средства разносной торговли.

14. Общественное питание – предпринимательская деятельность, направленная на производство продукции общественного питания, продажу и организацию потребления

продукции общественного питания и товаров с оказанием либо без оказания услуг, связанных с осуществлением общественного питания.

15. Объект общественного питания – капитальное строение (здание, сооружение) или его часть (части) либо временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, и летнее (сезонное) кафе, оснащенные специальным оборудованием, предназначенным для осуществления общественного питания.

16. 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, если иное не установлено законодательными актами Республики Беларусь.

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

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

19. Продукция общественного питания – кулинарная продукция, хлебобулочные, кондитерские изделия и напитки, производимые при осуществлении общественного питания.

20. Развозная торговля – розничная торговля, осуществляемая вне стационарных торговых объектов с использованием передвижных средств развозной торговли, представляющих собой специально оборудованные для торговли транспортные средства (автомагазины).

21. Разносная торговля – розничная торговля, осуществляемая вне стационарных торговых объектов с использованием передвижных средств разносной торговли, представляющих собой специальные приспособления для торговли (торговые автоматы, тележки, лотки, корзины и иные приспособления), либо без них.

22. Розничная торговля – вид торговли, связанный с приобретением и продажей товаров для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью, если иное не установлено законодательными актами Республики Беларусь.

23. 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.

24. Сеть общественного питания – два и более стационарных объекта общественного питания, которые принадлежат на законном основании одному субъекту общественного питания либо группе лиц или в которых осуществляется деятельность несколькими субъектами общественного питания с использованием одного средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг, в том числе на условиях договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга).

25. Специализированный магазин – магазин, в котором реализуются товары, восемьдесят и более процентов которых относятся к одной группе товаров.

26. Специализированный рынок – рынок, на котором восемьдесят и более процентов торговых мест предназначено для осуществления продажи одной группы товаров.

27. Стабилизационные фонды товаров – запасы отдельных товаров, создаваемые по решению Совета Министров Республики Беларусь.

28. Стационарный объект общественного питания – капитальное строение (здание, сооружение), присоединенное к инженерным коммуникациям, или его часть (части), оснащенные специальным оборудованием.

29. Стационарный торговый объект – капитальное строение (здание, сооружение), присоединенное к инженерным коммуникациям, или его часть (части), оснащенные торговым оборудованием.

30. Субъект общественного питания – юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, осуществляющие общественное питание на территории Республики Беларусь.

31. Субъект торговли – юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, осуществляющие торговлю на территории Республики Беларусь.

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

33. Торговая зона – часть территории рынка, предназначенная для продажи определенных групп товаров.

34. Торговая площадь – площадь торгового помещения.

35. Торговая сеть – два и более стационарных торговых объекта, которые принадлежат на законном основании одному субъекту торговли либо группе лиц или в которых осуществляется деятельность несколькими субъектами торговли с использованием одного средства индивидуализации участников гражданского оборота, товаров, работ или услуг, в том числе на условиях договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга).

36. Торговля – предпринимательская деятельность, направленная на приобретение и продажу товаров с оказанием или без оказания услуг, связанных с продажей товаров.

37. Торговое место – оборудованное место на рынке, предоставленное для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг).

38. Торговое помещение – часть магазина, включающая торговый зал, а также помещения для оказания услуг, связанных с продажей товаров (при их наличии).

39. Торговый зал – часть торгового помещения, предназначенная для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей, прохода покупателей и проведения денежных расчетов с ними при продаже товаров.

40. Торговый объект – капитальное строение (здание, сооружение) или его часть (части) либо временная конструкция, не являющаяся капитальным строением (зданием, сооружением) или его частью, оснащенные торговым оборудованием, предназначенным для продажи товаров, а также передвижные средства развозной и разносной торговли.

41. 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 реализуется универсальный ассортимент товаров и оказываются услуги населению.

42. Универсальный рынок – рынок, на котором менее восьмидесяти процентов торговых мест предназначено для осуществления продажи одной группы товаров.

43. Ярмарка – мероприятие, организованное в определенном месте и в определенное время с предоставлением мест для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) либо заключения договоров, предусматривающих поставки товаров, информация о котором заранее публично доведена до неопределенного круга лиц.

## **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 пунктом 4 статьи 15 и подпунктом 6.3 пункта 6 статьи 17 настоящего Закона;

2.2. осуществлением внешнеторговой деятельности;

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

2.4. государственными закупками товаров (работ, услуг);

2.5. передачей имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности;

2.6. заключением договоров контрактации.

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

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

### **Статья 3. Законодательство Республики Беларусь в области торговли и общественного питания**

1. Законодательство Республики Беларусь в области торговли и общественного питания основывается на Конституции Республики Беларусь и состоит из настоящего Закона, других актов законодательства Республики Беларусь.

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

### **Статья 4. Государственное регулирование торговли и общественного питания**

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

1.1. соблюдение равенства прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей на осуществление 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 свободной конкуренции;

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

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

- 2.1. определение и реализация государственной политики;
- 2.2. лицензирование в случаях и порядке, предусмотренных законодательными актами Республики Беларусь;
- 2.3. техническое нормирование, стандартизация, подтверждение соответствия требованиям технических нормативных правовых актов в области технического нормирования и стандартизации в случаях и порядке, предусмотренных законодательством Республики Беларусь;
- 2.4. установление требований к организации и осуществлению торговли и общественного питания;
- 2.5. установление требований к заключению и исполнению договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, между субъектом торговли, субъектом общественного питания и поставщиком продовольственных товаров;
- 2.6. введение ограничений и (или) запретов на осуществление торговли и общественного питания, в том числе отдельными товарами;
- 2.7. ценообразование в области торговли и общественного питания;
- 2.8. 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. установление нормативов государственных социальных стандартов в области торговли и общественного питания;
- 2.12. осуществление контроля 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 Республики Беларусь.

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

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

Совет Министров Республики Беларусь в области торговли и общественного питания: обеспечивает проведение единой государственной политики;

утверждает нормативы государственных социальных стандартов;

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

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

определяет порядок создания и ведения Торгового реестра Республики Беларусь (далее – Торговый реестр), состав включаемых в него сведений, порядок внесения в Торговый реестр сведений, исключения из него таких сведений, порядок представления заинтересованным лицам информации, содержащейся в Торговом реестре;

определяет порядок формирования и использования стабилизационных фондов товаров;

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

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

## **Статья 7. Полномочия Министерства торговли Республики Беларусь в области торговли и общественного питания**

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

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

1.2. проводит анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития торговли и общественного питания, оценку эффективности применения мер по их поддержке, готовит на основании анализа и оценки эффективности прогноз развития торговли и общественного питания;

1.3. разрабатывает и утверждает отраслевые программы развития торговли и общественного питания в порядке, определенном Советом Министров Республики Беларусь, и обеспечивает их реализацию;

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

1.5. проводит анализ состояния потребительского рынка, осуществления торговли и общественного питания, в том числе на основании официальной статистической информации, данных таможенной статистики внешней торговли Республики Беларусь и статистики взаимной торговли Республики Беларусь – с государствами – членами Таможенного союза;

1.6. разрабатывает меры, направленные на создание условий для развития конкуренции в области торговли и общественного питания;

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

1.8. осуществляет контроль в области торговли и общественного питания в порядке, установленном законодательными актами Республики Беларусь;

1.9. применяет к субъектам торговли, субъектам общественного питания, виновным в нарушении законодательства Республики Беларусь в области торговли и общественного питания, меры ответственности в случаях и порядке, установленных законодательными актами Республики Беларусь;

1.10. разрабатывает и утверждает:

совместно с заинтересованными государственными органами рационы (нормы) питания для категорий населения, финансирование питания которых полностью или частично осуществляется за счет бюджетных средств;

технологические требования к организации процессов продажи товаров, производству продукции общественного питания и контролю ее качества;

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

классификацию объектов общественного питания по типам и классам, а также критерии отнесения объектов общественного питания к классам и подразделения их на типы;

в зависимости от типа и вида торгового объекта, наличия торговой площади и ее размера на основании предложений областных и Минского городского исполнительных комитетов перечень товаров с указанием количества их разновидностей (моделей, размеров, артикулов, сортов, иных разновидностей товаров), подлежащих включению субъектами торговли в ассортиментный перечень товаров (далее – перечень товаров, подлежащих включению в ассортиментный перечень товаров);

в зависимости от типа и класса объекта общественного питания на основании предложений областных и Минского городского исполнительных комитетов перечень продукции общественного питания с указанием количества ее наименований, а также перечень товаров с указанием количества их разновидностей (моделей, размеров, артикулов, сортов, иных разновидностей товаров), подлежащих включению субъектами общественного питания в ассортиментный перечень продукции общественного питания (далее – перечень продукции общественного питания и товаров, подлежащих включению в ассортиментный перечень продукции общественного питания);

порядок подтверждения наличия документов о качестве и безопасности товаров при их продаже (совместно с Государственным комитетом по стандартизации Республики Беларусь, Министерством здравоохранения Республики Беларусь, Министерством сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь);

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

порядок оформления и учета счетов при расчетах официантами (барменами) покупателей в объектах общественного питания.

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

## **Статья 8. Полномочия местных Советов депутатов, исполнительных и распорядительных органов в области торговли и общественного питания**

1. Областные, городские (включая Минский городской), районные Советы депутатов утверждают региональные программы развития торговли и общественного питания соответствующей административно-территориальной единицы, осуществляют контроль за выполнением этих программ и утверждают отчеты об их исполнении.

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

2.1. проводят анализ состояния потребительского рынка, финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития торговли и общественного питания, оценку эффективности применения мер по их поддержке, прогноз развития торговли и общественного питания;

2.2. разрабатывают и реализуют региональные программы развития торговли и общественного питания;

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

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



2.5. осуществляют контроль в области торговли и общественного питания в порядке, установленном законодательными актами Республики Беларусь.

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

3.1. разрабатывают и утверждают схемы размещения стационарных торговых объектов, стационарных объектов общественного питания, торговых центров, рынков с учетом:

государственных социальных стандартов в области торговли и общественного питания;

оптимального размещения магазинов шаговой доступности, магазинов современного формата, магазинов с торговой площадью три тысячи и более квадратных метров (далее – крупный магазин);

требований законодательства Республики Беларусь об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности;

3.2. разрабатывают и утверждают перечни мест размещения нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания.

4. Областные, городские (включая Минский городской), районные исполнительные комитеты осуществляют иные полномочия в соответствии с настоящим Законом и иными актами законодательства Республики Беларусь.

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

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

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

2.1. участие в разработке проектов нормативных правовых актов Республики Беларусь в области торговли и общественного питания, региональных и отраслевых программ развития торговли и общественного питания;

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

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

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

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

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

## **ГЛАВА 2 ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНИЗАЦИИ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ ТОРГОВЛИ И**

## **ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ, ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ И РЫНКОВ, ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СУБЪЕКТОВ ТОРГОВЛИ, СУБЪЕКТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ, ПОСТАВЩИКОВ ТОВАРОВ**

### **Статья 10. Требования к организации и осуществлению торговли**

1. Субъекты торговли, осуществляющие оптовую торговлю, организуют хранение и переработку товаров, формируют их запасы в объеме и ассортименте, необходимых для обеспечения населения разнообразными товарами, оказывают информационные, транспортные и иные услуги, связанные с продажей товаров.

Требования к осуществлению оптовой торговли устанавливаются законодательными актами Республики Беларусь и постановлениями Совета Министров Республики Беларусь.

2. Розничная торговля осуществляется в стационарных, нестационарных торговых объектах, без (вне) торговых объектов.

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

3. При организации и осуществлении торговли субъекты торговли вправе определять:

3.1. виды торговли (розничная, оптовая);

3.2. формы торговли (комиссионная торговля, торговля в стационарных торговых объектах, нестационарных торговых объектах, без (вне) торговых объектов, в том числе на ярмарках, развозная торговля, разносная торговля и иные формы торговли), виды и типы розничных торговых объектов в соответствии с классификациями, утверждаемыми Министерством торговли Республики Беларусь;

3.3. 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, используемые при осуществлении торговли;  
способы доведения до покупателей информации о товарах и об оказываемых услугах, связанных с продажей товаров;

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

3.5. порядок размещения рекламы внутри торгового объекта;

3.6. условия заключения договоров купли-продажи товаров, договоров возмездного оказания услуг, если иное не установлено статьями 12 и 26 настоящего Закона, иными законодательными актами Республики Беларусь;

3.7. иные условия организации и осуществления торговли.

4. Субъекты торговли обязаны представлять сведения для включения в Торговый реестр, внесения изменений и дополнений в сведения, внесенные в Торговый реестр, исключения сведений, внесенных в Торговый реестр.

### **Статья 11. Требования к организации и осуществлению общественного питания**

1. Общественное питание осуществляется в объектах общественного питания, которые подразделяются на типы и имеют классы либо не имеют классов, а также вне объектов общественного питания по заказам.

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

3. При организации и осуществлении общественного питания субъекты общественного питания вправе определять:

3.1. тип объекта общественного питания (ресторан, кафе, бар, столовая, буфет и иные типы), его класс (люкс, высший, первый) в соответствии с классификацией, утверждаемой Министерством торговли Республики Беларусь, если для создаваемого объекта предусмотрено отнесение к классам;

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

ассортимент продукции общественного питания;

меню;

перечень оказываемых услуг, связанных с осуществлением общественного питания;

количество, типы, модели специального 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;

3.3. цены (тарифы) на продукцию общественного питания и товары, оказываемые услуги, связанные с осуществлением общественного питания, если иное не установлено законодательством Республики Беларусь;

3.4. порядок размещения рекламы внутри объекта общественного питания;

3.5. иные условия организации и осуществления общественного питания.

4. Субъекты общественного питания обязаны представлять сведения для включения в Торговый реестр, внесения изменений и дополнений в сведения, внесенные в Торговый реестр, исключения сведений, внесенных в Торговый реестр.

**Статья 12. 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 посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъект общественного питания, осуществляющий общественное питание посредством организации сети общественного питания, обязаны обеспечивать поставщику продовольственных товаров доступ к информации об условиях отбора контрагента и другой информации, направленной на защиту конкуренции и необходимой для заключения договоров, предусматривающих поставки товаров, путем размещения соответствующей информации на своих сайтах в сети Интернет или путем представления запрашиваемой информации безвозмездно в четырнадцатидневный срок со дня получения соответствующего запроса.

2. Поставщик продовольственных товаров обязан обеспечивать субъекту торговли, осуществляющему розничную торговлю посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъекту общественного питания, осуществляющему общественное питание посредством организации сети общественного питания, доступ к информации об условиях отбора контрагента и другой информации, направленной на защиту конкуренции и 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 или путем представления запрашиваемой информации безвозмездно в четырнадцатидневный срок со дня получения соответствующего запроса.

3. При заключении договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, субъект торговли, осуществляющий розничную торговлю посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъект общественного питания, осуществляющий общественное питание посредством организации сети общественного питания, и поставщик продовольственных товаров (далее для целей настоящей статьи –

стороны) определяют цену договора исходя из цены продовольственных товаров, установленной соглашением сторон с учетом требований законодательства Республики Беларусь о ценообразовании.

4. Не допускается установление сторонами 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. требования 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 субъекта торговли, осуществляющего розничную торговлю посредством организации торговой сети или крупного магазина, субъекта общественного питания, осуществляющего общественное питание посредством организации сети общественного питания, оказывать поставщику продовольственных товаров услуги по рекламированию продовольственных товаров, маркетингу и другие подобные услуги, направленные на продвижение этих товаров.

5. Оказание поставщику продовольственных товаров услуг, указанных в подпункте 4.4 пункта 4 настоящей статьи, осуществляется на основании договоров возмездного оказания соответствующих услуг, иных гражданско-правовых договоров, не предусматривающих поставки продовольственных товаров.

При заключении сторонами договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, понуждение контрагента к заключению договоров возмездного оказания услуг, иных гражданско-правовых договоров, направленных на продвижение этих товаров, не допускается.

6. Установление сторонами в договорах, предусматривающих поставки продовольственных товаров, иных гражданско-правовых договорах вознаграждений за осуществление субъектом торговли операций, относящихся к торгово-технологическому процессу, в том числе разгрузки транспорта, приемки продовольственных товаров по количеству и качеству, перемещения к месту хранения, подготовки продовольственных товаров к продаже, фасовки, выкладки продовольственных товаров в торговом зале и на торговом оборудовании, продажи продовольственных товаров и обслуживания покупателей, не допускается.

7. В случае, если сторонами 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 со дня приемки таких товаров субъектом торговли, субъектом общественного питания;

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 со дня приемки таких товаров субъектом торговли, субъектом общественного питания;

продовольственные товары, на которые срок годности (срок хранения) установлен свыше тридцати дней, подлежат оплате в срок не позднее чем сорок пять календарных дней со дня приемки таких товаров субъектом торговли, субъектом общественного питания.

Порядок осуществления оплаты продовольственных товаров в случаях, предусмотренных частью первой настоящего пункта, определяется соглашением сторон.

### **Статья 13. Требования к созданию стационарных торговых объектов, стационарных объектов общественного питания**

1. Создание стационарных торговых объектов с торговой площадью четырехста и более квадратных метров, в том числе магазинов современного формата, стационарных объектов общественного питания с числом мест шестьдесят и более осуществляется в соответствии со схемами размещения стационарных торговых объектов, стационарных объектов общественного питания, торговых центров, рынков на территории соответствующей административно-территориальной единицы, разрабатываемыми и утверждаемыми городскими (включая Минский городской), районными исполнительными комитетами.

Стационарные торговые объекты с торговой площадью до четырехсот квадратных метров, в том числе магазины шаговой доступности, стационарные объекты общественного питания с числом мест до шестидесяти создаются вне зависимости от наличия их на схемах, указанных в части первой настоящего пункта.

2. Стационарные торговые объекты, стационарные объекты общественного питания должны соответствовать санитарно-эпидемиологическим, противопожарным, природоохранным и иным требованиям законодательства Республики Беларусь.

3. Стационарный торговый объект, стационарный объект общественного питания считаются созданными со дня внесения сведений о них в Торговый реестр.

### **Статья 14. Особенности размещения нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания**

1. Размещение нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания на землях общего пользования населенных пунктов, садоводческих товариществ, дачных кооперативов, в капитальных строениях (зданиях, сооружениях), находящихся в государственной собственности, осуществляется в соответствии с перечнями мест размещения нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания.

Перечни мест размещения нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания разрабатываются и утверждаются городскими (включая Минский городской), районными исполнительными комитетами и включают места размещения нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания, расположенные:

на землях общего пользования населенных пунктов, садоводческих товариществ, дачных кооперативов, в капитальных строениях (зданиях, сооружениях), находящихся в собственности административно-территориальных единиц, определенных городскими (включая Минский городской), районными исполнительными комитетами;

в капитальных строениях (зданиях, сооружениях), находящихся в государственной собственности, на основании предложений государственных юридических лиц, которым эти капитальные строения (здания, сооружения) принадлежат на праве хозяйственного ведения или оперативного управления.

2. Порядок размещения и использования нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания в стационарном торговом объекте, стационарном объекте общественного питания, ином капитальном строении (здании, сооружении), находящемся в частной собственности, устанавливается собственником

стационарного торгового объекта, стационарного объекта общественного питания, иного капитального строения (здания, сооружения) с учетом требований, определенных законодательством Республики Беларусь.

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

4. Предоставление субъектам торговли, субъектам общественного питания мест для размещения нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания, включенных в перечни мест размещения нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания, осуществляется в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь.

5. Нестационарные торговые объекты, нестационарные объекты общественного питания должны соответствовать санитарно-эпидемиологическим, противопожарным, природоохранным и иным требованиям законодательства Республики Беларусь.

6. Субъекты торговли вправе осуществлять торговлю в нестационарных торговых объектах, субъекты общественного питания – общественное питание в нестационарных объектах общественного питания со дня внесения сведений об этих субъектах в Торговый реестр.

## **Статья 15. Требования к организации ярмарок**

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

2. Организатор ярмарки:

2.1. согласовывает место и время проведения ярмарки на республиканском уровне с Министерством торговли Республики Беларусь, на местном – с областными, городскими (включая Минский городской), районными исполнительными комитетами по месту ее проведения;

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

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 требований законодательства Республики Беларусь, в том числе о защите прав потребителей, санитарно-эпидемиологическом благополучии населения.

3. Места проведения ярмарок должны соответствовать санитарно-эпидемиологическим, противопожарным, природоохранным и иным требованиям законодательства Республики Беларусь.

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

5. Размер платы за предоставление мест для продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) на ярмарке, а также за оказание услуг, связанных с такой продажей (уборка территории, проведение ветеринарно-санитарной экспертизы и другие услуги), определяется организатором ярмарки с учетом необходимости компенсации затрат на ее организацию.

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

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

### **Статья 16. Требования к созданию торговых центров и организации их работы**

1. Создание торговых центров осуществляется в соответствии со схемами размещения стационарных торговых объектов, стационарных объектов общественного питания, торговых центров, рынков на территории соответствующей административно-территориальной единицы, разрабатываемыми и утверждаемыми городскими (включая Минский городской), районными исполнительными комитетами.

2. Торговые центры должны соответствовать санитарно-эпидемиологическим, противопожарным, природоохранным и иным требованиям законодательства Республики Беларусь.

3. Торговый центр считается созданным со дня внесения сведений о нем в Торговый реестр.

4. Юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, создавшие торговый центр (далее – администрация торгового центра):

4.1. определяют специализацию торгового центра;

4.2. устанавливают режим работы торгового центра по согласованию с городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией района в городе Минске по месту нахождения торгового центра;

4.3. разрабатывают и утверждают схему размещения в торговом центре розничных торговых объектов, объектов общественного питания и иных объектов с указанием на экспликацию размеров торговой площади, видов и типов розничных торговых объектов, количества мест и типов объектов общественного питания, площади иных объектов и размещают ее на доступном для покупателей месте;

4.4. доводят 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;

4.5. заключают 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 для размещения розничных торговых объектов и иных объектов;

4.6. принимают меры по соблюдению продавцами законодательства Республики Беларусь о защите прав потребителей, а также санитарно-эпидемиологических, противопожарных, природоохранных и иных требований законодательства Республики Беларусь.

5. Организация и предоставление в торговом центре мест для размещения розничных торговых объектов, объектов общественного питания и иных объектов, не предусмотренных схемой размещения в торговом центре розничных торговых объектов, объектов общественного питания и иных объектов, не допускаются.

### **Статья 17. 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. Создание рынков осуществляется в соответствии со схемами размещения стационарных торговых объектов, стационарных объектов общественного питания, торговых центров, рынков на территории соответствующей административно-

территориальной единицы, разрабатываемыми и утверждаемыми городскими (включая Минский городской), районными исполнительными комитетами, на которых указываются их тип и специализация.

Потребность в рынках того или иного типа определяется городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией района в городе Минске исходя из необходимости обеспечения населения этой административно-территориальной единицы определенными товарами.

3. Рынок создается на основании разрешения, выданного юридическому лицу, индивидуальному предпринимателю городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией района в городе Минске по месту нахождения рынка.

4. Рынки должны соответствовать санитарно-эпидемиологическим, противопожарным, природоохранным и иным требованиям законодательства Республики Беларусь.

5. Рынок считается созданным со дня внесения сведений о нем в Торговый реестр.

6. Юридическое лицо, индивидуальный предприниматель, создавшие рынок (далее – администрация рынка):

6.1. определяют ассортимент товаров, реализуемых на рынке, в зависимости от типа рынка;

6.2. устанавливают режим работы рынка по согласованию с городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией района в городе Минске по месту нахождения рынка;

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

6.4. формируют и ведут реестр продавцов и реестр договоров о предоставлении торговых мест;

6.5. принимают меры по соблюдению продавцами законодательства Республики Беларусь о защите прав потребителей, а также санитарно-эпидемиологических, противопожарных, природоохранных и иных требований законодательства Республики Беларусь.

7. Торговые места размещаются на основе схемы рынка, разрабатываемой и утверждаемой администрацией рынка по согласованию с городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией района в городе Минске, органом государственного пожарного надзора 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 зон, торговых мест, торговых объектов, объектов общественного питания, иных объектов с указанием на экспликации размеров торговых мест, торговой площади, видов и типов розничных торговых объектов, количества мест и типов объектов общественного питания, площади иных объектов.

8. 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, ведущими личные подсобные хозяйства или занимающимися садоводством, огородничеством, животноводством:

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



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

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

9. Предоставление торговых мест, торговых объектов, объектов общественного питания, иных объектов, не предусмотренных схемой рынка, не допускается.

10. Торговые места предоставляются продавцам на основании договоров аренды или иных договоров, содержащих элементы договора аренды (смешанный договор), либо на основании договоров безвозмездного пользования.

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

12. Порядок создания юридическим лицом, индивидуальным предпринимателем рынка, в том числе порядок выдачи разрешения на его создание, прекращения его деятельности, требования к оборудованию, содержанию рынков, продаже товаров на торговых местах, порядок предоставления торговых мест, формирования и ведения реестра продавцов и реестра договоров о предоставлении торговых мест, перечень запрещенных к продаже товаров определяются Советом Министров Республики Беларусь.

### **Статья 18. Требования к созданию фирменных магазинов, фирменных секций и организации их работы**

1. Создание фирменных магазинов, фирменных секций осуществляется юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, являющимися производителями товаров (далее для целей настоящей статьи – товаропроизводитель), либо субъектами торговли, получившими право продажи товаров конкретного товаропроизводителя с использованием товарного знака либо фирменного наименования этого товаропроизводителя, в том числе на условиях договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга).

2. Фирменная секция создается субъектом торговли либо товаропроизводителем на торговой площади торгового объекта.

3. В фирменном магазине, фирменной секции помимо продажи товаров также обеспечиваются изучение покупательского спроса и подготовка предложений товаропроизводителям об обновлении ассортимента товаров, улучшении качества и повышении их конкурентоспособности.

### **Статья 19. Требования к осуществлению торговли с использованием сети Интернет**

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

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

3. Субъект торговли вправе осуществлять розничную торговлю с использованием сети Интернет только через интернет-магазины, зарегистрированные в Торговом реестре, и с использованием доменного имени, право на администрирование которого получено субъектом торговли в порядке, установленном законодательством Республики Беларусь.

4. Субъект торговли, осуществляющий розничную торговлю через интернет-магазин, вправе использовать иные информационные ресурсы сети Интернет для размещения

информации о продаже товаров при наличии в этой информации адресации (гиперссылки) на зарегистрированный субъектом торговли в Торговом реестре интернет-магазин.

5. Собственники (владельцы) информационных ресурсов, оказывающие субъектам торговли услуги, связанные с осуществлением этими субъектами торговли розничной торговли через интернет-магазин (далее для целей настоящей статьи – услуги):

5.1. предусматривают при заключении договора об оказании услуг представление субъектом торговли сведений, подтверждающих регистрацию интернет-магазина в Торговом реестре;

5.2. направляют субъекту торговли, с которым заключен договор об оказании услуг, поступающие владельцу информационного ресурса замечания и предложения о работе такого субъекта торговли для рассмотрения;

5.3. принимают меры по соблюдению продавцами требований законодательства Республики Беларусь о защите прав потребителей.

6. Порядок регистрации интернет-магазинов в Торговом реестре определяется Советом Министров Республики Беларусь.

## **Статья 20. Установление режима работы**

1. Субъекты торговли, субъекты общественного питания, администрации торговых центров, администрации рынков устанавливают режим работы соответствующих торговых объектов, объектов общественного питания, торговых центров, рынков по согласованию с городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией района в городе Минске по месту нахождения торгового объекта, объекта общественного питания, торгового центра, рынка.

Субъекты торговли, осуществляющие розничную торговлю без (вне) торговых объектов, устанавливают режим работы по согласованию с городским, районным исполнительным комитетом, местной администрацией района в городе Минске по месту государственной регистрации такого субъекта торговли.

Субъекты торговли, субъекты общественного питания, торговые объекты, объекты общественного питания которых расположены на территории производственных организаций, учреждений образования, организаций здравоохранения и иных организаций, согласовывают режим работы таких объектов также с органами управления (руководителями) этих организаций.

Режим работы торговых объектов, объектов общественного питания, иных объектов, расположенных в торговом центре, должен, как правило, соответствовать режиму работы торгового центра.

На рынках режим работы на торговых местах устанавливается в договорах аренды или иных договорах, содержащих элементы договора аренды (смешанный договор), либо договорах безвозмездного пользования.

2. Установление режима работы оформляется документом по форме, утверждаемой Министерством торговли Республики Беларусь (далее – документ об установлении режима работы), в котором указываются время начала и окончания работы, перерывы, выходные и санитарные дни.

3. Согласование режима работы торговых объектов, объектов общественного питания, торговых центров, рынков осуществляется при внесении сведений о них в Торговый реестр в порядке, определяемом Советом Министров Республики Беларусь.

4. При согласовании режима работы городские, районные исполнительные комитеты, местные администрации районов в городе Минске не вправе требовать от субъектов торговли, субъектов общественного питания, администраций торговых центров, администраций рынков выполнения дискриминационных условий.

5. Режим работы торговых объектов, объектов общественного питания, торговых центров, рынков, субъектов торговли, осуществляющих розничную торговлю без (вне)

торговых объектов, должен соответствовать режиму работы, указанному в документе об установлении режима работы.

6. В случае необходимости временного продления или приостановления работы торгового объекта, объекта общественного питания, торгового центра, рынка субъект торговли, субъект общественного питания, администрация торгового центра, администрация рынка извещают о продлении или приостановлении работы городской, районный исполнительный комитет, местную администрацию района в городе Минске, которые согласовали режим работы, и доводят до сведения покупателей информацию об этом в порядке, определяемом Советом Министров Республики Беларусь.

### **Статья 21. Установление ассортиментного перечня товаров, ассортиментного перечня продукции общественного питания**

1. Ассортиментный перечень товаров разрабатывается и утверждается субъектом торговли для розничного торгового объекта (за исключением торговых мест, передвижных средств разносной торговли, иных объектов и форм торговли, определенных Советом Министров Республики Беларусь) на основании перечня товаров, подлежащих включению в ассортиментный перечень товаров.

Ассортиментный перечень продукции общественного питания разрабатывается и утверждается субъектом общественного питания для объекта общественного питания на основании перечня продукции общественного питания и товаров, подлежащих включению в ассортиментный перечень продукции общественного питания.

2. В ассортиментном перечне товаров указываются классы и (или) группы товаров, виды товаров и количество их разновидностей (моделей, размеров, артикулов, сортов, иных разновидностей товаров).

В ассортиментном перечне продукции общественного питания указываются виды продукции общественного питания и количество их наименований, виды товаров и количество их разновидностей (моделей, размеров, артикулов, сортов, иных разновидностей товаров).

Ассортиментный перечень товаров, ассортиментный перечень продукции общественного питания размещаются на доступном для покупателей месте.

3. В случаях изменения вида и (или) типа розничного торгового объекта, типа и (или) класса объекта общественного питания, перечня товаров, подлежащих включению в ассортиментный перечень товаров, перечня продукции общественного питания и товаров, подлежащих включению в ассортиментный перечень продукции общественного питания субъект торговли, субъект общественного питания разрабатывают и утверждают соответственно новые ассортиментный перечень товаров, ассортиментный перечень продукции общественного питания.

4. Порядок разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, ассортиментного перечня продукции общественного питания определяется Советом Министров Республики Беларусь.

5. Субъект торговли вправе реализовывать товары, не включенные в ассортиментный перечень товаров, субъект общественного питания – продукцию общественного питания и товары, не включенные в ассортиментный перечень продукции общественного питания, при соблюдении условий их хранения и продажи, установленных законодательством Республики Беларусь.

## **ГЛАВА 3 МЕРЫ ПО РАЗВИТИЮ ТОРГОВЛИ И ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

### **Статья 22. Торговый реестр**

1. Торговый реестр представляет собой единую базу данных Республики Беларусь, включающую:

сведения о торговых объектах, объектах общественного питания, торговых центрах, рынках, интернет-магазинах, субъектах торговли, субъектах общественного питания;

реестры выданных специальных разрешений (лицензий) на оптовую торговлю и хранение алкогольной, непищевой спиртосодержащей продукции, непищевого этилового спирта и табачных изделий и на розничную торговлю алкогольными напитками и (или) табачными изделиями;

сведения о состоянии торговли, в том числе о розничном и оптовом товарообороте, об удельном весе торговых сетей, перечень которых определяется Министерством торговли Республики Беларусь, в общем товарообороте.

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

2. Торговый реестр ведется Министерством торговли Республики Беларусь на основе территориальных баз данных Торгового реестра соответствующих административно-территориальных единиц, передаваемых в Министерство торговли Республики Беларусь областными, городскими, районными исполнительными комитетами, местными администрациями районов в городе Минске, а также официальной статистической информации.

3. Областные, городские, районные исполнительные комитеты, местные администрации районов в городе Минске формируют территориальную базу данных Торгового реестра соответствующей административно-территориальной единицы в порядке, определяемом Советом Министров Республики Беларусь.

4. Сведения, предусмотренные абзацами вторым и четвертым части первой пункта 1 настоящей статьи, вносятся в Торговый реестр на основании заявления субъекта торговли, субъекта общественного питания, администрации торгового центра, администрации рынка о включении сведений в Торговый реестр, направляемого в городской, районный исполнительный комитет, местную администрацию района в городе Минске. К заявлению о внесении сведений в Торговый реестр прилагается заявление о согласовании режима работы торгового объекта, объекта общественного питания, торгового центра, рынка, субъекта торговли, осуществляющего розничную торговлю без (вне) торговых объектов. Форму заявления о включении сведений в Торговый реестр утверждает Министерство торговли Республики Беларусь.

Истребование документов от субъекта торговли, субъекта общественного питания, администрации торгового центра, администрации рынка, не предусмотренных частью первой настоящего пункта, для внесения сведений в Торговый реестр не допускается.

5. Сведения о торговых объектах, объектах общественного питания, торговых центрах, рынках, интернет-магазинах, субъектах торговли, субъектах общественного питания, содержащиеся в Торговом реестре, размещаются Министерством торговли Республики Беларусь на официальном сайте в сети Интернет.

6. Установление платы за внесение в Торговый реестр сведений, указанных в пункте 1 настоящей статьи, не допускается.

### **Статья 23. 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. стимулированию использования результатов научных исследований и разработок, новых технологических процессов;

1.4. стимулированию деловой активности субъектов торговли и обеспечению взаимодействия субъектов торговли и поставщиков товаров путем организации и проведения ярмарок для заключения договоров, предусматривающих поставки товаров;

1.5. привлечению субъектов торговли, субъектов общественного питания на договорной основе к реализации государственных и отраслевых программ и заказов;

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

1.7. приватизации торговых объектов, объектов общественного питания;

1.8. освоению экономически малоэффективных зон, экологически неблагоприятных районов;

1.9. содействию в создании общественных объединений и иных некоммерческих организаций, объединяющих субъектов торговли, субъектов общественного питания, поставщиков товаров, потребителей и специалистов в области торговли и общественного питания;

1.10. содействию субъектам торговли, субъектам общественного питания в развитии устойчивой и эффективной системы товародвижения.

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

2.1. предусматривают в градостроительной документации строительство и размещение торговых объектов, объектов общественного питания;

2.2. принимают меры экономического стимулирования строительства и размещения магазинов шаговой доступности, иных торговых объектов, объектов общественного питания, в которых обеспечивается обслуживание ветеранов, лиц, пострадавших от последствий войн, пожилых людей и инвалидов, а также малообеспеченных граждан.

#### **Статья 24. Государственные социальные стандарты в области торговли и общественного питания**

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

1.1. норматив обеспеченности населения торговой площадью (для розничной торговли);

1.2. норматив обеспеченности населения местами в общедоступных объектах общественного питания (для общественного питания);

1.3. норматив обеспеченности работников организаций объектами общественного питания (для общественного питания).

2. Нормативы обеспеченности населения торговой площадью, местами в общедоступных объектах общественного питания, работников организаций объектами общественного питания учитываются в градостроительной документации, отраслевых и региональных программах развития торговли и общественного питания.

#### **Статья 25. Проведение закупочных и товарных интервенций**

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

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

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

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

2. Финансирование закупочных интервенций производится за счет:

2.1. доходов от проведения товарных интервенций;

2.2. привлеченных заемных финансовых средств;

2.3. иных источников, не запрещенных законодательством Республики Беларусь.

#### **ГЛАВА 4**

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

#### **Статья 26. Требования к субъектам торговли, субъектам общественного питания и поставщикам продовольственных товаров**

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

2. Субъектам торговли, осуществляющим торговлю 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, запрещается:

2.1. создавать дискриминационные условия, 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. понуждать контрагента заключать договор с условиями о:

запрете на заключение юридическим лицом, индивидуальным предпринимателем 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;

представлении юридическим лицом, индивидуальным предпринимателем контрагенту 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.

Запрещается также понуждать контрагента заключать договор с иными условиями, если они содержат схожие признаки условий, предусмотренных частью первой настоящего подпункта, а также противоречат требованиям антимонопольного законодательства Республики Беларусь;

2.3. заключать между собой договор комиссии, договор поручения или 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.

3. Субъектам торговли, осуществляющим розничную торговлю посредством организации торговой сети или крупных магазинов, субъектам общественного питания, осуществляющим общественное питание посредством организации сети общественного

питания, запрещается совершать действия, направленные на понуждение поставщика продовольственных товаров, осуществляющего поставки этих товаров в торговые сети или крупные магазины, к заключению договора, предметом которого является приобретение последним нереализованных продовольственных товаров, срок годности (срок хранения) которых истек, а также включать в договоры, предусматривающие поставки продовольственных товаров, условие о возврате ему таких товаров, не проданных по истечении определенного срока.

4. Субъект (субъекты) торговли, осуществляющий (осуществляющие) розничную торговлю посредством организации торговой сети или крупных магазинов (за исключением юридических лиц системы потребительской кооперации), доля которого (которых) в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров в границах города Минска, городов областного подчинения, районов, в которых расположены принадлежащие ему (им) торговые объекты, за предыдущий финансовый год превышает двадцать процентов, не вправе приобретать, арендовать в этих границах дополнительную торговую площадь для осуществления этим субъектом (этими субъектами) розничной торговли или совершать иные действия, направленные на увеличение такой площади.

Сделка, совершенная с нарушением условий, предусмотренных частью первой настоящего пункта, ничтожна.

## **Статья 27. 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;

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

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

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

устанавливать в договорах, предусматривающих передачу прав на средства индивидуализации участников гражданского оборота товаров, работ или услуг, в том числе на условиях договора комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), условия, которые могут иметь своим результатом координирование 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 розничных торговых объектов и иных объектов в торговом центре, торгового места;

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 28. Соглашения между общественными объединениями и иными некоммерческими организациями, объединяющими субъектов торговли, субъектов общественного питания, и общественными**

**объединениями и иными некоммерческими организациями,  
объединяющими поставщиков товаров**

1. Общественные объединения и иные некоммерческие организации, объединяющие субъектов торговли, субъектов общественного питания, вправе заключать соглашения с общественными объединениями и иными некоммерческими организациями, объединяющими поставщиков товаров, в целях решения вопросов, связанных с заключением между ними договоров и исполнением ими договоров на взаимовыгодных условиях.

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

**ГЛАВА 5  
КОНТРОЛЬ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ОБЛАСТИ ТОРГОВЛИ И  
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**

**Статья 29. Контроль в области торговли и общественного питания**

Контроль в области торговли и общественного питания осуществляется органами Комитета государственного контроля Республики Беларусь, Министерством торговли Республики Беларусь, областными, городскими (включая Минский городской), районными исполнительными комитетами, а контроль за соблюдением требований, предусмотренных статьями 12, 26–28 настоящего Закона, – также Департаментом ценовой политики Министерства экономики Республики Беларусь в порядке и в пределах полномочий, установленных законодательными актами Республики Беларусь.

**Статья 30. Приостановление (запрет) продажи товаров**

1. При установлении в ходе проверки субъекта торговли, субъекта общественного питания случаев продажи товаров, не соответствующих установленным нормативными правовыми актами Республики Беларусь, в том числе обязательными для соблюдения техническими нормативными правовыми актами, требованиям к качеству и безопасности товаров, продажи товаров без предусмотренных законодательством Республики Беларусь сопроводительных документов, подтверждающих приобретение (поступление) либо отпуск товаров для реализации, или при наличии не соответствующих действительности документов и (или) документов, подтверждающих качество и безопасность товаров, либо с истекшими сроками годности и (или) сроками хранения, сроками службы, либо без указания таких сроков, если их установление обязательно, а также в иных случаях, предусмотренных законодательными актами Республики Беларусь, органы, указанные в статье 29 настоящего Закона, вправе в порядке, установленном законодательными актами Республики Беларусь, вынести в отношении проверяемых субъекта торговли, субъекта общественного питания требование (предписание) о приостановлении (запрете) продажи таких товаров.

2. Требование (предписание) о приостановлении (запрете) продажи товаров, предусмотренное пунктом 1 настоящей статьи, может быть вынесено по одному или нескольким торговым объектам, объектам общественного питания проверяемых субъекта торговли, субъекта общественного питания.

**Статья 31. Ответственность за нарушение законодательства Республики  
Беларусь в области торговли и общественного питания**



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

## **ГЛАВА 6 ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **Статья 32. Внесение изменения и дополнений в Гражданский кодекс Республики Беларусь**

Внести в Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 года (Ведамасці Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь, 1999 г., № 7–9, ст. 101) следующие изменение и дополнения:

1. Первое предложение пункта 2 статьи 391 изложить в следующей редакции:

«2. Если иное не предусмотрено законодательными актами, стороны могут заключать договор, в котором содержатся элементы различных договоров, предусмотренных законодательством (смешанный договор).».

2. Пункт 1 статьи 458 после слов «предусмотренный договором,» и «срок договором» дополнить соответственно словами «если иное не предусмотрено законодательством,» и «или законодательством».

### **Статья 33. Признание утратившими силу некоторых законов Республики Беларусь и отдельного положения закона Республики Беларусь**

Признать утратившими силу:

Закон Республики Беларусь от 28 июля 2003 года «О торговле» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2003 г., № 87, 2/981);

Закон Республики Беларусь от 26 ноября 2003 года «О внесении дополнения в Закон Республики Беларусь «О торговле» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2003 г., № 133, 2/996);

статью 43 Закона Республики Беларусь от 20 июля 2006 года «О внесении изменений и дополнений в некоторые законы Республики Беларусь по вопросам технического нормирования, стандартизации и оценки соответствия требованиям технических нормативных правовых актов в области технического нормирования и стандартизации» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2006 г., № 122, 2/1259);

Закон Республики Беларусь от 7 декабря 2009 года «О внесении изменения в Закон Республики Беларусь «О торговле» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 300, 2/1618).

### **Статья 34. Переходные положения**

1. Утверждение схем размещения стационарных торговых объектов, стационарных объектов общественного питания, торговых центров, рынков, перечней мест размещения нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания, предусмотренных пунктом 3 статьи 8, пунктом 1 статьи 13, пунктом 1 статьи 16, частью первой пункта 2 статьи 17 настоящего Закона, внесение в них изменений не могут служить основанием для пересмотра мест размещения функционирующих стационарных торговых объектов, объектов общественного питания, торговых центров, рынков, нестационарных торговых объектов, нестационарных объектов общественного питания, а также тех, строительство или эксплуатация которых были начаты до утверждения указанных схем.

2. Настоящий Закон применяется к правоотношениям, возникшим после вступления его в силу. По правоотношениям, возникшим до вступления настоящего Закона в силу, он применяется к тем правам и обязанностям, которые возникнут после вступления его в силу.

3. Гражданско-правовые договоры, содержащие условия, не соответствующие требованиям пунктов 3–7 статьи 12, подпункта 2.2 пункта 2 статьи 26 настоящего Закона, подлежат приведению в соответствие с ним в течение трех месяцев после вступления в силу настоящего Закона. До приведения в соответствие с настоящим Законом гражданско-правовые договоры действуют в части, не противоречащей настоящему Закону.

### **Статья 35. Меры по реализации положений настоящего Закона**

1. Совету Министров Республики Беларусь в шестимесячный срок:
  - подготовить и внести в установленном порядке предложения о приведении законодательных актов Республики Беларусь в соответствие с настоящим Законом;
  - привести решения Правительства Республики Беларусь в соответствие с настоящим Законом;
  - обеспечить приведение республиканскими органами государственного управления, подчиненными Правительству Республики Беларусь, их нормативных правовых актов в соответствие с настоящим Законом;
  - принять иные меры по реализации положений настоящего Закона.
2. Местным исполнительным и распорядительным органам в шестимесячный срок привести свои нормативные правовые акты в соответствие с настоящим Законом и принять иные меры, необходимые для реализации положений настоящего Закона.

### **Статья 36. Вступление в силу настоящего Закона**

Настоящий Закон вступает в силу в следующем порядке:  
статьи 1–34 – через шесть месяцев после официального опубликования настоящего Закона;  
иные положения – после официального опубликования настоящего Закона.

Президент Республики Беларусь

А.Лукашенко