

Обоснование необходимости издания
Указа Президента Республики Беларусь
«О совершенствовании регулирования потребительского рынка»

1. Цель и правовые основания подготовки проекта.

Проект Указа Президента Республики Беларусь «О совершенствовании регулирования потребительского рынка» (далее – проект Указа) подготовлен во исполнение пункта 52 Программы деятельности Правительства Республики Беларусь на 2025 – 2029 годы, утвержденной постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 8 мая 2025 г. № 254, в целях защиты интересов личности, общества и государства в сфере торговли, в том числе с использованием глобальной компьютерной сети Интернет (далее – сеть Интернет), создания условий для добросовестной конкуренции и повышения качества оказываемых услуг.

2. Обоснованность выбора вида нормативного правового акта.

Согласно пункту 1 статьи 15 Закона Республики Беларусь от 17 июля 2018 г. № 130-З «О нормативных правовых актах» Президент Республики Беларусь на основе и в соответствии с Конституцией Республики Беларусь издает указы и распоряжения.

В соответствии с пунктом 2 статьи 5 Закона Республики Беларусь от 8 января 2014 г. № 128-З «О государственном регулировании торговли и общественного питания» (далее – Закон № 128-З) Президентом Республики Беларусь могут устанавливаться особенности правового регулирования отношений, регламентированных Законом № 128-З.

3. Предмет правового регулирования структурных элементов проекта, изменяющих существующее правовое регулирование соответствующих общественных отношений, информация об изменении концептуальных положений законодательства, институтов отрасли (отраслей) законодательства и правовых последствиях такого изменения.

Предметом правового регулирования проекта Указа являются отношения, связанные с оказанием услуг интернет-площадок, осуществлением дистанционной торговли с использованием сети Интернет через интернет-магазин, размещением (распространением) рекламы на сайтах владельцев магазинов беспопшлинной торговли, формированием цен на товары, поставляемые на экспорт, и реимпортируемые.

В последние годы доля электронной торговли в стране существенно увеличивается, что требует особого внимания со стороны государства.

Сегодня в Республике Беларусь функционируют такие интернет-площадки как Emall, Onliner, Deal, Wildberries, Ozon и AliExpress.

Справочно.

По данным государственного информационного ресурса «Торговый реестр Республики Беларусь» (далее – Торговый реестр), за период с 2020 по 2025 гг. количество интернет-магазинов увеличилось в 2,6 раза (на 8 438 ед.) и на 01.01.2025 составило 30 990 ед. Розничную торговлю через интернет-магазин осуществляет 19 349 субъектов хозяйствования, из которых 9 298 ед. (или 48,1 %) – юридические лица, 10 051 ед. (или 51,9 %) – индивидуальные предприниматели.

По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, за 2020 – 2024 гг. удельный вес розничного товарооборота интернет-магазинов в розничном товарообороте организаций торговли вырос в 2,1 раза и по итогам 2024 года составил 11,7 % в объеме розничного товарооборота.

В стране функционирует более 3 тыс. пунктов выдачи заказов интернет-площадок.

За счет развития инфраструктуры интернет-торговли обеспечивается доступность широкого ассортимента товаров для населения (в первую очередь, проживающего в отдаленных и малонаселенных населенных пунктах), создание дополнительных рабочих мест и возможность продвижение товаров на внутреннем и внешних рынках.

Вместе с тем у интернет-торговли есть и явные недостатки.

Во-первых, несмотря на положения норм Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК), у покупателей, приобретающих товары в **зарубежных интернет-магазинах, не всегда есть возможность защитить свои права** в случае приобретения некачественного товара либо нарушения иных прав потребителей, предусмотренных Законом Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-З «О защите прав потребителей» (далее – Закон № 90-З), поскольку продавец товара или владелец интернет-площадки находится на территории иностранного государства, и, соответственно, руководствуется национальным законодательством этого государства. Так, например, в силу частей первой и второй пункта 11 статьи 20 Закона № 90-З продавец обязан принять товар ненадлежащего качества у потребителя, а в случае необходимости провести проверку качества товара, в том числе с привлечением ремонтной организации; при возникновении между потребителем и продавцом спора о наличии недостатков товара и причинах их возникновения продавец обязан провести экспертизу товара за свой счет в порядке, установленном Правительством Республики Беларусь. Таким образом, нахождение продавца за пределами Республики Беларусь делает затруднительным реализацию приведенных прав и обязанностей. В этой связи при оказании нерезидентами услуг интернет-площадки в Республике Беларусь видится оправданным определение регуляторных механизмов, направленных на введение обязанности по созданию на территории Республики Беларусь юридического лица и

включению сведений о нем в Торговый реестр. Кроме того, установление такой обязанности выровнит условия осуществления предпринимательской деятельности владельцев интернет-площадок с владельцами торговых центров, рынков и интернет-магазинов.

Справочно.

В соответствии со статьей 1130 ГК к требованию о возмещении ущерба, возникшего у потребителя в связи с покупкой товара или оказанием услуги, по выбору потребителя применяется право страны, где:

*находится место жительства потребителя;
находится место жительства или место нахождения
производителя или лица, оказавшего услугу;
потребитель приобрел товар или ему была оказана услуга.*

Во-вторых, активная, даже порой агрессивная политика отдельных электронных площадок, интернет-магазинов с наращиванием объемов ввоза потребительского импорта, оказывает существенное влияние не только на работу отечественных производителей, создавая им конкуренцию, но и на стационарную торговлю, в том числе магазины шаговой доступности.

Крупные зарубежные интернет-площадки, осуществляющие деятельность на территории Республики Беларусь, на которых в настоящее время представлен широкий ассортимент импортных товаров, в том числе дешевых китайских и узбекских товаров легкой промышленности, являются одним из основных каналов дистрибуции импортных товаров в Республику Беларусь. При этом в открытом доступе владельцами интернет-площадок не представлена информация о принципах формирования рейтинга товаров и продавцов, принципах ранжирования товаров, которые непосредственно влияют на продвижение товаров и продавцов на интернет-площадке. Также имеют место случаи ограничения возможности реализации белорусскими субъектами хозяйствования товаров на крупных иностранных интернет-площадках и проблемы в урегулировании спорных ситуаций.

Так, по данным Белстата, в 2024 году доля продажи товаров отечественного производства в розничном товарообороте организаций торговли составила **56,4 %** (снижение к 2023 г. – на 3,1 п.п., к 2019 г. – на 4,6 п.п. (составляла 61,0 %)), в том числе **непродовольственных товаров** – **37,3 %** (снижение к 2023 г. – на 3,1 п.п., к 2019 г. – на 5,7 п.п. (составляла 43,0 %)).

Справочно.

В 2024 г. значительно снизился удельный вес продажи отечественных мучных кондитерских изделий (на 0,9 п.п.), детского питания (на 4,9 п.п.), макаронных изделий (на 3,5 п.п.), плитки керамической (на 4,7 п.п.), холодильников и морозильников (на 1,8 п.п.), велосипедов (на 3,1 п.п.), верхней одежды (на 5,8 п.п.), нижнего белья (на 5,1 п.п.), чулочно-носочных изделий (на 3,0 п.п.), обуви (на 5,6 п.п.).

При этом в настоящее время не все отечественные производители осуществляют реализацию продукции через интернет-площадки. Большинство из них предпочитают следующий вариант работы с интернет-площадкой: поставка субъекту товаропроводящей сети в Российской Федерации либо поставка контрагентам Российской Федерации и Республики Беларусь, которые специализируются на интернет-площадках. Зачастую экспортные поставки товаров осуществляются по отпускным ценам ниже, чем отпускные цены (без НДС) таких товаров, поставляемых на внутренний рынок.

В ходе анализа поступающих в МАРТ от государственных органов (организаций), осуществивших согласование повышения отпускных цен, уведомлений о принятых решениях о согласовании повышения отпускных цен, а также крупнейших отечественных производителей о средневзвешенных отпускных ценах на наиболее популярные товарные позиции, поставляемые в 2024 году как на внутренний рынок, так и на экспорт, установлены факты реализации отдельными производителями потребительских товаров **на экспорт по ценам ниже, чем установленные отпускные цены на эти товары на внутреннем рынке.**

Телевизоры.

По информации УП «Н-ТиВи», в первом и втором квартале 2024 г. по трем товарным позициям, которые отгружались на оба рынка, средневзвешенные отпускные цены на внутренний рынок были выше, чем на экспорт на 14,89 – 24,97 %; в четвертом квартале 2024 г. по двум товарным позициям – на 5,09 и 19,72 %.

По данным ОАО «Витязь», только одна производимая предприятием модель реализовывалась на внутренний рынок и на экспорт в 2024 году ежеквартально, при этом средневзвешенные отпускные цены на внутренний рынок были выше экспортных на 1,72 – 9,36 %. Кроме того, в третьем квартале 2024 г. средневзвешенная отпускная цена на телевизор «ВИТЯЗЬ» 43LF1230 на внутреннем рынке была выше на 17,15 процента аналогичной экспортной цены.

Холодильники и морозильники.

У ЗАО «Атлант» по большинству проанализированных наименований уровень средневзвешенных отпускных цен при реализации на внутренний рынок был выше, чем на экспорт на 0,7 – 13,18 %.

Плитка керамическая.

Анализ представленной ОАО «БЕРЁЗАСТРОЙМАТЕРИАЛЫ» и ОАО «Керамин» информации показал, что в 2024 году по большинству проанализированных товарных позиций уровень средневзвешенных отпускных цен при реализации на внутренний рынок был выше, чем на экспорт на 2,73 – 84,88 %.

Детская обувь.

В результате анализа информации, представленной ОАО «Красный Октябрь», было установлено, что в 2024 году по большинству проанализированных моделей уровень средневзвешенных отпускных цен при реализации на внутренний рынок был выше, чем на экспорт на 5,8 – 51,8 %.

Макаронные изделия.

По наиболее популярным макаронным изделиям средневзвешенные отпускные цены для внутреннего рынка ОАО «Лидахлебопродукт» были как выше (от 0,7 до 13,9 %), так и ниже (от 1,1 до 11,5 %) экспортных цен.

Шоколад.

По информации СОАО «Коммунарка», в 2024 году средневзвешенные отпускные цены по большинству производимых наименований шоколада при реализации на внутренний рынок сложились выше, чем на экспорт на 3,0 – 77,9 %.

В-третьих, в соответствии со статьей 18 Закона № 128-3 для субъектов торговли, осуществляющих розничную торговлю, установлена обязанность разрабатывать, утверждать и согласовывать с местными органами власти **перечень товаров, обязательных к наличию для реализации** в торговом объекте.

Для субъектов торговли, осуществляющих розничную торговлю через интернет-магазин, такие требования не установлены, что ставит в неравные условия субъектов торговли и не способствует продвижению и увеличению объемов продажи.

Учитывая активное развитие интернет торговли в целях увеличения объемов продаж товаров отечественного производства предлагается для владельцев интернет-магазинов установить **обязанность разрабатывать такой перечень и размещать на сайте интернет-магазина предложения о продаже товаров, включенных в этот перечень.**

В-четвертых, в целях увеличения объемов реализации товаров отечественного производства могут быть задействованы магазины беспошлинной торговли (далее – МБТ).

По информации Республиканского союза участников таможенных отношений, деятельность белорусских МБТ, осуществляющих беспошлинную торговлю физическим лицам, следующим через государственную границу Республики Беларусь, представляет реальную конкурентную альтернативу предложениям зарубежной розничной торговли (что вызвало сокращение зарубежной розничной торговли на сопредельных пограничных пунктах пропуска иностранных приграничных государств), стабильный источник налогооблагаемой валютной выручки и значимых налоговых отчислений Республики

Беларусь, площадку для эффективного продвижения на зарубежные рынки потребления товаров белорусских производителей.

Объем реализации товаров белорусскими МБТ может быть значительно увеличен путем предоставления гражданам, следующим через границу, возможности заблаговременно ознакомиться с представленной в белорусских МБТ продукцией, выбрать интересующие товары и осуществить их предварительный заказ (и осуществить предоплату за товар).

Можно прогнозировать, что организация реализации товаров белорусских МБТ с размещением в сети Интернет информации о предлагаемых товарах МБТ (включая алкогольную продукцию и табачные изделия), предварительным заказом продукции обеспечит увеличение объема продаж товаров в белорусских МБТ на 15 – 20 %.

Справочно.

Например, по данным ООО «МаркетЛига», это обеспечит дополнительную ежегодную реализацию товаров стоимостью до 4,1 миллиона евро, что обеспечит дополнительное ежегодное поступление в республиканский бюджет до 640 тысяч евро дополнительных налоговых отчислений (отчисления от выручки МБТ, налог на прибыль, иные налоговые отчисления).

К основным группам товаров, востребованным покупателями в белорусских МБТ, относятся алкогольная продукция, табачные изделия, косметика и парфюмерия, продукты питания, брендовая бижутерия и др., при этом значительную часть данной продукции представляют товары белорусских производителей.

Вместе с тем пунктами 1 и 3 статьи 17 Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 225-З «О рекламе» (далее – Закон № 225-З) запрещается размещение в сети Интернет информации о цене, наименовании, потребительской упаковке табачных изделий, алкогольных напитков.

Однако, в соответствии с пунктом 1 Закона № 225-З его сфера распространяется на правоотношения, возникающие на территории Республики Беларусь.

Деятельность МБТ строго ограничена территорией пунктов пропуска через границу, за пределами предусмотренных видов государственного контроля (пограничного, таможенного, транспортного и других).

Покупателями МБТ выступают физические лица, прошедшие все предусмотренные виды государственного контроля, покидающие территорию Республики Беларусь, либо физические лица, следующие из-за рубежа на территорию Республики Беларусь, которым предстоит пройти все предусмотренные виды государственного контроля.

Таким образом, сфера белорусской беспошлинной торговли функционирует за пределами потребительского рынка Республики Беларусь и должна регулироваться специальными правовыми нормами, обеспечивающими благоприятные условия по отношению к зарубежной розничной торговле.

Следует принимать во внимание, что в деятельности зарубежных МБТ возможность осуществления предварительного заказа посредством сети Интернет (включая алкогольную и табачную продукцию) реализована и активно используется в практической деятельности (www.heinemann-shop.com).

Информация о представленном в белорусских МБТ ассортименте алкогольных напитков и табачных изделий будет представляться только при предоставлении информации о паспортных данных покупателя и подтверждении его возраста (более 18 лет).

В соответствии с подпунктом 2.17 пункта 2 Указа Президента Республики Беларусь от 22 апреля 2014 г. № 175 «О магазинах беспошлинной торговли» (далее – Указ № 175) покупатель получает право приобретения товаров в МБТ при предъявлении документа для выезда за границу (гражданского паспорта).

В соответствии с подпунктом 2.20 пункта 2 Указа № 175 платежный документ, подтверждающий факт продажи в МБТ (кассовый чек) должен содержать собственное имя и фамилию покупателя, номер документа для выезда за границу (паспорта).

Обязанности по фиксации указанных сведений исключают нарушение ограничений по продажам таких товаров лицам, не достигшим, установленного законодательством возраста, дающего право на приобретение данной категории товаров.

Учитывая изложенное, проектом Указа предлагается:

1. владельцам интернет-площадок предоставить право оказывать услуги интернет-площадки в Республике Беларусь только **после включения сведений о них в Торговый реестр.**

Владельцам **иностраннных интернет-площадок** предоставить право оказывать услуги интернет-площадки на территории Республики Беларусь, только в случае **создания в Республике Беларусь юридического лица и включения сведений о нем** в качестве владельца интернет-площадки **в Торговый реестр;**

2. установить основные требования к владельцам интернет-площадок, в том числе обязанность владельца интернет-площадки **исполнять обязанности продавца-нерезидента,** размещающего на интернет-площадке предложения о продаже товаров (реализующего товары), предусмотренные законодательством Республики Беларусь

о защите прав потребителей для продавца: обязанности по приему товаров ненадлежащего качества, проведению проверки качества таких товаров (при необходимости), их экспертизе и возврату и **нести ответственность** за убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления ему ненадлежащей информации о товарах, на основании которой был заключен договор розничной купли-продажи с продавцом, в случае если действия владельца интернет-площадки повлияли на содержание такой информации, а также в случае реализации товаров ненадлежащего качества;

3. предоставить право **МАРТ** в установленном порядке принимать **решения об ограничении доступа** к интернет-площадкам в случае несоблюдения требований, предусмотренных в проекте Указа;

4. установить обязанность юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, **осуществляющих розничную торговлю через интернет-магазин:**

разрабатывать, утверждать и согласовывать с соответствующими уполномоченными органами в порядке, установленном Советом Министров Республики Беларусь, **перечень товаров, обязательных к наличию для реализации через интернет-магазин** (за исключением фирменных и иных интернет-магазинов, определенных Советом Министров Республики Беларусь (например, реализующим исключительно бывшие в употреблении товары) и обеспечить постоянное или в течение определенного периода (сезона) **наличие на сайте интернет-магазина предложений о продаже таких товаров;**

5. снять запрет на размещение (распространение) **рекламы алкогольных напитков, табачных изделий, нетабачных никотиносодержащих изделий, жидкостей для электронных систем курения, электронных систем курения, систем для потребления табака, реализуемых в магазинах беспощинной торговли, на сайтах владельцев таких магазинов в сети Интернет;**

6. установить правила **формирования отпускных цен на товары, реализуемые на экспорт, и реимпортированные товары;**

7. установить **обязанность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих розничную торговлю, представлять государственным органам, проводящим мониторинг соблюдения законодательства о ценах и ценообразовании, документы, обосновывающие расчет розничных цен на товары, в отношении, которых введено государственное ценовое регулирование.**

Кроме того, в случае поддержки проекта Указа Правительством и Главой государства в Правилах продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли, утвержденных постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31, с учетом

предложений Министерства по налогам и сборам (далее – МНС) и концерна «Беллегпром» предлагается дополнительно закрепить **обязанности:**

- владельца интернет-площадки:

1) обеспечивать **продавцу техническую возможность** направлять и получать сообщения в электронной форме в **личном кабинете на интернет-площадке;**

2) **организовать систему досудебного рассмотрения жалоб** (разрешения споров) между владельцем интернет-площадки и продавцом и обеспечить рассмотрение таких жалоб (разрешение споров) на безвозмездной основе и направление ответа на них продавцу в срок не более пятнадцати рабочих дней со дня их подачи в указанную систему;

3) **обеспечивать рассмотрение заявлений правообладателей** о нарушении их прав в отношении объектов интеллектуальной собственности и принимать меры по недопущению их незаконного использования при размещении на интернет-площадке предложений о продаже (реализации) товаров;

4) при заключении с продавцом договора **осуществлять проверку наличия в Торговом реестре сведений** о продавцах, являющихся резидентами Республики Беларусь;

5) **документировать хозяйственные операции**, осуществляемые при взаимодействии белорусскими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими дистанционную торговлю, в личном кабинете продавца с установленной периодичностью и правилами составления таких документов, включая обязанность владельца интернет-площадки на безвозмездной основе обеспечить их составление и размещение в личном кабинете продавца и сохранность в течение 12 месяцев после даты размещения: актов сверки взаиморасчетов владельца интернет-площадки с продавцом; отчетов владельца интернет-площадки о реализации товаров через интернет-площадку за отчетный период, с указанием сведений о стране, на территорию которой товар доставлен потребителю.

Указанные акты, отчеты подлежат составлению в порядке, определяемом МНС, подписанию с периодичностью, определенной договорами, но не реже одного раза в месяц до 15 числа месяца, следующего за месяцем, в котором произошла хотя бы одна хозяйственная операция с участием владельца интернет-площадки и продавца, а также должны содержать обязательные к заполнению показатели, определяемые МНС. Все сообщения, акты, отчеты иные документы, которые составляет владелец интернет-площадки, на основании договоров подлежат размещению им в личном кабинете продавца в день их составления;

б) **документально информировать продавцов о скидке с цены** товара и получать согласие на ее применение;

- **продавца**, являющегося плательщиком налогов, сборов Республики Беларусь, – **указывать применяемый им режим налогообложения** и поддерживать эти сведения в актуальном состоянии в своем личном кабинете на интернет-площадке;

- **закрепить обязательные условия договора между владельцем интернет-площадки и продавцом**, который, кроме установленных в соответствии с законодательством существенных условий, должен содержать:

- 1) требования к продавцам;
- 2) порядок обмена сообщениями, в том числе посредством личного кабинета продавца;
- 3) порядок осуществления продажи товаров на интернет-площадке;
- 4) критерии формирования рейтинга товаров и продавцов, их значимость для формирования рейтинга, основания изменения рейтинга, а также принципы ранжирования товаров и продавцов в поисковой выдаче и показатели, влияющие на ранжирование результатов поисковой выдачи;
- 5) условия и порядок оказания возмездных услуг, влияющих на поисковую выдачу, иных услуг интернет-площадки;
- 6) порядок определения размера вознаграждения владельцу интернет-площадки за оказываемые услуги интернет-площадки;
- 7) порядок осуществления взаиморасчетов между владельцем интернет-площадки и продавцом, включая порядок определения срока платежей;
- 8) порядок установления и изменения продавцом цены товаров и применения скидок с цены товаров;
- 9) исчерпывающий перечень применяемых к продавцу мер ответственности, основания и порядок их применения;
- 10) порядок обжалования решений действий (бездействий) владельца интернет-площадки;
- 11) порядок и условия доступа к персональным и иным данным, в том числе в агрегируемой форме, созданным на интернет-площадке в процессе оказания услуг интернет-площадки;

- **порядок снижения владельцем интернет-площадки цены предлагаемых продавцом товаров** за свой счет или за счет такого продавца, в частности, положение о том, что снижение (увеличение) владельцем интернет-площадки цены предлагаемого к продаже продавцом товара за счет владельца интернет-площадки допускается на условиях, установленных договором, при условии направления продавцу уведомления в электронной форме о намерении снизить такую цену

не менее чем за пятнадцать календарных дней до предполагаемого снижения цены товара и получения согласия продавца на такое снижение по форме, установленной договором, которое подлежит размещению в личном кабинете продавца;

- порядок и условия информирования владельцем интернет-площадки продавцов в случае одностороннего изменения владельцем интернет-площадки условий договора, в частности положение о том, что владелец интернет-площадки обязан направить продавцу соответствующее уведомление в электронной форме в личный кабинет не менее чем за тридцать календарных дней до вступления таких изменений в силу, за исключением случаев, когда:

изменение условий договора направлено на улучшение положения продавца и (или) не ограничивает его права и законные интересы;

изменение условий договора осуществляется на основании вступившего в законную силу решения суда, на основании письменного уведомления контролирующего (надзорного) органа, выявившего в пределах своей компетенции факты нарушений законодательства в части оказания услуг интернет-площадки, или изменения законодательства Республики Беларусь.

Не допускается изменение владельцем интернет-площадки условий договора чаще, чем один раз в течение шести месяцев, за исключением вышеуказанных случаев;

- право владельца интернет-площадки прекратить или приостановить размещение на интернет-площадке предложений о продаже товаров продавца в случае систематического (три и более раза в течение календарного года) поступления информации контролирующего (надзорного) органа о выявленных фактах нарушения продавцом законодательства Республики Беларусь о торговле, о защите прав потребителей, законодательства в сфере интеллектуальной собственности, санитарно-эпидемиологических требований, требований технических регламентов Республики Беларусь, Таможенного союза и Евразийского экономического союза, иных обязательных для соблюдения требований.

4. Результаты анализа:

4.1. актов законодательства, относящихся к предмету правового регулирования проекта, и практики их применения:

Закон № 128-3;

Закон № 90-3;

Закон № 225-3;

Указ № 175;

постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 июля 2014 г. № 703 «О продаже отдельных видов товаров, осуществлении общественного питания и порядке разработки, утверждения и

согласования перечня товаров, обязательных к наличию для реализации в торговом объекте» (далее – постановление № 703);

постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31 «Об утверждении Правил продажи товаров при осуществлении дистанционной торговли» (далее – постановление № 31);

постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 19 ноября 2020 г. № 74 «О перечнях товаров» (далее – постановление № 74).

4.2. актов законодательства иностранных государств, относящихся к предмету правового регулирования проекта, и практики их применения

Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services (Text with EEA relevance).

Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act) (Text with EEA relevance).

Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) (Text with EEA relevance).

Федеральный закон от 1 июля 2021 г. № 236-ФЗ «О деятельности иностранных лиц в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации», которым регулируются отношения, связанные с осуществлением деятельности иностранных юридических лиц, иностранных организаций, не являющихся юридическими лицами, иностранных граждан, лиц без гражданства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на территории Российской Федерации.

Федеральный закон Российской Федерации от 31 июля 2025 г. № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации», которым определен понятийный аппарат, установлены принципы правового регулирования платформенной экономики, а также введены особенности взаимодействия операторов посреднических цифровых платформ и партнеров-исполнителей.

4.3. международных договоров Республики Беларусь и иных международно-правовых актов, содержащих обязательства Республики Беларусь, относящихся к предмету правового регулирования проекта, и практики их применения

В соответствии с Решением Высшего Евразийского экономического совета от 23 декабря 2014 г. № 110 «Об утверждении перечня секторов

(подсекторов) услуг, в которых функционирует единый рынок услуг в рамках Евразийского экономического союза» в Республике Беларусь и других государствах-членах ЕАЭС сформирован единый рынок услуг в области оптовой и розничной торговли (за исключением оптовой и розничной торговли этиловым спиртом, алкогольной и спиртосодержащей продукцией, табачными изделиями и табачной продукцией), услуг предприятий общественного питания и применяется национальный режим.

Международных договоров Республики Беларусь и иных международно-правовых актов, содержащих обязательства Республики Беларусь, непосредственно относящихся к предмету правового регулирования, не выявлено;

4.4. на предмет соответствия проекта международным договорам и иным международно-правовым актам, относящимся к соответствующей сфере правового регулирования – проект Указа не содержит положений, противоречащих международным договорам и иным международно-правовым актам, относящихся к соответствующей сфере правового регулирования.

5. Информация, отражаемая в соответствии с Законом Республики Беларусь от 23 июля 2008 г. № 421-З «О международных договорах Республики Беларусь» – не имеется.

6. Результаты научных исследований в области права, публикации в средствах массовой информации, глобальной компьютерной сети Интернет, обращения граждан и юридических лиц, относящиеся к предмету правового регулирования проекта

Проект Указа подготовлен с учетом поступающих в МАРТ предложений государственных органов (организаций), производителей и субъектов торговли, а также на основании имеющейся в МАРТ правоприменительной практики в области защиты прав потребителей.

7. Всесторонний и объективный прогноз предполагаемых последствий принятия (издания) нормативного правового акта, в том числе соответствие проекта социально-экономическим потребностям и возможностям общества и государства, целям устойчивого развития, а также результаты оценки регулирующего воздействия.

7.1. Оценка регулирующего воздействия на условия осуществления предпринимательской деятельности

Действие Указа будет распространяться на владельцев интернет-площадок, субъектов, осуществляющих розничную торговлю через интернет-магазин, и производителей товаров, поставляющих товары на экспорт.

Проект Указа не предусматривает:

установление и (или) увеличение размера платы, взимаемой при осуществлении административных процедур в отношении субъектов хозяйствования;

увеличение сроков осуществления административных процедур в отношении субъектов хозяйствования;

сокращение сроков действия справок, иных документов, выдаваемых при осуществлении административных процедур в отношении субъектов хозяйствования.

Проект Указа направлен на **обеспечение защиты интересов личности, общества и государства в сфере торговли, в том числе с использованием сети Интернет, создания условий для добросовестной конкуренции, в том числе путем выравнивания условий осуществления предпринимательской деятельности для белорусских и иностранных интернет-магазинов и интернет-площадок, для онлайн торговли и традиционной розницы, и повышения качества оказываемых услуг.**

В частности, в рамках **существующих административных процедур:**

по аналогии с требованиями к владельцам торговых центров, рынков, субъектам торговли для владельцев интернет-площадок устанавливается требование о включении сведений в Торговый реестр;

по аналогии с традиционной розницей для субъектов торговли, осуществляющих розничную торговлю через интернет-магазин, устанавливается обязанность разрабатывать и утверждать перечень товаров, обязательных к наличию для реализации через интернет-магазин.

Кроме того, проект Указа предусматривает введение **новой административной процедуры по согласованию отпускных цен товаров**, поставляемых на внутренний рынок для осуществления розничной торговли.

Издание Указа не окажет негативное влияние на технику, технологии, инновации, инвестиционный климат, безопасность и качество продукции, экологию, а также развитие конкуренции, создание и эффективное развитие товарных рынков, поскольку устанавливает равные требования ко всем участникам потребительского рынка.

Предлагаемые меры также позволят обеспечить дополнительный контроль за деятельностью интернет-площадок, осуществляющих деятельность на территории Республики Беларусь, повысить уровень защиты прав потребителей, создать условия для увеличения объемов продаж отечественных товаров, реализуемых на интернет-площадках.

7.2. Оценка финансово-экономических последствий

Издание проекта Указа не приведет к изменению величины расходов республиканского и местных бюджетов.

Вместе с тем потребуются **дополнительные расходы:**

субъектов торговли, осуществляющих дистанционную торговлю, через интернет-магазин, – для разработки обязательного перечня товаров;
Справочно.

По информации, размещенной в свободном доступе в глобальной компьютерной сети Интернет, стоимость 1 пачки офисной бумаги (500 листов) составляет около 13 руб.

Следовательно, расходы одного субъекта торговли, осуществляющего дистанционную торговлю через интернет-магазин, на приобретение 3 листов офисной бумаги для оформления документа, обосновывающего расчет розничных цен на товары, цены на которые регулируются путем установления предельных торговых надбавок, составят примерно 7,8 копеек, для всех субъектов торговли, осуществляющих дистанционную торговлю через интернет-магазин, не более 1 509 руб. в 2026 году.

производителей, поставляющих товары на экспорт, по ценам, ниже, чем на внутренний рынок, – для подачи заявления о согласовании отпускных цен на товары в случае, если эти товары будут поставляться на экспорт по ценам, ниже, чем на внутренний рынок.

Справочно.

Расходы одного производителя на приобретение 3 листов офисной бумаги для оформления документа, обосновывающего расчет розничных цен на товары, цены на которые регулируются путем установления предельных торговых надбавок, составят примерно 7,8 копеек. Рассчитать затраты всех производителей не представляется возможным, поскольку такая информация в МАРТ отсутствует.

Кроме того, потребуется **доработка государственной информационной системы «Торговый реестр Республики Беларусь»**. Финансирование указанных работ будет осуществляться в 2026-2027 гг. за счет средств, выделяемых на содержание МАРТ.

Принятие Указа может оказать негативное влияние на экспортноориентированных отечественных производителей. В большинстве случаев отпускная цена предприятий на произведенную продукцию при реализации ее на внутренний рынок выше, чем при реализации на экспорт за счет включения в нее затрат на содержание склада, логистику, маркетинговое сопровождение товара и иные затраты, тогда как при реализации товара на экспорт данные затраты ложатся на дистрибьютера. Введение регулирования может существенно сократить экспорт белорусских товаров.

Отказ в поставке отечественной продукции грозит потерей объемов реализации на экспортных рынках, снижением загрузки производственных мощностей и дополнительным ростом себестоимости выпускаемой продукции, что даст обратный эффект в вопросах сдерживания цен на внутреннем рынке и обеспечении эффективной работы организации.

В условиях волатильности зарубежных рынков и усиливающегося санкционного давления со стороны недружественных стран введение дополнительного обязательного согласования каждой сделки скажется на оперативности принятия решений о продаже товаров в случаях необходимости увеличения объемов продаж, диверсификации поставок и освоении новых рынков сбыта, реализации новых (в том числе импортозамещающих) проектов, что повлияет на эффективность реализации продукции. Отсутствие возможности оперативного принятия самостоятельных решений также может привести к затовариванию складов, замораживанию оборотных средств и образованию риска по сворачиванию (останову) производства отдельных видов продукции.

Одновременно следует отметить, что ответственность, предусмотренная частью третьей подпункта 1.8 пункта 1 проекта Указа в соответствии с частью 2 статьи 13.2 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях влечет наложение штрафа в размере до двадцати базовых величин, а на индивидуального предпринимателя или юридическое лицо – в двукратном размере разницы между фактической выручкой, полученной от реализации товаров (работ, услуг), и расчетной величиной выручки от реализации этих товаров (работ, услуг) по ценам (тарифам), установленным в соответствии с законодательством.

В большинстве случаев заключаются долгосрочные договоры на поставку товаров на экспорт с указанием в нем цены в иностранной валюте. Таким образом курсовые колебания валюты договора повлекут за собой нарушение части третьей подпункта 1.8 пункта 1 Указа;

7.3. Оценка социальных последствий

Проект Указа не предусматривает наделение граждан новыми правами (социальными льготами и гарантиями) или их ограничение, а также введение и изменение административных процедур в отношении граждан или усиления ответственности. Издание Указа позволит повысить уровень защиты прав потребителей, приобретающих товары на интернет-площадках, и не приведет к негативным социальным последствиям.

7.4. Оценка экологических последствий

Проект Указа не предусматривает положений, реализация которых может повлечь отрицательное воздействие на природные комплексы и негативные последствия для составляющих их компонентов природной среды.

8. Информация о результатах публичного обсуждения проекта и рассмотрения поступивших при этом замечаний и (или) предложений.

Проект Указа рассмотрен на заседании общественно-консультативного совета при МАРТ 6 июня 2025 г. и доработан с учетом отдельных замечаний и предложений заинтересованных.

Публичное обсуждение проекта Указа в соответствии с пунктом 5 Положения о порядке проведения публичного обсуждения проектов нормативных правовых актов, утвержденного постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 28 января 2019 г. № 56, будет проводиться после его согласования с заинтересованными государственными органами.

9. Краткое содержание изменений, подлежащих внесению в нормативные правовые акты, проектов, подлежащих подготовке, а также перечень нормативных правовых актов (их структурных элементов), подлежащих признанию утратившими силу в связи с принятием (изданием) нормативного правового акта.

Издание Указа Президента Республики Беларусь «О совершенствовании регулирования потребительского рынка» повлечет необходимость:

внесения изменений в:

постановление № 703;

постановление № 31;

постановление Совета Министров Республики Беларусь от 19 октября 2022 г. № 713 «О системе регулирования цен»;

постановление Совета Министров Республики Беларусь от 24 сентября 2021 г. № 548 «Об административных процедурах, осуществляемых в отношении субъектов хозяйствования»;

постановление № 74;

подготовки постановления Совета Министров Республики Беларусь, в котором будут определены случаи отказа в согласовании цены товаров, поставляемых на экспорт, а также случаи, при которых цена товаров, поставляемых на экспорт, может быть ниже цены таких товаров, поставляемых на внутренний рынок и предназначенных для реализации при осуществлении розничной торговли;

подготовки постановления МАРТ, определяющего регламент осуществления административной процедуры по согласованию повышения отпускных цен на экспортируемые товары.

Министр антимонопольного
регулирования
А.Б.Карпович

и

торговли

9 сентября 2025 г.