

## СВОДНАЯ ТАБЛИЦА

замечаний и (или) предложений, рассмотренных в ходе публичного обсуждения проекта Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам торговли и общественного питания» (далее – проект Закона)

№ п/п	Структурный элемент проекта нормативного правового акта	Содержание замечаний и (или) предложений	Результат рассмотрения замечаний и (или) предложений	
			Обоснование (в случае неучета)	Редакция (в случае учета)
1.	Не указан	<p><b>НОВИЧОК</b></p> <p>В связи с широким применением в торговле, оказании услуг подарочных сертификатов (карт), в том числе электронных, в целях их квалификации правовом поле и необходимости решения задач по регулированию отношений, связанных с их оборотом, было бы целесообразно внесение в Закон Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам торговли и общественного питания» нормативно-правовой базы по определению понятия "подарочный сертификат (карта), в том числе электронная", принципам использования таких сертификатов, являющихся документами, подтверждающими предоплату товаров (услуг, работ), в том числе по вопросам получения гражданами в полном объеме на сумму предоплаты товаров (услуг, работ) в определенных законодательством стандартные сроки (например 3 года), алгоритмам действий граждан в случае превышения сроков действия сертификатов, установленных субъектами - эмитентами сертификатов, вопросов начисления и уплаты налогов как граждан, получивших доход в виде товаров (услуг, работ), полученных на суммы подарочных сертификатов; так и организаций-эмитентов сертификатов, получивших предоплаты на суммы сертификатов, но по тем или иным причинам не реализовавших товары (услуги, работы) на суммы сертификатов в течении 3 лет с момента реализации сертификатов.</p>	<p><b>Не учтено.</b></p> <p>Отношения, связанные с оборотом подарочных сертификатов, применяются в торговле, а также при оказании различного рода услуг не являются предметом правового регулирования Закона Республики Беларусь от 08.01.2014 № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания» (далее – Закон № 128-З).</p> <p>Порядок и условия реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) по подарочному сертификату или иному подобному документу определены Положением о порядке и условиях реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) по подарочному сертификату или иному подобному документу, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 22.12.2018 № 935.</p>	

2.	Не указан	<p><b>Сергей Красовский</b> Хотел начать писать развернутое мнение относительно всех негативных последствий принятия рассматриваемого нормативного правового акта для розничной торговли и населения, но, внимательно ознакомившись с обоснованием принятия рассматриваемого Закона (приведено выше), понял, что ничего лучше того, что написал сам разработчик я "родить" не смогу: (стр. 22 Обоснования необходимости принятия Закона)</p> <p>Принятие Закона и вступление его в силу приведет к:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- росту розничных цен и активизацию инфляционных процессов;</li> <li>- сокращению ассортимента товаров и ухудшение уровня торгового обслуживания населения;</li> <li>- росту импорта потребительских товаров;</li> <li>- снижению финансовой устойчивости и платёжеспособности организаций торговли вплоть до банкротства;</li> <li>- снижению розничного товарооборота, и, как следствие, и налоговых поступлений в бюджет. Класс! Как раз, то, чего сейчас всем не хватает!</li> </ul>	<p><b>Не учтено.</b> Проект Закона подготовлен в соответствии с пунктами 21 - 23 Программы действий Правительства Республики Беларусь и Комитета государственного контроля Республики Беларусь по стабилизации цен, совершенствованию методологии ценообразования и контрольной деятельности по соблюдению законодательства о ценообразовании на 2022 год, утвержденной Председателем Комитета государственного контроля Республики Беларусь В.Н.Герасимовым 29 июня 2022 г. № 09-3255 и Премьер-министром Республики Беларусь Р.А.Головченко 29 июня 2022 г. № 32/221-278/134 (далее – программа действий), в целях создания дополнительных условий для обеспечения национальной безопасности; развития розничной торговли с использованием сети Интернет, развития отечественного производства и обеспечения потребительского рынка качественными продовольственными товарами, а также малого и среднего бизнеса и организаций потребительской кооперации.</p>	
3.	Не указан	<p><b>Сергей Васильевич</b> Я уже сбился со счёта, какая это попытка вернуть реальную конкуренцию в торговлю - третья, или четвёртая? Это вполне естественно, учитывая круг заинтересованных лиц и теневой оборот, который позволяет ограниченному числу субъектов получать сверхдоходы благодаря скидкам и бонусам. А сколько ещё "благовидных" объяснений и оправданий бонусов и скидок будет от представителей</p>	<p><b>Не учтено.</b> <b>По первому предложению.</b> Скидка не является вознаграждением, так как не выплачивается покупателю. Кроме того, снижение отпускной цены на товар, которое произошло до передачи товара покупателю, не отражается в товаросопроводительных и документах, что, в свою очередь, затрудняет расчет размера предоставленных сумм скидок.</p>	

	<p>"сетевой торговли" - можно только представить...</p> <p>Кроме конкуренции (реальной) пока ни одна экономическая модель не предложила НИЧЕГО, чтобы снизить цены для покупателя и насытить рынок. Все "административные" методы приводят к снижению ассортимента, дефициту, и всё равно к повышению цены для покупателя. Разная отпускная цена, или договора на оказание встречных услуг (навязываемых поставщику) - это, естественно, убирает сам принцип конкуренции (за счёт снижения собственной торговой наценки) и монополизировать рынок.</p> <p>Меня больше всего волнует механизм контроля и исполнения данного Закона. Я считаю, что не стоит в данном Законе конкретизировать разные "схемы" и методы, т.к. наверняка найдутся "специалисты", которые придумают новые "законные схемы" обхода данного Закона.</p> <p>Предлагаю:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Можно, например, данный Закон дополнить формулировкой - "и другие методы и способы снижения фактической отпускной цены поставщика". Либо указать, что разница отпускных цена поставщика, не может превышать 5% для разных субъектов торговли.</li> <li>2. Запретить субъектам торговли (их филиалам, и другим связанным с ними структурам) оказывать "встречные, дополнительные услуги" поставщикам на возмездной основе, кроме розничной торговли.</li> <li>3. Считать экономически обоснованной отпускной ценой поставщика - цену с учетом всех скидок и бонусов, завышение этой цены более чем на 5% - считать необоснованной прибылью, подлежащей изъятию в доход государства.</li> </ol>	<p>Вопросы ценообразования не являются предметом правового регулирования Закона № 128-З.</p> <p><b>По второму предложению.</b> Предложение о запрете субъектам торговли (их филиалам, и другим связанным с ними структурам) оказывать «встречные, дополнительные услуги» поставщикам на возмездной основе, кроме розничной торговли нецелесообразно. Например, многим поставщикам, которые не имеют собственной транспортной службы и распределительных центров, субъекты торговли оказывают логистические услуги, тем самым сокращая издержки производителей на доставку товаров в каждый торговый объект.</p> <p>Кроме того, в соответствии с пунктом 7 статьи 19 Закона № 128-З предоставление вознаграждений за осуществление субъектом торговли операций, относящихся к торговле технологическому процессу, в том числе за разгрузку транспорта, приемку продовольственных товаров по количеству и качеству, перемещение к месту хранения, подготовку продовольственных товаров к продаже, фасовку, выкладку продовольственных товаров в торговом зале и на торговом оборудовании, продажу продовольственных товаров и обслуживание покупателей, запрещено. Частью второй пункта 6 указанной статьи запрещено понуждение контрагентов к заключению договоров возмездного оказания услуг (в том числе с третьими лицами), иных гражданско-правовых договоров,</p>	
--	--	---	--

		<p>4. Указать в Законе, что превышение 5% порога скидок и бонусов для разных субъектов торговли - является нарушением антимонопольного законодательства, нарушающим фундаментальные основы конкуренции, имеющего все признаки "ценового сговора", устранения конкуренции среди субъектов торговли, и т.д.</p> <p>5. Определить механизмы контроля за исполнением данного Закона, в т.ч. и со стороны общественных объединений, граждан.</p>	<p>направленных на продвижение этих товаров, запрещается.</p> <p><b>По третьему и четвертому предложениям.</b> Вопросы ценообразования, отнесения полученных доходов к прибыли и изъятия таких доходов, а также регулирования деятельности картелей не являются предметом правового регулирования Закона № 128-З.</p> <p><b>По пятому предложению.</b> Контроль за соблюдением субъектами хозяйствования требований Закона № 128-З, в том числе в части предоставления вознаграждений, будет осуществляться в порядке, установленном Указом Президента Республики Беларусь от 16.10.2009 № 510 «О совершенствовании контрольной (надзорной) деятельности в Республике Беларусь».</p>	
4.	Не указан	<p><b>Сергей Васильевич</b> Хочу обратить внимание МАРТ на то, что в настоящее время наценка на табачные изделия (без скидок и бонусов) составляет всего 3-5%, что значительно ниже уровня рентабельности, из-за чего многие субъекты торговли и общепита вынуждены вообще отказаться от продажи табачных изделий. С одной стороны, максимальные розничные цены ограничены законодательно, а с другой стороны поставщики-монополисты оставляют мизерную разницу между своей отпускной ценой и максимальной розничной.</p> <p>Предлагаю ограничить отпускные цены поставщиков-монополистов и закрепить торговую наценку для субъектов торговли на табачные изделия не менее 15% с учётом установленных максимальных розничных цен</p>	<p><b>Не учтено.</b> Вопросы установления цен на табачные изделия не являются предметом правового регулирования Закона № 128-З.</p>	

5.	Не указан	<p><b>Артур</b>  В обосновании проекта приводится ссылка на Доктрину, которая затрагивает вопросы продовольствия. В то же время проектом предусматривается установление минимальной доли продажи НЕпродовольственных товаров - чем обосновывается такая необходимость? В обосновании приводится цифра 38,9% за январь-март 2022, однако не раскрываются категории товаров, по которым проводилась оценка. Большинство иностранных товаров в принципе не производятся в Беларуси и/или аналогов таких товаров в нашей стране не имеется (компьютерное оборудование, телекоммуникационная техника, спортивный инвентарь, брендовая одежда, обувь, аксессуары и т.д.) - и именно за счет таких категорий доля продажи товаров иностранного производства будет существенной.</p> <p>Далее о сложностях, с которыми могут столкнуться субъекты торговли при реализации данных положений:</p> <p>1) каким образом обеспечить минимальную долю продажи непродовольственных товаров отечественного производства, если это мультибрендовый магазин (интернет-магазин) и потребитель сам выбирает какие товары ему приобретать? Соответственно, даже при представленности товаров отечественного производства в объеме 50% от всего имеющегося ассортимента - конечный выбор за потребителем, и если этот выбор в 90% случаев будет приходиться на иностранные товары - субъект торговли никогда не сможет обеспечить минимальную долю продажи отечественных товаров.</p> <p>Более того, если концепция магазина (бизнеса) предполагает работу с мультибрендами - мало кто из отечественных производителей готов</p>	<p><b>Не учтено.</b>  Проект Закона подготовлен в соответствии с пунктами 21 - 23 Программы действий.  Риски от введения регулирующих норм отражены в обосновании к проекту Закона.</p>	
----	-----------	--	---	--

	<p>предложить настолько широкий ассортимент и разнообразие товаров, чтобы конкурировать с огромным ассортиментом иностранных товаров. В связи с этим субъект торговли может стать перед выбором - либо уменьшать ассортимент своего магазина, чтобы хоть как-то исполнять требование в части минимального объема продаж отечественных товаров (как следствие, уменьшение розничного товарооборота; снижение налоговых поступлений в бюджет; потребители будут искать альтернативы на зарубежных рынках и тем самым выводить капитал из страны, оставляя его за рубежом), либо - закрывать бизнес, т.к. это не соответствует выбранной концепции и стратегии.</p> <p>Следует также отметить, что наличие широкого ассортимента иностранных товаров должно стимулировать отечественных производителей заниматься собственными развитием и продвижением на локальном рынке. Если отечественный производитель ведет пассивную маркетинговую активность и не удовлетворяет потребность своей целевой аудитории в чем-то новом, востребованном, актуальном – установление обязанности обеспечивать минимальную долю продажи таких товаров не позволит решить озвученную проблему, а лишь усугубит ситуацию на внутреннем рынке.</p> <p>2) часть вторая предусматривает исключение, на кого не распространяются требования, среди которых указан "фирменный магазин". Почему выделяется только данный вид, почему исключение не распространяется на интернет-торговлю, которая постепенно развивается? Сегодня у многих крупных брендов имеется свой собственный интернет-магазин, однако в текущей редакции проекта такой субъект обязан будет при осуществлении интернет-</p>		
--	--	--	--

	<p>торговли соблюдать минимальную долю продажи.</p> <p>3) не противоречит ли данное требование положениям Договора о ЕАЭС, как это было с ассортиментным перечнем товаров? Ранее ЕЭК уже обращал на подобные "ограничения" свое внимание и выносил решение об устранении препятствий на внутреннем рынке. В своих комментариях МАРТ указал следующее, что «установление ассортиментных перечней товаров не является препятствием свободного движения товаров в рамках функционирования внутреннего рынка Союза, поскольку .... ассортиментные перечни товаров не предусматривают никаких процентных показателей, в том числе по доле продажи каких-либо товаров» (<a href="https://mart.gov.by/news/novost/mart-polagaet-cto-respublika-belarus-ne-narushaet-svoikh-obyazatelstv-pered-partnerami-po-evraziyskoy-integratsii-v-chasti-primeneniya-assortimentnykh/">https://mart.gov.by/news/novost/mart-polagaet-cto-respublika-belarus-ne-narushaet-svoikh-obyazatelstv-pered-partnerami-po-evraziyskoy-integratsii-v-chasti-primeneniya-assortimentnykh/</a>). Теперь мы наблюдаем ситуацию, когда прямо устанавливается минимальная доля продажи непродовольственных товаров отечественного производства. На наш взгляд подобное требование как раз напрямую влияет на установление обязанности закупать/использовать отечественные товары и ограничение доли иностранных товаров (товаров Союза), поскольку иначе выполнять требование о соблюдении минимального объема продаж (когда мы ведем речь о мультибрендовом магазине, интернет-магазине) не представляется возможным.</p> <p>С учетом изложенного, предлагаем рассмотреть иные способы стимулирования продажи непродовольственных товаров отечественного производства, не ограничивая</p>		
--	--	--	--

		возможность увеличивать и расширять ассортимент иностранных товаров, удовлетворяя тем самым спрос потребителей. В качестве таких мер может быть установление льготных налоговых ставок, предоставление кредитов на развитие по более льготным условиям для предприятий отечественного производства. Иными словами, необходимо принимать меры, которые не ограничивают свободную конкуренцию, а стимулируют развитие отечественного производства.		
6.	Не указан	<b>Сергей Красовский</b> Класс! Скажем "нет" рекламе, маркетинговым исследованиям, распределительным центрам, оптимизации логистики и т.д. Вперед в торговлю конца 19 - начала 20 века! Вот это конкуренция, вот это то, что нужно! Розница должна платить за товар, который один поставщик фасует, маркуирует, доставляет к рампе, и за товар, который другой поставщик сваливает насыпью у своего цеха / рампы / амбара / сада, одинаково!	<b>Не учтено.</b> В информации не содержится конкретных предложений по проекту Закона.	
7.	Не указан	<b>Сергей Красовский</b> Что-то я не понял, выше Вы ограничиваете аппетиты розницы, а здесь - 15% розничной наценки и не копейкой меньше. Как-то непоследовательно выходит, не находите? Ниже уровня какой рентабельности? Табачку доставляют рознице "под ключ", оборудование для размещения тоже дают поставщики, каковы затраты розницы на реализацию табачки, которые вы закладываете в расчет "рентабельности"?	<b>Не учтено</b> В информации не содержится конкретных предложений по проекту Закона.	
8.		<b>Сергей Васильевич Красовский</b> >Сергей Красовский По сигаретам всё просто. Розничная цена на сигареты ограничена максимальными розничными ценами, и разница (без скидок и бонусов) на некоторые наименования составляет от 3%.	<b>Не учтено</b> В информации не содержится конкретных предложений по проекту Закона.	

		<p>В данном случае, если учесть стоимость платёжных документов в банк, стоимость эквайринга (1,5-2 %) и другие обязательные накладные расходы - рентабельность будет отрицательной. Именно поэтому, вы не купите сигареты, например, в общепите. Это же ФАКТ. Значит, если государство полностью регулирует рынок табачных изделий максимальными розничными ценами для розничной торговли, должен быть и разумный, единый подход к формированию отпускной цены поставщиков-монополистов. А "аппетиты розницы" я не ограничиваю, их ограничат "рыночные механизмы", если у всех будут одинаковые цены от поставщиков. Это и называется - КОНКУРЕНЦИЯ.</p>		
9.	Статья 17	<p><b>Сергей Васильевич</b>  По вопросу "Установление режима работы" (ст.17 обсуждаемого проекта Закона).  Предлагается обязательное согласование режима работы с 23-00 до 7-00 часов в торговых объектах в которых осуществляется розничная торговля алкогольными напитками и пивом. У нас в Гомеле, например, практически невозможно после 23-00 купить необходимые продукты людям, которые работают в тех же "объектах общепита" и т.п. объектах торговли с графиком работы до 23-00. Зато алкоголь (в виде спиртовых настоек) круглосуточно продаётся в аптеках, а если вызывать такси и ехать в "ночник", то одним "пивом" дело уже не обойдётся...  Позиция МВД мне понятна, т.к. согласование с МВД - это обязательная установка "тревожной кнопки" и сигнализации - просто бизнес, ничего личного...  Хотя разницу между "тревожной кнопкой" и звонком с мобильного телефона на номер 102, сотрудники МВД внятно объяснить не могут. Возможно, в конце 90-х - середине 2000-х,</p>	<p><b>Не учтено.</b>  Предложение не учитывает интересы жителей домов, в которых размещены магазины и другие торговые объекты.</p>	

		<p>когда не было мобильной связи, не было систем видео-наблюдения - это и имело смысл, но зачем это нужно сейчас? Для справки: сигнализация даже в небольшом торговом павильоне стоит более 400(!) рублей в месяц, "тревожная кнопка" ещё примерно столько же. Можно сравнить все эти "опасения и объяснения" с теми, когда отменяли "Лицензирование розничной торговли", ну вот отменили лицензию на розницу - что такого "страшного" произошло??? Да ничего! В законодательстве и так достаточно ответственности за нарушения в торговле, зачем нужны лишние препоны?</p> <p>Предлагаю: В ст.17 изменить время, в которое необходимо обязательное согласование режима работы с "23-00 до 7-00" на "23-30 до 7-00" без привязки к ассортименту реализуемых товаров, при условии, что объект торговли расположен в отдельном помещении (т.е. не в жилом многоквартирном доме).</p>		
10.	Не указан	<p><b>Павел Юсупов</b> Ассоциация Европейского Бизнеса (далее – АЕБ) свои замечания и предложения в отношении проекта Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам торговли и общественного питания» (далее - проекта Закона). Дополнение статьи 10 Закона Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания» (далее - Закон о торговле) пунктом 4, предусматривающим установление минимальной доли продажи товаров отечественного производства в общем объеме продажи товаров соответствующего вида и обязанности субъектов хозяйствования обеспечивать прирост доли продовольственных</p>	<p><b>Не учтено.</b> Проект Закона подготовлен в соответствии с пунктами 21 - 23 Программы действий. Риски от введения регулирующих норм отражены в обосновании к проекту Закона.</p>	

	<p>товаров отечественного производства в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров создает дополнительные барьеры на внутреннем рынке ЕАЭС, чем противоречит положениям Договора о Евразийском экономическом союзе, Ратифицированного Законом Республики Беларусь от 9 октября 2014 года «О ратификации Договора о Евразийском экономическом союзе».</p> <p>Ранее, в связи с установлением МАРТ в постановлении от 19 ноября 2020 г. № 74 «О перечнях товаров» схожего требования об обязательном ассортименте белорусских товаров в магазинах розничной торговли, Коллегия ЕЭК решением от 01.03.2021 г. № 24 «О выполнении Республикой Беларусь обязательств в рамках функционирования внут-реннего рынка Евразийского экономического союза» признала данные нормы барьером на внутреннем рынке ЕАЭС и уведомила Республику Беларусь о необходимости исполнения подп. 3 и 4 п. 32 Протокола о торговле услугами, учреждении, деятельности и осуществлении инвестиций приложения № 16 к Договору о Евразийском экономическом союзе, предусматривающих, что:</p> <p>«Ни одно из государств-членов не вводит и не применяет в отношении лиц государств-членов, а также лиц, учрежденных ими, в качестве условий в связи с учреждением и (или) деятельностью требования, закупать или использовать товары или услуги, государством происхождения которых является государство-член и которые ограничивают продажу товаров или поставку услуг на территорию этого государства-члена, импорт товаров на территорию этого государства-члена или экспорт товаров с территории этого государства-члена и увязаны с объемами</p>		
--	--	--	--

	<p>производимых товаров (поставляемых услуг), использованием местных товаров или услуг или ограничивают доступ предприятия к иностранной валюте, причитающейся в связи с операциями, указанными в настоящем подпункте».</p> <p>Решением Евразийского межправительственного совета от 30.04.2021 № 4 «О вступлении в силу Решения Коллегии Евразийской экономической комиссии от 1 марта 2021 г. № 24» Правительству Республики Беларусь было указано обеспечить исполнение Решения № 24 до 31 декабря 2021 г.</p> <p>В результате принятия Постановления МАРТ от 1 октября 2021 г. № 65 «Об изменении постановления Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 19 ноября 2020 г. № 74» с 31 декабря 2021 г. требование об обязательном ассортименте белорусских товаров в магазинах розничной торговли было отменено.</p> <p>Установление тождественных положений в норме закона противоречит нормам Договора о Евразийском экономическом союзе и приведет к схожей негативной реакции со стороны органов ЕАЭС, а также создаст риски появления различного рода барьеров для доступа товаров, происходящих из Республики Беларусь на рынки стран-членов ЕАЭС.</p> <p>Введение ограничений на предоставление поставщиками субъектам розничной торговли отдельных видов вознаграждений в связи с приобретением и реализацией продовольственных товаров, предусмотренных новой редакцией статьи 19 Закона № 128-З торговле приведет к ряду негативных</p>		
--	---	--	--

	<p>последствий, как для субъектов хозяйствования, так и населения Республики Беларусь.</p> <p>Обращаем внимание на результаты НИР, приведенные на страницах 22 - 24 обоснования к проекту Закона, подтвердившие, что запрет на применение системы вознаграждений может привести к существенному (в среднем на 15 – 20 %) увеличению розничных цен или снижению результативности торговой деятельности, вплоть до убыточности.</p> <p>Ограничение в виде установления предельного размера вознаграждений также может стимулировать торговые сети к введению премий там, где они сейчас не используются, «подтягиванию» их размеров к ограничительной планке, использовать иные механизмы получения дополнительного дохода.</p> <p>Введение ограничений и запретов, связанных с выплатой вознаграждений в отношении продовольственных товаров может повлечь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>рост розничных цен и активизацию инфляционных процессов;</li> <li>сокращение ассортимента товаров и ухудшение уровня торгового обслуживания населения;</li> <li>рост импорта потребительских товаров;</li> <li>снижение финансовой устойчивости и платёжеспособности организаций торговли вплоть до банкротства;</li> <li>снижение розничного товарооборота, и, как следствие, и налоговых поступлений в бюджет;</li> <li>ужесточение требований торговых сетей по предоставлению дополнительных скидок либо увеличению их размера, ужесточение штрафных санкций;</li> <li>появление теневых денежных или товарных расчетов;</li> </ul>		
--	---	--	--

		<p>практику обязательного взимания таких платежей не ниже размера, установленного законодателем, а также породить способы «обхода» и «замещения» данного ограничения, либо вовсе коррупционные схемы их взимания и уплаты.</p> <p>На пути следования к унификации законодательства необходимо учитывать уже имеющийся негативный опыт введения аналогичных норм в правовом регулировании Российской Федерации, приведших к необратимым негативным последствиям для потребителей и производителей:</p> <p>расходы поставщиков, не имеющих собственной логистики, выросли, мелкие и средние поставщики не смогли обеспечивать доставку в крупные торговые сети; ассортимент товаров резко сократился, товары, не поддержанные собственными рекламными бюджетами производителей, лишились возможности продвижения и, как следствие, не были востребованы;</p> <p>для развития торговых сетей последствия выразились в снижении темпов строительства складских помещений;</p> <p>стали появляться компании-посредники, услугами которых стали активно пользоваться торговые сети. Деятельность компаний-посредников привела к увеличению цен на товары для конечного потребителя или переложились на поставщиков и производителей товаров;</p> <p>крупные торговые сети начали включать в структуру договоров поставки пункты, предусматривающие применение к поставщикам штрафных санкций за неисполнение условий договоров. Учитывая высокие требования торговых сетей к объему, ассортименту, качеству, комплектности, срокам поставки (не только день, но точное до минут время поставки товара) размер штрафов</p>		
--	--	---	--	--

	<p>в отдельных случаях превышал выплачиваемые ранее поставщиками вознаграждения.</p> <p>Установление ограничений размера вознаграждений негативно скажется на деятельности юридических лиц системы потребительской кооперации, которые на сегодняшний день являются основным торговым оператором в сельской местности. По информации облпотребсоюзов, облпотребобществ на 01.06.2021 (актуальной на сегодняшний момент), торговые организации потребительской кооперации осуществляют получение вознаграждений в виде торговых премий (ретро-бонусов) от 49 поставщиков (производителей) продовольственных товаров. В соответствии с условиями заключенных соглашений размеры вознаграждений дифференцируются, преимущественно, от объемов закупок продукции и сроков оплаты за нее.</p> <p>Размеры торговых премий варьируются от 2% до 20% в зависимости от товарной категории и составляют по:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>кондитерским изделиям - от 3 до 18 %;</li> <li>мясным и колбасным изделиям – 2 – 6 %;</li> <li>пиву – 3-16,5%;</li> <li>мороженому – 3 - 15%, безалкогольным напиткам;</li> <li>сокам – 3 - 15%;</li> <li>масложировой продукции (майонезу) – 3 – 10 %;</li> <li>снековой продукции – 3-10 %;</li> <li>рыбной продукции – 3 - 5 %;</li> <li>специям – 7 – 20 %;</li> <li>мясу птицы – 4 - 5 %.</li> </ul> <p>Вознаграждения, получаемые торговыми организациями потребительской кооперации, являются не только средством, стимулирующим продажи, но также источником, частично компенсирующим расходы торговых организаций, связанные с</p>		
--	--	--	--

		<p>реализацией продукции, в первую очередь на территории сельской местности.</p> <p>В настоящее время 60 % торговой выручки организаций системы формируется за счет продаж в сельской местности. С учетом объективно высокой затратности торговых процессов на селе, розничная торговля для потребительской кооперации является планово убыточным видом деятельности).</p> <p>Фактически каждый третий торговый объект потребительской кооперации, расположенный в сельской местности, является коммерчески неэффективным социальным проектом, но продолжает работать в целях обеспечения комфортной потребительской среды для сельских жителей.</p> <p>Введение предложенных ограничений никак не повлияет на представленность товаров отечественных производителей на полочном пространстве в организациях торговли, однако негативно скажется как на экономических показателях отдельных предприятий, так и на имидже нашей страны в экономическом пространстве ЕАЭС в связи с возникающими изъятиями в части антимонопольного законодательства Республики Беларусь, а также ряда взятых обязательств в рамках международных договоров.</p> <p>Принятие Закона в представленной редакции несет ряд серьезных рисков для поставщиков, производителей и потребителей Республики Беларусь, что ставит под угрозу обеспечение продовольственной безопасности Республики Беларусь и отрицательно скажется на состоянии экономики в целом.</p>		
11.		<p><b>Сергей Красовский</b></p> <p>1) Вы думаете, кто устанавливает максимальные розничные цены на сигареты?</p> <p>2) Эквайринг только при реализации сигарет применим? Какие иные "накладные расходы"?</p>	<p><b>Не учтено</b></p> <p>В информации не содержится конкретных предложений по проекту Закона.</p>	

		<p>Я что-то так и не увидел калькуляции заявленных 15%.</p> <p>3) В каком общепите нет сигарет? В том, в котором их не может быть по 28 Декрету? Любой иной общепит с удовольствием продает табачку - зайдите в любой ресторан г.Минска</p> <p>4) "одинаковые цены у поставщиков" - это как? Если я продаю 1000 000 шт. коробок с духами в месяц, доставляя их собственным транспортом покупателям, размещая рекламные материалы и т.д., а вы продаете 1000 коробок таких же духов, не делая ничего больше, с какого такого у нас с вами должны быть равные цены?</p>		
12.	Не указан	<p><b>РБ Сергей Васильевич</b> &gt;Сергей Красовский</p> <p>1. Согласно упомянутому вами же 28 Декрету, максимальные и минимальные розничные цены на табачные изделия формируются производителем (в Беларуси производитель = поставщик): "исходя из отпускной цены производителя; торговой надбавки с учетом конъюнктуры рынка". Ох уж эта "конъюнктура". Да, и минимальная розничная цена установлена в том же Декрете на уровне 80% от максимальной. Казалось бы - всё логично, не может же "оптовая цена" поставщика быть выше, чем минимальная розничная установленная самим этим же поставщиком? Но не тут то было, если в Декрете нет явных ограничений - поставщики накручивают по максимуму! Логика в данном случае не уместна...</p> <p>2. Эквайринг, естественно, применим не только к табачным изделиям, но при стандартной торговой наценке 30-40% на другие группы товаров, эти издержки не критичны. При торговой наценке примерно 3% всё наоборот. Накладные расходы в розничной торговле стандартные - фонд зарплаты сотрудников, отчисления в ФСЗН, налоги, услуги банка, оплата обслуживания КСА и СКНО,</p>	<p><b>Не учтено</b></p> <p>В информации не содержится конкретных предложений по проекту Закона.</p>	

		<p>электричество, коммунальные платежи, благоустройство, и ещё много чего...</p> <p>3. У нас в Гомеле в общепите НЕТ сигарет вообще. Я, имея лицензию на розничную торговлю табачными изделиями давно отказался от их продажи. Какой смысл просто "перемывать средства" туда-сюда не имея с этого прибыли?</p> <p>4. Да, именно одинаковые цены. За минусом, возможно, логистики, которая как-раз уместается в 5%. А как иначе вы предлагаете развиваться и конкурировать субъектам торговли?</p>		
Не указан	<p><b>РБ Сергей Васильевич</b></p> <p>Из сообщения выше: "Размеры торговых премий варьируются от 2% до 20% в зависимости от товарной категорий" это утверждение основано на официальной статистике? Если бы это соответствовало реальности, не стоило бы и обсуждать данную проблему.</p> <p>В предыдущем обсуждении ограничений "бонусов и скидок поставщиками", я показывал реальные фотографии прайс-листа одного производителя и розничные цены "на полке" в одном сетевом магазине. Цены производителя(поставщика) - были ВЫШЕ, чем в рознице.</p> <p>Утверждаю, что скидки и бонусы на некоторые группы товаров стабильно более 50%. Это, как говорят в Одессе - две большие разницы...</p>	<p><b>Не учтено</b></p> <p>В информации не содержится конкретных предложений по проекту Закона.</p>		
Не указан	<p><b>Elisa D</b></p> <p>В противовес вышесказанному хотелось бы отдельно отметить некоторые вопросы.</p> <p>В обосновании необходимости принятия Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам торговли и общественного питания» дается ссылка на Доктрину национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь до 2030 года, утвержденной постановлением Совета</p>	<p><b>Не учтено</b></p> <p>В информации не содержится конкретных предложений по проекту Закона.</p>		

	<p>Министров Республики Беларусь от 15 декабря 2017 г. № 962 (далее – Доктрина), продовольственная независимость государства оценивается по определенным десяти группам продуктов и по трем уровням:</p> <p>1. оптимистический – достаточный для обеспечения потребности внутреннего рынка за счет собственного производства на 80 – 85 %, импорта – 15 – 20 %;</p> <p>2. недостаточный – уровень производства, который обеспечивает потребность внутреннего рынка более чем на 60 %, но менее чем на 80 %;</p> <p>3. критический – уровень производства, ниже которого наступает ослабление экономической безопасности.</p> <p>Отсутствие товаров непродовольственных, и особенно социально-значимых, таких как средства гигиены, одежда и другие, равнозначно отсутствию товаров продовольственных, так как без этих товаров человечество не сможет существовать. Поэтому положения Доктрины необходимо распространить на непродовольственные товары, и, в особенности, на все социально-значимые, обеспечив минимальную долю непродовольственных товаров в торговле в объеме, соответствующем производству отечественных товаров, в том числе субъектами среднего и малого бизнеса.</p> <p>Обеспечение национальной безопасности продовольственными, а также и непродовольственными товарами отечественного производства, снизит долю продажи товаров иностранного производства, и позволит обеспечить эффективное развитие импортозамещения, которое необходимо для независимости государства.</p> <p>Распространить рекомендации МАРТ по обеспечению соблюдения положений Доктрины национальной продовольственной</p>		
--	--	--	--

	<p>безопасности Республики Беларусь в части приложения «Способы размещения и выкладки товаров отечественного производства в визуально и физически доступных местах, обозначения мест размещения и выкладки товаров отечественного производства», которые вступили в силу с 1 марта 2022 г. на непродовольственные товары. Создать условия для достойной конкуренции белорусских производителей непродовольственных товаров, а тем самым стимулировать развитие малого и среднего бизнеса, создавая возможности для вхождения на полки крупных субъектов торговли.</p> <p>В современном контексте функционирования экономики в условиях санкций и политического давления со стороны недружественных государств, стал абсолютно очевидным тот факт, что необходимо стимулировать местное производство и создавать для этого максимально благоприятные условия. Поэтому основным государственным приоритетом на сегодняшний день является политика импортозамещения.</p> <p>Для создания привлекательных условий инвесторам, готовым вкладывать средства на развитие производства белорусской продукции необходимо создание «здорового» рынка сбыта. Однако, крупные субъекты торговли (торговые сети/ритейлеры) не заинтересованы в увеличении доли отечественных непродовольственных товаров на полках, таким образом ограничивая доступ к сбыту отечественной продукции.</p> <p>Для развития импортозамещения необходима государственная поддержка - законодательное регулирование при реализации отечественных товаров посредством торговли (которая в последнее время приобретает доминирующее положение на рынке).</p>		
--	---	--	--

	<p>Проект Закона предусматривает некоторые меры для стимулирования реализации отечественных товаров, но только продовольственных.</p> <p>В обосновании к проекту Закона сказано: «доля продажи непродовольственных товаров отечественного производства организациями торговли в январе-марте 2022 г. составила 38,9 % (в январе-марте 2021 г. – 39,1 %)» - это соответствует второму уровню «недостаточный», согласно Доктрине. Следовательно, необходимо распространить действие статьи 19 Закона в том числе на товары непродовольственные, и особенно социально-значимые, на которые цены регулируются государством.</p> <p>Концепция национальной безопасности Республики Беларусь, утвержденная Президентом от 9.10.2010 № 575 устанавливает, что «экономическая безопасность состояние экономики, при котором гарантированно обеспечивается защищенность национальных интересов Республики Беларусь от внутренних и внешних угроз».</p> <p>Санкционное давление на Республику Беларусь - это угроза экономической безопасности нашего государства.</p> <p>Можно сказать что «Санкции - это экономическая война»  <a href="https://sputnik.by/20220407/nastuplenie-po-vsem-frontam-lukashenko-ob-ekonomicheskoy-voyne-protiv-belarusi-1061887008.html">https://sputnik.by/20220407/nastuplenie-po-vsem-frontam-lukashenko-ob-ekonomicheskoy-voyne-protiv-belarusi-1061887008.html</a></p> <p>Для обеспечения безопасности государства в условиях санкционного давления (гибридной экономической войны), на основании действующего законодательства, могут применяться различные меры по защите национальных интересов государства, которые в том числе предполагают протекционизм в экономике: предусматривающее</p>		
--	---	--	--

	<p>предоставление национальным производителям государственной поддержки в их конкуренции с зарубежными компаниями и защита местных / отечественных производителей.</p> <p>Законом Республики Беларусь от 25 ноября 2004 г. N 346-З «О мерах по защите экономических интересов Республики Беларусь при осуществлении внешней торговли товарами (в ред. Законов Республики Беларусь от 10.01.2014 N 129-З, от 13.07.2016 N 397-З) предусмотрены защитные меры экономических интересов Республики Беларусь, отраслей белорусской экономики, субъектов хозяйственной деятельности от неблагоприятного воздействия возросшего импорта, демпингового импорта и субсидируемого импорта товаров.</p> <p>"Договор о Евразийском экономическом союзе" (Подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 01.10.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 05.04.2022), статья 29, предусматривает следующее:</p> <p>Государства-члены во взаимной торговле товарами вправе применять ограничения в случае, если такие ограничения необходимы для обеспечения обороны страны и безопасности государства-члена. На основании этого, оборот отдельных категорий товаров может быть ограничен.</p> <p>Проект Закона предоставит возможность введения квот для белорусских товаров, в том числе производимых субъектами среднего и малого бизнеса, позволит защитить внутренний рынок, даст стимул для роста и развития реального сектора экономики, позволит защитить национальные экономические</p>		
--	---	--	--

		<p>интересы Республики Беларусь и создать здоровую конкуренцию между всеми производителями, а белорусский продукт станет привлекательным и узнаваемым для потребителя.</p> <p>Республика Беларусь является социально ориентированным государством, защищающим интересы своих граждан. Введение ограничений бонусов (торговых премий) торговым сетям в размере 5% позволит снизить нагрузку на покупателя, а также позволит среднему и малому бизнесу стать конкурентоспособным, по сравнению с крупными импортными производителями. Корпорации закладывают вознаграждения, премии, бонусы, маркетинговые и иные услуги в себестоимость товара. Объемы производства и продаж позволяют это компенсировать. Малый бизнес такого себе позволить не может ввиду ограниченных ресурсов и объемов производства. Зачастую совокупность дополнительных трат на расположение на полке (за выгодное место), на маркетинговые мероприятия (скидки и акции) местный продукт либо «не доходит» до крупных субъектов торговли, либо становится не способным конкурировать по цене.</p> <p>Предложения, указанные в проекте Закона приемлемы в рамках действующего законодательства, в том числе, не противоречат Договору о Евразийском экономическом союзе, и являются необходимыми в этот сложный период для Республики Беларусь.</p>		
	Не указан	<p><b>Ассоциация</b> Комментарий к фрагменту проекта НПА: Элемент текста : Закон № 128-3. <b>Предложение 1.</b> Предлагаем распространить действие норм Закона № 128-3 на все группы товаров, а не</p>	<p><b>Не учтено.</b> <b>По первому предложению.</b> Предложение не корректное, поскольку в настоящее время значительная часть продовольственных товаров относится социально значимым товарам.</p>	

		<p>только на регулирование реализации продовольственных товаров, исключив из статей 19 и 24 слово «продовольственные» в соответствующей падеже, возможно, за исключением пункта 1, 9-11.</p> <p>Абзац 2 пункта 4 статьи 19 Закона № 128-3 изложить в следующей редакции:</p> <p>«Совокупный размер вознаграждения, указанного в части первой настоящего пункта: не может превышать пять процентов от цены приобретенных продовольственных и <b>социально значимых товаров</b>;</p> <p><b>Обоснования:</b></p> <p>1) Закон № 128-3 является основным НПА регулирующим торговлю. Даже исходя из названия, он должен регулировать не только торговлю продовольственными товарами, но и непродовольственными также. Но 90 % установленных Законом норм при реализации товаров ограничиваются только продажей продовольственной продукции.</p> <p>Так как статьи 19 и 24 действующего Закона № 128-3 распространяются только на продовольственные товары, необходимо чтобы они распространялись на все товары, в том числе непродовольственные. Таким образом Закон будет регулировать и создавать равные условия для всех субъектов торговли и производителей на отечественном рынке при реализации любых товаров.</p> <p>2) Государством на протяжении многих лет предпринимаются меры по сдерживанию роста цен на социально значимые товары. Так, например, введено очередное регулирование цен - постановление Совета Министров Республики Беларусь от 07 апреля 2022 г. № 214 «О регулировании цен» (далее Постановление № 214). Однако предпринимаемые меры по-прежнему малоэффективны, так как цены на импортные товары постоянно растут. Причина</p>	<p><b>По втором предложению.</b> Не представлено финансово-экономическое обоснование целесообразности введения предлагаемых запретов в отношении непродовольственных товаров. Статьей 19 Закона № 128-3 установлены требования к заключению и исполнению договоров, предусматривающих поставки продовольственных товаров, между субъектом торговли, субъектом общественного питания и поставщиком продовольственных товаров.</p> <p><b>По третьему предложению.</b> В настоящее время при осуществлении розничной торговли с использованием сети Интернет через интернет-магазин и (или) с использованием иных информационных сетей, систем и ресурсов, имеющих подключение к сети Интернет, субъекты торговли в обязаны выполнять требования законодательных актов, которые распространяются на субъектов торговли, осуществляющих розничную торговлю.</p> <p><b>По четвертому вопросу.</b> Проектом Закона предусматривается установление обязанности субъектов розничной торговли, в том числе осуществляющих розничную торговлю с использованием сети Интернет, обеспечить:</p> <p>минимальную долю продажи отдельных продовольственных товаров отечественного производства в общем объеме продажи товаров соответствующего вида (при продаже продовольственных товаров);</p>	
--	--	---	---	--

	<p>заключается в том, что до настоящего время не введены ограничения, которые действуют с 2010 года в Российской Федерации, установленные пунктом 4 статьи 9 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 01.04.2022) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" (совокупный размер вознаграждения, выплачиваемого субъекту торговли, осуществляющему розничную торговлю товарами, в связи с приобретением им у поставщика, осуществляющего поставки товаров, определенного количества товаров, не может превышать пять процентов от цены приобретенных товаров).</p> <p>Так, как постановление № 214 не устанавливает ограничений по размеру рентабельности для иностранных производителей товаров, импортеры могут закладывать в цену товара любую сумму бонусов, увеличивая стоимость импортного товара. От реализации дорогостоящего импортного товара субъекты торговли получают гораздо выше доход (даже с учетом ограничений торговых надбавок, установленных Постановлением 214), чем от реализации отечественных дешевых товаров. Поэтому субъекты торговли предпочитают импортные товары с высокой доходностью, и не желают продвигать отечественные товары, в частности социально значимые, на которые цены регулируются законодательством.</p> <p>Республика Беларусь – социально ориентированное государство, поэтому чтобы сдержать рост цен для населения необходимо ограничить размер вознаграждений (бонусов) на все социально значимые товары, цены на которые регулируются государством.</p> <p><b>Предложение 2.</b> Пункт 8.2. статьи 19 проекта Закона изложить в следующей редакции:</p>	<p>минимальную доли продажи отдельных непродовольственных товаров отечественного производства в общем объеме продажи товаров соответствующего вида (при продаже непродовольственных товаров); прирост доли продовольственных товаров отечественного производства в объеме розничного товарооборота продовольственных товаров (при продаже продовольственных товаров – в случае, если такая доля за предыдущий год составила менее 85 процентов).</p>	
--	--	--	--

	<p>«8.2. вознаграждений за осуществление субъектом торговли операций, относящихся к торгово-технологическому процессу, в том числе за разгрузку транспорта, приемку (продовольственных - УДАЛИТЬ) товаров по количеству и качеству, перемещение к месту хранения, подготовку (продовольственных - УДАЛИТЬ) товаров к продаже, фасовку, выкладку продовольственных товаров в торговом зале и на торговом оборудовании, продажу (продовольственных - УДАЛИТЬ) товаров и обслуживание покупателей.»</p> <p><b>Обоснование:</b> В п.7 ст.19 действующего Закона № 128-3 «определено следующее: «7. Установление субъектом торговли, осуществляющим розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети или крупного магазина, и поставщиком продовольственных товаров в договорах, предусматривающих поставки продовольственных товаров, иных гражданско-правовых договорах вознаграждений за осуществление субъектом торговли операций, относящихся к торгово-технологическому процессу, в том числе за разгрузку транспорта, приемку продовольственных товаров по количеству и качеству, перемещение к месту хранения, подготовку продовольственных товаров к продаже, фасовку, выкладку продовольственных товаров в торговом зале и на торговом оборудовании, продажу продовольственных товаров и обслуживание покупателей, запрещается. (Под «иными гражданско-правовыми договорами» подразумеваются и договоры аренды торговых полок, предназначенных для выкладки товаров.) Согласно статьям 115 и 117 Налогового кодекса от 29 декабря 2009 г. № 71-З, в редакции Закона</p>		
--	--	--	--

		<p>Республики Беларусь от 29 декабря 2020 г. № 72-3 (далее по тексту – НК РБ), определены объекты налогообложения налогом на добавленную стоимость, к которым относятся: имущественные права на объекты интеллектуальной собственности; маркетинговые, консультационные, рекламные услуги;</p> <p>услуги по представлению информации;</p> <p>услуги по логистике, перевозке товаров;</p> <p>аренда и др.</p> <p>Следовательно, указанные в НК РБ объекты, такие, как логистические услуги, аренда и другие не могут быть включены в договоры предусматривающие поставки товаров.</p> <p>Согласно статье 174 НК РБ «Внереализационные доходы»</p> <p>3. В состав внереализационных доходов включаются:</p> <p>3.25. доходы покупателя (заказчика) в сумме премий, бонусов, предоставленных продавцом (исполнителем, подрядчиком) к цене (стоимости), указанной в договоре, после выполнения покупателем (заказчиком) условий (в том числе объёма покупок или заказов), определённых договором в качестве обязательных для получения таких премий, бонусов.</p> <p>Причитающиеся (полученные) покупателю денежные премии за достижение им согласованного объёма закупок товаров не подлежат включению в налоговую базу НДС у покупателя, поскольку связаны с приобретением товаров, а не с их реализацией. Получение организацией бонуса не влечёт изменения стоимости приобретённых товаров и, соответственно, не влияет на сумму принимаемого к вычету НДС.</p> <p>На основании действующего законодательства Республики Беларусь вознаграждения (бонусы) поставщик может выплачивать лишь за</p>		
--	--	---	--	--

		<p>реализацию субъектом торговли определённого количества товара. Поэтому, положения пункта 8.2. проекта Закона необходимо распространить на все товары, как продовольственные, так и непродовольственные.</p> <p><b><u>Справочно:</u></b></p> <p>В 2008 году Министерство торговли опубликовало на своем сайте следующее разъяснение.</p> <p><i>"Главной задачей магазина, иных торговых объектов (далее — магазин) является продажа товаров, предназначенных для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.</i></p> <p><i>Продажа товаров осуществляется в рамках торгово-технологического процесса.</i></p> <p><i>Согласно подп.3.6.8 п.3 Государственного стандарта СТБ РБ 1393-2003 «Торговля. Термины и определения», утвержденного постановлением Белстандарта от 28.04.2003 № 22, торгово-технологический процесс — это последовательность операций, обеспечивающих процесс купли-продажи товаров и товародвижения.</i></p> <p><i>Торгово-технологический процесс в магазине складывается из взаимосвязанных последовательных операций, начиная от поступления товаров в магазин и кончая приобретением их покупателями. Данный процесс в магазине состоит из следующих операций: разгрузки транспорта, приемки товаров по количеству и качеству, перемещения к месту хранения, хранения, подготовки товаров к продаже, фасовки, выкладки в торговом зале, продажи товаров и обслуживания покупателей.</i></p> <p><i>Так как выкладка (размещение) товара в торговом зале магазина является неотъемлемой частью технологического</i></p>		
--	--	---	--	--

	<p><i>процесса работы розничного торгового объекта, она не может расцениваться как дополнительная возмездная услуга, оказываемая поставщику товара.</i></p> <p><i>Места для выкладки товаров определяются собственником магазина в зависимости от расположения торгового оборудования и определенных зон торгового зала для продажи товаров, относящихся к различным товарным группам.</i></p> <p><i>При этом эксклюзивная выкладка товара на общих стеллажах (полках, витринах, прилавках, пристенных горках, иных местах, предназначенных для выкладки товара) торгового зала является навязыванием товара определенной разновидности, лишаящая потребителя права свободного выбора товара.</i></p> <p><i>Эксклюзивная выкладка товара в торговом зале розничного объекта противоречит нормам Закона от 9.01.2002 № 183-З «О защите прав потребителей», в соответствии с которым потребитель имеет право на свободный выбор товара надлежащего качества, а продавец обязан оказывать содействие ему в таком выборе. Ст. 11 данного Закона предусматривает, что установление каких-либо преимуществ, прямых или косвенных ограничений при выборе товара (работы, услуги) не допускается, за исключением преимуществ или ограничений, предусмотренных законодательством.</i></p> <p><i>Следовательно, любые сделки поставщика товара и розничного предприятия, предмет которых является эксклюзивная (наилучшая и т. п.) выкладка товара, следует рассматривать как несоответствующие законодательству.</i></p> <p><i>Собственники магазинов вправе оказывать поставщикам товаров услуги, не связанные непосредственно с торгово-технологическим</i></p>		
--	--	--	--

	<p><i>процессом, такие как маркетинговые и рекламные услуги.</i></p> <p><i>В соответствии с подп. 1.3 п. 1 Методических указаний по составу и учету издержек обращения (производства), финансовых результатов деятельности организаций торговли и общественного питания, утвержденных приказом Минторга от 20.09.2002 № 86, маркетинговые услуги представляют собой мероприятия в области исследования торгово-сбытовой деятельности организации, изучения всех факторов, оказывающих влияние на процесс производства и продвижение товаров (работ, услуг) от производителя к потребителю с целью прибыльной реализации; другими словами, маркетинговые услуги можно определить как анализ конъюнктуры товарного рынка, направленный на выявление потенциальных рынков сбыта.</i></p> <p><i>В соответствии с абз. 7 ст. 2 Закона от 10.05.2007 № 225-3 «О рекламе» реклама представляет собой информацию об объекте рекламирования, распространяемая в любой форме с помощью любых средств, предназначенная для неопределенного круга лиц (потребителей рекламы), направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и (или) его продвижение на рынке.</i></p> <p><i>Эксклюзивная выкладка не может являться маркетинговой услугой, предоставляемой поставщику товара, т.к. данные таких маркетинговых исследований будут искажены в связи с влиянием на них эксклюзивности выкладки, влияющей на спрос населения. Кроме того, собственник магазина заинтересован в ускорении реализации приобретенных им товаров не меньше, чем поставщик.</i></p>		
--	--	--	--

	<p><i>Вместе с тем, как показывает практика, под видом проведения рекламных и маркетинговых мероприятий осуществляется скрытая «продажа полок» поставщикам розничными торговыми объектами.</i></p> <p><i>Оплата поставщиками товаров подобных фиктивных услуг приводит к необоснованному росту оптовых и розничных цен, т.к. стоимость рекламных и маркетинговых услуг относится поставщиками к затратам, что в результате влияет на конечную стоимость продукции и вредит прежде всего потребителю.</i></p> <p><i>Таким образом, эксклюзивная или иная подобная выкладка товаров, предоставляющая преимущества определенным товарам, противоречит действующему законодательству и не может оказываться собственником магазина как возмездная услуга поставщику.»</i></p> <p>В связи с тем, что данное разъяснение датировано 2008 годом, некоторые НПА, ТНПА утратили силу либо были изменены. Например, постановлением Государственного комитета по стандартизации от 28.04.2014 № 19 утратил силу Государственный стандарт СТБ РБ 1393-2003 «Торговля. Термины и определения», нормы о свободном выборе товара теперь закреплены не в ст.11, а в ст.10 Закона Республики Беларусь от 09.01.2002 № 90-3 «О защите прав потребителей». Однако, задекларированный в вышеизложенном разъяснении подход уполномоченных государственных органов к возможности заключения соглашений между субъектом розничной торговли и поставщиком, предметом которых является выполнение операций торгово-технологического процесса, не изменился (п.7 ст.19 Закона № 128-3).</p> <p><b><u>Предложение 3.</u></b></p>		
--	---	--	--

	<p>Дополнить статью 16. «Требования к осуществлению торговли с использованием сети Интернет» следующим пунктом:  «5. При осуществлении розничной торговли с использованием сети Интернет через интернет-магазин и (или) с использованием иных информационных сетей, систем и ресурсов, имеющих подключение к сети Интернет, субъекты торговли обязаны выполнять требования законодательных актов, которые распространяются на субъектов торговли, осуществляющих розничную торговлю.»</p> <p><b>Обоснование:</b>  Интернет-торговля развивается быстрыми темпами и вытесняет торговлю посредством организации торговой сети или крупного магазина. В связи с этим требуется регулировать интернет - торговлю аналогичными НПА, как для классической торговли. Так, например, чтобы отечественные товары были представлены в интернет – магазинах, необходимо чтобы субъекты интернет - торговли соблюдали ассортиментные перечни товаров, утвержденные Постановлением МАРТ № 74; обеспечили минимальную долю продажи отдельных товаров, как указано в статье 10 Проекта Закона; были ограничены в получении вознаграждений при реализации социально значимых товаров, как указано в статье 10 настоящего Проекта Закона; и т.д.</p> <p><b>Предложение 4.</b>  Дополнить пункт 4 статьи 10 Закона № 128-3 следующим абзацем:  «В целях развития эффективного импортозамещения, установить квоту не менее 30 % наличия и реализации в розничной торговле, в том числе при осуществлении торговли с использованием сети Интернет, отечественных товаров, производимых в рамках импортозамещающих и инновационных</p>		
--	---	--	--

		<p>программ, а также субъектами малого и среднего бизнеса и организациями, в которых численность инвалидов составляет не менее 50 % от списочной численности работающих."</p> <p><b>Обоснование:</b>  В обосновании к проекту Закона сказано: «Проект Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам торговли и общественного питания» (далее – проект Закона) подготовлен в целях унификации требований к организации и осуществлению торговой деятельности на территориях Республики Беларусь и Российской Федерации в соответствии с Союзной программой по унификации требований к организации и осуществлению торговой деятельности (далее – Союзная программа) во исполнение поручения Совета Министров Республики Беларусь от 3 декабря 2021 г. № 31/810-5610/11957р-дсп, а также в соответствии с пунктами 21 - 23 Программы действия Правительства Республики Беларусь и Комитета государственного контроля Республики Беларусь по стабилизации цен, совершенствованию методологии ценообразования и контрольной деятельности по соблюдению законодательства о ценообразовании на 2022 год, утвержденной Председателем Комитета государственного контроля Республики Беларусь В.Н.Герасимовым 29 июня 2022 г. № 09-3255 и Премьер-министром Республики Беларусь Р.А.Головченко 29 июня 2022 г. № 32/221-278/134, в целях создания дополнительных условий для обеспечения национальной безопасности; развития розничной торговли с использованием сети Интернет, развития отечественного производства и обеспечения потребительского рынка качественными продовольственными товарами, а также малого</p>		
--	--	---	--	--

		<p>и среднего бизнеса и организаций потребительской кооперации.»</p> <p>На основании сказанного, а также, учитывая факт, что окупаемость инвестиционных проектов по производству равной по качеству продукции за счет повышения наукоемкости производства и имплементации передовых мировых практик составляет не менее 5 лет, для защиты интересов таких отечественных производителей необходимо установить квоты для субъектов торговли на закупку и реализацию отечественной продукции в розничной торговле (возможно на срок не менее 5 лет).</p> <p>Аналогичные нормы используются при закупках товаров за счет бюджетных и собственных средств, в которых законодательно отрегулированы преференции и процент доли участия данной категории производителей.</p> <p>Такую же норму предлагает ФАС ввести в России:</p> <p><a href="https://www.forbes.ru/biznes/446633-fas-mozet-vvesti-kvoty-retejleram-na-zakupki-u-malogo-biznesa">https://www.forbes.ru/biznes/446633-fas-mozet-vvesti-kvoty-retejleram-na-zakupki-u-malogo-biznesa</a></p> <p><i>«Общественный совет при ФАС обсудил возможность введения квот ретейлерам на закупки товаров у малого и среднего бизнеса по аналогии с госзакупками, узнали «Известия». За три года доля крупных продуктовых сетей в российской рознице выросла с 37,2% до 44,2% Общественный совет при Федеральной антимонопольной службе (ФАС) обсудил идею ввести ретейлерам квоты на покупку товаров у малых и средних предприятий (МСП) по аналогии с госзакупками. Об этом сообщила газета «Известия», изучившая материалы заседания. Источник газеты, принимавший участие в нем, уточнил, что ведомство согласилось подробнее изучить проблемы</i></p>		
--	--	---	--	--

		<p><i>малого бизнеса при взаимодействии с ретейлерами.</i></p> <p><i>Если власти введут такое квотирование, доля местных МСП на полке торговой сети должна будет составлять не менее доли, которую эта сеть занимает на рынке в отдельно взятом регионе.</i></p> <p><i>На заседании обсуждалась также идея введения нижнего (10%) и верхнего (30%) пределов наценки на продукты местных производителей. Его участники предложили ФАС контролировать навязывание малому бизнесу дополнительных договорных условий и ввести законодательные требования к типовому договору поставок для ретейлеров.</i></p> <p><i>Бизнес жалуется, что крупные ретейлеры оказывают влияние на местных производителей, в том числе отказываясь рассматривать договоры, если сеть не получит 70% дохода от продажи продукции, говорится в документах совещания. МСП также должны производить большой объем товаров, чтобы они были представлены сразу во всех магазинах сети региона. И нести множество дополнительных затрат, в том числе на вывоз товаров с истекшим сроком годности.»</i></p>		
	Не указан	<p><b>Сергей Васильевич</b></p> <p>В ст. 19 обсуждаемого Закона заложен очень важный момент по доступности и открытости информации для контрагентов розничной торговли, но на мой взгляд подобная информация (особенно актуальные цены поставщика и условия для предоставления скидок) должна быть защищена и должна содержать дату последних изменений. Самый простой и надёжный способ - это публикация подобной информации непосредственно на сайте МАРТ в отдельном разделе, это так же позволит представителям МАРТ мониторить</p>	<p><b>Не учтено.</b></p> <p>Размещение актуальных цен поставщиков и условий предоставления скидок не относится к компетенции МАРТ.</p>	

		<p>актуальные цены (скидки, бонусы) и принимать меры воздействия к нарушителям обсуждаемого законопроекта в случае его нарушения. Работает это примерно так - представитель поставщика/торговой сети авторизуется на сайте МАРТ посредством ЭЦП и передаёт актуальную информацию без возможности её удаления/изменения, дата поступления фиксируется средствами сайта, а в случае изменения условий - представитель поставщика/торговой сети высылает обновлённую информацию, при этом сохраняется и старый документ (с отметкой даты) и новый. Примерно так работает сайт и принимаются отчёты в Министерстве по налогам и сборам.</p> <p>Иначе, какой смысл публиковать все эти данные, если контрагенты смогут изменять "правила игры" хоть по несколько раз в течении дня?</p>		
Не указан	<p><b>Сапега</b> Предложения, указанные в проекте Закона обоснованы и необходимы. Однако, распространить его необходимо на все социально значимые товары, так как Республика Беларусь - социальное государство. Закон нужно принять как можно быстрее.</p>	<p><b>Не учтено.</b> Не представлено финансово-экономическое обоснование.</p>		
Не указан	<p><b>Сапега</b> В дополнение сказанному, хочу заметить: Подобные ограничения бонусов действуют в Российской Федерации с 2010 года, установленные пунктом 4 статьи 9 Федерального закона от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», возможно поэтому товары в России дешевле.</p>	<p><b>Не учтено.</b> В информации не содержатся конкретные предложения</p>		