

**МІНІСТЭРСТВА
АНТЫМАНАПОЛЬНАГА
РЭГУЛЯВАННЯ І ГАНДЛЮ
РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ**



**МИНИСТЕРСТВО
АНТИМОНОПОЛЬНОГО
РЕГУЛИРОВАНИЯ И ТОРГОВЛИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

ПАСТАНОВА

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

2020 г. №

г.Мінск

г.Минск

Об утверждении Инструкции о порядке классификации розничных торговых объектов по видам и типам

На основании абзаца четвертого подпункта 1.10 пункта 1 статьи 7 Закона Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь» и подпункта 6.49 пункта 6 Положения о Министерстве антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 6 сентября 2016 г. № 702, Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Утвердить Инструкцию о порядке классификации розничных торговых объектов по видам и типам (прилагается).

2. Признать утратившим силу постановление Министерства торговли Республики Беларусь от 26 июня 2014 г. № 25 «Об утверждении инструкции о порядке классификации розничных торговых объектов по видам и типам».

3. Настоящее постановление вступает в силу через месяц после его официального опубликования.

Министр

В.В.Колтович

УТВЕРЖДЕНО
Постановление
Министерства антимонопольного
регулирующего и торговли
Республики Беларусь
____.____.2020 № ____

ИНСТРУКЦИЯ

о порядке классификации розничных
торговых объектов по видам и типам

1. Настоящая Инструкция определяет порядок классификации розничных торговых объектов по видам и типам.

2. Для целей настоящей Инструкции применяются термины и их определения в значениях, установленных Законом Республики Беларусь «О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь», Правилами продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания, утвержденными постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 22 июля 2014 г. № 703», а также следующие термины и их определения:

автомагазин – передвижное средство развозной торговли, представляющее собой специально оборудованное для торговли механическое транспортное средство;

автономный магазин – магазин, не входящий в торговую сеть (торговые сети);

бутик – продовольственный или непродовольственный магазин с комбинированным или смешанным ассортиментом товаров либо специализированный магазин с торговой площадью 20 и более квадратных метров, в котором реализуется ограниченный ассортимент модных товаров либо товары эксклюзивного или редкого спроса;

гастроном – продовольственный магазин с универсальным ассортиментом товаров с торговой площадью от 200 до 1000 квадратных метров, в котором реализуется универсальный ассортимент продовольственных товаров, а также может реализовываться ограниченный ассортимент непродовольственных товаров;

гипермаркет – продовольственный или непродовольственный магазин с универсальным ассортиментом товаров с торговой площадью 4000 и более квадратных метров;

дискаунтер – продовольственный или непродовольственный магазин с универсальным, комбинированным или смешанным ассортиментом товаров с торговой площадью от 250 до 2500 квадратных метров, в котором реализуются товары повседневного спроса по более низким ценам с преимущественным размещением товаров в торговом зале на

складском оборудовании (стеллажи, поддоны, иное оборудование) и, как правило, в упаковке изготовителя. Размер торговых надбавок (разницы между ценой реализации товаров без учета налога на добавленную стоимость и ценой приобретения этих товаров) на реализуемые в дискаунтере товары не должен превышать 20 процентов;

дом торговли – непродовольственный магазин с универсальным ассортиментом товаров с торговой площадью 800 и более квадратных метров, в котором реализуются универсальный ассортимент непродовольственных товаров, а также может реализовываться ограниченный ассортимент продовольственных товаров;

емкость для хранения и продажи товаров – передвижное средство разносной торговли, представляющее собой торговое оборудование в виде сосуда или резервуара (цистерна, аквариум, бочка, бочонок кег, иные емкости), предназначенное для продажи напитков в розлив, живой рыбы, сыпучих материалов;

индивидуальное обслуживание – метод продажи товаров, при котором покупатель самостоятельно осматривает и выбирает товары, размещенные в розничном торговом объекте, а продавец обеспечивает консультирование, упаковку и отпуск товаров;

корзина для продажи товаров – передвижное средство разносной торговли, используемое для переноски и продажи товаров;

лоток – передвижное средство разносной торговли, представляющее собой прилавок или иное оборудование (в том числе холодильное) для продажи товаров. Лоток может быть защищен от климатических условий палаткой;

магазин с комбинированным ассортиментом товаров – неспециализированный магазин, в котором реализуется несколько групп товаров, связанных общностью спроса и удовлетворяющих отдельные потребности населения;

магазин со смешанным ассортиментом товаров – неспециализированный магазин, в котором реализуются отдельные виды продовольственных и непродовольственных товаров повседневного спроса;

магазин с универсальным ассортиментом товаров – неспециализированный магазин, в котором реализуется более 10 групп продовольственных или непродовольственных товаров повседневного спроса;

магазин «Сток» (стоковый магазин) – непродовольственный магазин с комбинированным или смешанным ассортиментом товаров с торговой площадью 20 и более квадратных метров, в котором реализуется ограниченный ассортимент морально устаревших, не проданных в сезон остатков единичных размеров непродовольственных товаров;

неизолированный торговый объект – торговый объект, не занимающий изолированного помещения и расположенный на торговой площади магазина (павильона) иного субъекта торговли, в административном здании, здании вокзала, аэропорта, в объекте бытового обслуживания, объекте почтовой связи, физкультурно-спортивном сооружении, учреждении образования, организации здравоохранения, в ином объекте;

непродовольственный магазин – магазин, в котором под размещение продовольственных товаров используется менее 60 процентов торговой площади;

продажа товаров по образцам – метод продажи имеющихся в наличии в розничном торговом объекте товаров, осуществляемый путем демонстрации образцов товаров и (или) описаний товаров, содержащихся в каталогах, проспектах, рекламе, буклетах, представленных в фотографиях или иных информационных источниках, размещенных в розничном торговом объекте;

продажа товаров по предварительным заказам – метод продажи товаров, основанный на предварительном заказе покупателем товаров, требующих индивидуальной комплектации, товаров нерегулярного потребительского спроса, а также других товаров, отсутствующих в наличии в розничном торговом объекте, и их передаче покупателю через определенный срок;

продовольственный магазин – магазин, в котором под размещение продовольственных товаров используется 60 и более процентов торговой площади;

салон-магазин – непродовольственный специализированный магазин с постоянным обновлением ассортимента товаров с торговой площадью 20 и более квадратных метров, в котором реализуются непродовольственные товары одной группы;

самообслуживание – метод продажи товаров, основанный на самостоятельном осмотре, отборе и доставке товаров покупателем в контрольно-кассовый узел розничного торгового объекта;

сэконд-хэнд – непродовольственный магазин с комбинированным ассортиментом товаров, в котором реализуется ограниченный ассортимент бывших в употреблении непродовольственных товаров;

сетевой магазин – магазин, входящий в торговую сеть (торговые сети);

супермаркет – продовольственный магазин с универсальным ассортиментом товаров с торговой площадью от 650 до 4000 квадратных метров, в котором реализуется универсальный ассортимент продовольственных товаров, а также ограниченный ассортимент непродовольственных товаров;

тележка для продажи товаров – передвижное средство разносной торговли, представляющее собой оснащенное колесным механизмом торговое оборудование, используемое для передвижения и продажи товаров, в том числе напитков в розлив;

торговый автомат – передвижное средство разносной торговли, представляющее собой специальное оборудование для продажи товаров методом самообслуживания, позволяющее проводить расчеты за приобретаемые товары с использованием наличных денежных средств и (или) в безналичном порядке;

традиционное обслуживание – метод продажи товаров, основанный на обслуживании покупателя через прилавок (окно киоска, автомагазина), при котором продавец обеспечивает покупателю осмотр товаров, их упаковку и отпуск;

универмаг – непродовольственный магазин с универсальным ассортиментом товаров с торговой площадью 3000 и более квадратных метров (в сельских населенных пунктах – 400 и более квадратных метров), в котором реализуется универсальный ассортимент непродовольственных товаров, а также может реализовываться ограниченный ассортимент продовольственных товаров;

универсам – продовольственный магазин с универсальным ассортиментом товаров с торговой площадью от 400 до 2500 квадратных метров (в сельских населенных пунктах – 300 и более квадратных метров), в котором реализуется универсальный ассортимент продовольственных товаров, а также может реализовываться ограниченный ассортимент непродовольственных товаров.

3. Розничные торговые объекты классифицируются по видам в зависимости от:

3.1. типа строения:

стационарные;

нестационарные;

3.2. места расположения:

в составе торгового центра;

на торговой площади магазина;

в административном здании, здании вокзала, аэропорта, в объекте бытового обслуживания, объекте почтовой связи, физкультурно-спортивном сооружении, учреждении образования, организации здравоохранения, ином объекте;

на автозаправочной станции;

на территории объектов придорожного сервиса;

на рынках;

в пунктах пропуска через Государственную границу Республики Беларусь;

на площадках по продаже декоративных растений и продукции цветоводства;

3.3. формата:

магазин;

павильон;

киоск;

палатка;

неизолированный торговый объект;

автомагазин;

торговый автомат;

лоток;

емкость для хранения и продажи товаров;

корзина для продажи товаров;

тележка для продажи товаров;

иное приспособление для продажи товаров.

4. Магазины классифицируются по видам в зависимости от:

4.1. способов организации торговли:

автономные;

сетевые;

фирменные;

4.2. ассортимента товаров:

4.2.1. продовольственные:

специализированные;

неспециализированные:

с универсальным ассортиментом товаров;

с комбинированным ассортиментом товаров;

со смешанным ассортиментом товаров;

4.2.2. непродовольственные:

специализированные;

неспециализированные:

с универсальным ассортиментом товаров;

с комбинированным ассортиментом товаров;

со смешанным ассортиментом товаров;

4.3. метода продажи товаров:

самообслуживания;

традиционного обслуживания;

индивидуального обслуживания;

с продажей товаров по образцам;

с продажей товаров по предварительным заказам.

5. Продовольственные и непродовольственные магазины классифицируются по типам согласно приложениям 1 и 2.

Приложение 1
к Инструкции о порядке классификации
розничных торговых объектов по видам
и типам

КЛАССИФИКАЦИЯ
продовольственных магазинов по типам

Вид магазина	Тип магазина	Торговая площадь, кв. м	Метод продажи товаров*
Специализированные магазины	Алкобольные напитки	50 и более**	Самообслуживание, традиционное обслуживание
	Бакалейные товары, безалкогольные напитки, кондитерские изделия, рыбные продукты, табачные изделия, хлебобулочные изделия и иные магазины, в том числе в которых реализуется часть товаров одной группы	10 и более	Самообслуживание, традиционное обслуживание, продажа товаров по предварительным заказам
	Бутик	20 и более	Индивидуальное обслуживание
Неспециализированные магазины с универсальным ассортиментом товаров	Гастроном	От 200 до 1000	Самообслуживание, традиционное обслуживание, продажа товаров по предварительным заказам
	Гипермаркет продовольственный	4000 и более	Самообслуживание, традиционное обслуживание, продажа товаров по предварительным заказам
	Дискаунтер	От 250 до 2500	Самообслуживание, традиционное обслуживание

Вид магазина	Тип магазина	Торговая площадь, кв. м	Метод продажи товаров*
	Супермаркет	От 650 до 4000	Самообслуживание, традиционное обслуживание, продажа товаров по предварительным заказам
	Универсам	От 400 до 2500	Самообслуживание, традиционное обслуживание, продажа товаров по предварительным заказам
	Универсам в сельских населенных пунктах	300 и более	
Неспециализированные магазины с комбинированным ассортиментом товаров	Бутик	20 и более	Индивидуальное обслуживание
	Детское питание, диетическое питание, спортивное питание, хлебокондитерский и иные магазины	10 и более	Самообслуживание, традиционное обслуживание, продажа товаров по предварительным заказам
	Дискаунтер	От 250 до 2500	Самообслуживание, традиционное обслуживание
Неспециализированные магазины со смешанным ассортиментом товаров	Бутик	20 и более	Индивидуальное обслуживание
	Дискаунтер	От 250 до 2500	Самообслуживание, традиционное обслуживание
	Мини-магазин (мини-маркет)	До 100	Самообслуживание, традиционный
	Прочие продовольственные неспециализированные магазины со смешанным ассортиментом товаров	Не нормируется	Любые методы продажи

* В магазине могут использоваться один или несколько из указанных методов продажи товаров.

** В случаях, установленных законодательными актами, магазин может иметь меньшую торговую площадь.

КЛАССИФИКАЦИЯ

непродовольственных магазинов по типам

Вид магазина	Тип магазина	Торговая площадь, кв. м	Метод продажи товаров*
Специализированные магазины	Автозаправочная станция	Не нормируется	Самообслуживание, индивидуальное обслуживание
	Аптека	20 и более	Традиционное обслуживание, самообслуживание, индивидуальное обслуживание
	Биотовары (природа), бытовая химия, бытовая радиоэлектронная аппаратура, галантерейные товары, игрушки, канцелярские товары, книги, печатные издания, мебельные товары, мебель, музыкальные товары, носители аудио- и видеоинформации (с записями и без), обувь, одежда, парфюмерно-косметические товары, спортивные товары, средства связи, строительные товары, текстильные товары, бытовые электротовары, транспортные средства, фото- и	20 и более	Самообслуживание, индивидуальное обслуживание, традиционное обслуживание, продажа товаров по образцам**

Вид магазина	Тип магазина	Торговая площадь, кв. м	Метод продажи товаров*
	кинотовары, хозяйственные товары, художественно-декоративные изделия и сувениры, ювелирные изделия, часы и иные магазины, в том числе в которых реализуется часть товаров одной группы		
	Бутик	20 и более	Индивидуальное обслуживание
	Салон-магазин	20 и более	Индивидуальное обслуживание
Неспециализированные магазины с универсальным ассортиментом товаров	Гипермаркет непродовольственный	4000 и более	Самообслуживание в сочетании с традиционным обслуживанием
	Дискаунтер	От 250 до 2500	Самообслуживание, традиционное обслуживание
	Дом торговли	800 и более	Самообслуживание, традиционное обслуживание, продажа товаров по образцам**
	Универмаг	3000 и более	Самообслуживание, традиционное обслуживание, продажа товаров по образцам**, продажа товаров по предварительным заказам
	Универмаг в сельских населенных пунктах	400 и более	
Неспециализированные	Бутик	20 и более	Индивидуальное обслуживание

Вид магазина	Тип магазина	Торговая площадь, кв. м	Метод продажи товаров*
магазины с комбинированным ассортиментом товаров	Галантерея-парфюмерия, промтовары, сделай сам, товары, бывшие в употреблении (секонд- хенд), товары для дома, товары для женщин, товары для мужчин, товары для детей (детский мир), товары для новобрачных, товары для спорта и туризма, товары для дома, сада и огорода, товары для шитья и рукоделия и иные магазины	50 и более	Самообслуживание, индивидуальное обслуживание, традиционное обслуживание, продажа товаров по образцам**
	Гипермаркет непродовольственный	4000 и более	Самообслуживание в сочетании с традиционным обслуживанием
	Дискаунтер	От 250 до 2500	Самообслуживание, традиционное обслуживание
	Магазин «Сток» (стоковый магазин)	20 и более	Самообслуживание, индивидуальное обслуживание
Неспециализированные магазины со смешанным ассортиментом товаров	Бутик	20 и более	Индивидуальное обслуживание
	Дискаунтер	От 250 до 2500	Самообслуживание, традиционное обслуживание
	Магазин «Сток» (стоковый магазин)	20 и более	Самообслуживание, индивидуальное обслуживание

Вид магазина	Тип магазина	Торговая площадь, кв. м	Метод продажи товаров*
	Мини-магазин (мини-маркет)	До 100	Самообслуживание, традиционное обслуживание
	Прочие непродовольственные неспециализированные магазины со смешанным ассортиментом товаров	Не нормируется	Любые методы продажи

* В магазине могут использоваться один или несколько из указанных методов продажи товаров.

** Магазин может иметь меньшую торговую площадь, если покупатель знакомится с образцами товаров и (или) описаниями товаров, содержащимися в каталогах, проспектах, рекламе, буклетах, представленными в фотографиях или иных информационных источниках, размещенных в торговом объекте.