

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации

Глава 1. Общие положения

Статья 1. Цели и сфера применения настоящего Федерального закона

1. Настоящий Федеральный закон определяет правовые основы государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации.

2. Целями настоящего Федерального закона являются:

1) обеспечение единства экономического пространства на территории Российской Федерации путем установления обязательных требований к организации и осуществлению торговой деятельности на территории Российской Федерации;

2) развитие торговли в Российской Федерации в целях удовлетворения потребностей отраслей экономики в реализации посредством торговой деятельности производимой продукции,

обеспечения доступности товаров для населения, формирование конкурентной среды в сфере торговли;

3) обеспечение соблюдения прав и законных интересов юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (далее - хозяйствующие субъекты), осуществляющих торговую деятельность, баланса их экономических интересов;

4) разграничение полномочий федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности.

3. Настоящий Федеральный закон регулирует отношения, возникающие между органами государственной власти, органами местного самоуправления и хозяйствующими субъектами в связи с организацией и осуществлением хозяйствующими субъектами торговой деятельности на территории Российской Федерации, а также отношения, возникающие между хозяйствующими субъектами в процессе торговой деятельности.

4. Положения настоящего Федерального закона не применяются к отношениям, связанным с организацией и осуществлением:

1) внешнеторговой деятельности;

- 2) деятельности товарных бирж;
- 3) торговли на розничных рынках;
- 4) деятельности по купле-продаже ценных бумаг, объектов недвижимости, продукции производственно-технического назначения.

5. Отношения, возникающие между хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, и потребителями при продаже товаров, регулируются Гражданским кодексом Российской Федерации, Законом Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1 "О защите прав потребителей", иными федеральными законами.

Статья 2. Основные понятия

Для целей настоящего Федерального закона используются следующие основные понятия:

нестационарный торговый объект - торговый объект, представляющий собой временное сооружение, прочно не связанное с земельным участком, независимо от присоединения к инженерным коммуникациям, от используемых конструкций и размеров;

оптовая торговля - вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для последующей

перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием;

розничная торговля - вид торговой деятельности, связанной с приобретением и продажей товаров, предназначенных для их последующей продажи потребителям;

специализированная торговля - торговая деятельность, при которой в ассортименте всех предлагаемых в общей доле продаж товаров восемьдесят и более процентов товаров от их общего количества составляют товары одного класса, определяемого в соответствии с Общероссийским классификатором продукции;

стационарный торговый объект - торговый объект, представляющий собой здание (часть здания), строение (часть строения), прочно связанное фундаментом с земельным участком и присоединенное к инженерным коммуникациям;

торговая деятельность (далее также - торговля) - вид предпринимательской деятельности, связанной с приобретением и продажей товаров, предназначенных для последующей продажи потребителям;

торговая сеть - совокупность двух и более принадлежащих одному или нескольким хозяйствующим субъектам торговых объектов,

находящихся под общим управлением, на площади которых под одним коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации осуществляется торговая деятельность;

торговый объект - здание, строение, сооружение, специально оснащенное оборудованием, предназначенным и используемым для демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов при продаже товаров;

универсальная торговля - торговая деятельность, при которой в ассортименте всех предлагаемых в общей доле продаж товаров менее восьмидесяти процентов товаров от их общего количества составляют товары одного класса, определяемого в соответствии с Общероссийским классификатором продукции.

Статья 3. Правовое регулирование отношений в области торговой деятельности

1. Правовое регулирование отношений в области торговой деятельности осуществляется Гражданским кодексом Российской Федерации, настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами и принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, а также законами субъектов

Российской Федерации и принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

2. Органы местного самоуправления вправе издавать муниципальные правовые акты по вопросам, связанным с отношениями, возникающими в связи с организацией и осуществлением хозяйствующими субъектами торговой деятельности на территории Российской Федерации, только в случаях и пределах, которые предусмотрены настоящим Федеральным законом, другими федеральными законами.

Статья 4. Методы государственного регулирования торговой деятельности

1. Государственное регулирование торговой деятельности осуществляется посредством:

- 1) установления требований к организации и осуществлению торговой деятельности;
- 2) антимонопольного регулирования;
- 3) технического регулирования;
- 4) информационного обеспечения в области торговой деятельности;
- 5) применения мер экономического характера, способствующих развитию торговой деятельности;

б) государственного контроля (надзора) и муниципального контроля в сфере торговли.

2. Не допускается применение иных методов государственного регулирования торговой деятельности, за исключением случаев, установленных федеральными законами.

Статья 5. Полномочия Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти в области государственного регулирования торговой деятельности

1. Правительство Российской Федерации в соответствии с настоящим Федеральным законом осуществляет следующие полномочия в области государственного регулирования торговой деятельности:

1) обеспечивает проведение единой государственной политики в сфере торговли;

2) устанавливает уровни обеспеченности населения торговой площадью, утверждает методику расчета и порядок установления субъектами Российской Федерации нормативов обеспеченности населения торговой площадью;

3) устанавливает порядок создания системы государственного информационного обеспечения в сфере торговли и обеспечения ее функционирования;

4) осуществляет иные полномочия в области государственного регулирования торговой деятельности, предусмотренные законодательством Российской Федерации.

2. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере торговли, осуществляет следующие полномочия:

1) утверждает методические рекомендации по разработке региональных целевых программ развития торговой деятельности в субъектах Российской Федерации;

2) утверждает методические рекомендации по разработке органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации правил проведения аукционов (конкурсов) по предоставлению права на размещение и использование нестационарных торговых объектов, примерной формы договора на размещение и использование нестационарного торгового объекта;

3) совместно с уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по формированию официальной статистической информации, принимает участие в определении содержания форм статистической отчетности, применяемых в сфере торговли, сроков их представления хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность;

4) осуществляет иные полномочия, предусмотренные другими федеральными законами, указами Президента Российской Федерации и постановлениями Правительства Российской Федерации.

Статья 6. Полномочия органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности

1. Органы государственной власти субъектов Российской Федерации в области государственного регулирования торговой деятельности осуществляют следующие полномочия:

1) принимают участие в реализации государственной политики в сфере торговли;

2) в случаях, предусмотренных настоящим Федеральным законом, разрабатывают и принимают законы субъектов Российской Федерации,

иные нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации в области государственного регулирования торговой деятельности;

3) определяют нормативы обеспеченности населения торговой площадью;

4) осуществляют информационно-аналитическое наблюдение за состоянием рынка товаров и торговой деятельности на территории субъекта Российской Федерации;

5) разрабатывают и реализуют мероприятия, направленные на содействие развитию торговли;

б) осуществляют иные полномочия, предусмотренные настоящим Федеральным законом.

2. Органы местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности создают условия для обеспечения жителей муниципального образования услугами в сфере торговли.

Указанные полномочия осуществляются органами местного самоуправления внутригородских муниципальных образований городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга в том случае, если соответствующие вопросы определены как вопросы местного значения законами субъектов Российской Федерации - городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга.

Статья 7. Участие саморегулируемых организаций, некоммерческих организаций, объединяющих хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, в формировании и реализации государственной политики в сфере торговли

1. Хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность, вправе создавать саморегулируемые организации в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

2. Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере торговли, в целях согласования общественно значимых интересов хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, привлекает на добровольной основе союзы, ассоциации, иные некоммерческие организации, объединяющие таких хозяйствующих субъектов к участию в формировании и реализации государственной политики в сфере торговли.

3. Участие союзов, ассоциаций, иных некоммерческих организаций, объединяющих хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, в формировании и реализации государственной политики в сфере торговли, может осуществляться в следующих формах:

1) участие в разработке проектов нормативных правовых актов, программ развития торговли;

2) участие в анализе финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития торговли на территориях субъектов Российской Федерации и муниципальных образований и в оценке эффективности применения мер по ее поддержке, в подготовке прогноза развития торговли на территориях субъектов Российской Федерации и муниципальных образований;

3) обобщение и распространение российского и иностранного опыта в сфере торговли;

4) предоставление необходимой информации для формирования и реализации государственной политики в сфере торговли;

5) подготовка предложений для органов государственной власти и органов местного самоуправления;

6) иные формы, предусмотренные настоящим Федеральным законом, иными актами законодательства Российской Федерации.

**Глава 2. Требования к организации и осуществлению
торговой деятельности**

**Статья 8. Права и обязанности хозяйствующих субъектов
при организации и осуществлении торговой
деятельности**

1. Торговая деятельность на территории Российской Федерации может осуществляться юридическими лицами или индивидуальными предпринимателями, зарегистрированными в установленном законодательством Российской Федерации порядке, если иное не установлено федеральными законами.

2. Хозяйствующий субъект, осуществляющий торговую деятельность, вправе самостоятельно определять:

- 1) вид торговли (оптовая и (или) розничная торговля);
- 2) форму торговли (магазинная и (или) внемагазинная торговля, торговля на ярмарках, выставках, развозная, разносная, дистанционная розничная торговля, торговля с использованием торговых автоматов и др.);
- 3) способ торговли (с использованием торговых объектов и (или) без использования торговых объектов);
- 4) специализацию торговли (универсальная торговля и (или) специализированная торговля);

5) тип торгового объекта, используемого для осуществления торговой деятельности (стационарный и (или) нестационарный торговый объект);

б) имущество, используемое в торговле (находящееся в собственности или на иных законных основаниях);

7) способ организации торговли с использованием нескольких торговых объектов (в качестве автономно функционирующих объектов и (или) посредством организации торговой сети).

3. За исключениями, установленными настоящим Федеральным законом и иными федеральными законами, хозяйствующий субъект, осуществляющий торговую деятельность, самостоятельно:

1) определяет порядок и условия осуществления торговой деятельности, в том числе:

а) ассортимент реализуемых товаров;

б) режим работы торгового объекта;

в) методы торговли;

г) количество, типы, модели торгово-технологического оборудования и торгового инвентаря, используемого в процессе торговли;

д) способы доведения до сведения покупателей информации о продавце, о предлагаемых к продаже товарах, оказываемых услугах,

обеспечивающие ее доступность и однозначность восприятия покупателями;

е) иные условия осуществления торговой деятельности;

2) устанавливает цены на товары;

3) определяет типы, виды, формы рекламных и экспозиционных элементов внутри помещений торгового объекта, в витринах торгового объекта;

4) определяет условия заключения договоров купли-продажи товаров, оказания услуг.

4. Торговая деятельность, связанная с куплей-продажей товаров, ограниченных в обороте, организуется и осуществляется в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации об обороте отдельных видов товаров.

5. Указанные в пункте 1 части 3 настоящей статьи порядок и условия осуществления торговой деятельности в случае, если торговая деятельность осуществляется государственными и муниципальными торговыми организациями, устанавливаются по решению их учредителей - соответствующих органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации или органов местного самоуправления.

6. Если указанные в пункте 1 части 3 настоящей статьи порядок и условия торговли определены в составе существенных условий договора на право размещения и использования нестационарного торгового объекта, заключенного в порядке, установленном настоящим Федеральным законом, то хозяйствующий субъект, осуществляющий торговую деятельность, обеспечивает их выполнение в соответствии с указанным договором.

7. Если федеральными законами предусмотрено государственное регулирование цен (тарифов, торговых надбавок) на отдельные виды товаров, цены на такие товары устанавливаются в соответствии с такими федеральными законами.

8. Хозяйствующие субъекты, осуществляющие торговую деятельность, в процессе своей деятельности обязаны соблюдать (с учетом вида, специализации и других характеристик своей деятельности) требования, установленные законодательством Российской Федерации в сфере защиты прав потребителей, обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения, пожарной безопасности, охраны окружающей среды, а также другие требования, предусмотренные федеральными законами.

Статья 9. Права и обязанности хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, в связи с заключением и исполнением договоров поставки продовольственных товаров

1. Хозяйствующий субъект, осуществляющий торговую деятельность, обязан обеспечивать хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки продовольственных товаров, доступ к информации об основных условиях договора поставки продовольственных товаров путем размещения соответствующих сведений на сайте хозяйствующего субъекта в сети Интернет или при отсутствии такого сайта в сети Интернет - путем непосредственного предоставления запрашиваемой информации в разумные сроки на безвозмездной основе.

2. Цена договора поставки продовольственных товаров, передаваемых (приобретаемых) для последующей их продажи, заключаемого между хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставку продовольственных товаров (поставщиком), и хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность (покупателем), определяется исходя из цены продовольственных товаров, определяемой соглашением сторон с учетом требований, установленных частью 7

статьи 8 настоящего Федерального закона и частями 3 и 4 настоящей статьи.

3. Соглашением сторон может предусматриваться включение в цену договора поставки продовольственных товаров, передаваемых (приобретаемых) для последующей их продажи, вознаграждения (премии), выплачиваемой покупателю в связи с приобретением покупателем у поставщика определенного количества продовольственных товаров, или предоставление покупателю скидки с цены продовольственных товаров в зависимости от количества приобретенных товаров. Размер указанного вознаграждения (скидки) подлежит согласованию при заключении договора поставки продовольственных товаров.

Включение в цену договора поставки продовольственных товаров иных видов вознаграждения за совершение действий, связанных с исполнением покупателем условий этого договора и изменением его условий, не допускается.

4. В случае, если между хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность (покупателем), и хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставку продовольственных товаров (поставщиком), заключается договор

поставки продовольственных товаров, передаваемых (приобретаемых) для последующей их продажи, с условием об оплате товаров через определенное время после их передачи покупателю, срок оплаты товаров определяется по следующим правилам:

1) продовольственные товары, на которые срок годности установлен менее десяти дней, а также замороженное мясо курицы, замороженная свинина, замороженная говядина подлежат оплате в срок не позднее десяти рабочих дней со дня приемки товаров покупателем;

2) продовольственные товары, на которые срок годности установлен от десяти до тридцати дней, подлежат оплате в срок не позднее тридцати рабочих дней со дня приемки товаров покупателем;

3) продовольственные товары, на которые срок годности установлен от тридцати дней, за исключением алкогольной продукции и табачной продукции, подлежат оплате в срок не позднее сорока пяти рабочих дней со дня приемки товаров покупателем;

4) алкогольная продукция, табачная продукция и консервы подлежат оплате в срок не позднее семидесяти пяти рабочих дней со дня приемки товаров покупателем.

5. Правила, указанные в части 4 настоящей статьи, применяются при условии исполнения поставщиком обязанностей по передаче связанных с

поставкой товаров документов в соответствии с законодательством Российской Федерации и условиями договора, а также при условии соблюдения покупателем установленных законодательством Российской Федерации правил приемки товаров.

6. В договоре поставки продовольственных товаров, передаваемых (приобретаемых) для последующей их перепродажи, не допускается установление запрета перемены лиц по такому договору путем уступки требования и ответственности за несоблюдение указанного запрета сторонами.

7. Рекламные, маркетинговые и иные услуги, направленные на продвижение продовольственных товаров, могут оказываться хозяйствующим субъектом, осуществляющим торговую деятельность, на основании договоров оказания соответствующих услуг.

Включение в договор поставки продовольственных товаров условий о совершении покупателем в отношении поставленных товаров определенных действий, об оказании рекламных, маркетинговых и иных услуг, направленных на продвижение продовольственных товаров, а также обусловливание заключения договора поставки продовольственных товаров заключением договора оказания услуг, направленных на продвижение продовольственных товаров, не допускается.

**Статья 10. Уведомительный порядок начала осуществления
торговой деятельности**

1. Юридические лица и индивидуальные предприниматели, предполагающие осуществление торговой деятельности, в соответствии с Федеральным законом от 26 декабря 2008 года № 294-ФЗ "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля" представляют в уполномоченный федеральный орган исполнительной власти (его территориальные органы) уведомление о начале осуществления отдельных видов работ и услуг в сфере оптовой и розничной торговли, за исключением торговли товарами, свободный оборот которых ограничен, в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

2. Уполномоченный федеральный орган исполнительной власти (его территориальные органы), в который представлено уведомление о начале торговой деятельности, в течение трех рабочих дней со дня регистрации уведомления направляет сведения о поступившем уведомлении соответственно в уполномоченный орган исполнительной власти субъекта Российской Федерации и орган местного самоуправления

в сфере торговли по месту фактического осуществления торговой деятельности, указанному в уведомлении.

Статья 11. Особенности размещения нестационарных торговых объектов

1. Размещение нестационарных торговых объектов на земельных участках, в зданиях (сооружениях, помещениях), находящихся в собственности субъекта Российской Федерации или в муниципальной собственности, осуществляется в соответствии со схемами размещения нестационарных торговых объектов с учетом необходимости обеспечения устойчивого развития территорий, в том числе городов и иных поселений, и достижения нормативов обеспеченности населения торговой площадью.

2. Схема размещения нестационарных торговых объектов разрабатывается и утверждается органом муниципального образования, определяемым в соответствии с уставом муниципального образования, в порядке, установленном уполномоченным органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации.

3. Схема размещения нестационарных торговых объектов, утвержденная в соответствии с частью 2 настоящей статьи, не может служить основанием для пересмотра мест размещения нестационарных

торговых объектов, строительство или реконструкция которых были начаты или завершены до утверждения схемы.

4. Схемой размещения нестационарных торговых объектов в общем количестве нестационарных торговых объектов должно предусматриваться не менее пятидесяти процентов мест для размещения нестационарных торговых объектов, используемых субъектами малого и среднего предпринимательства, осуществляющими торговую деятельность.

5. Схема размещения нестационарных торговых объектов, а также вносимые в нее изменения подлежат опубликованию в порядке, установленном для официального опубликования правовых актов органов местного самоуправления и иной официальной информации, а также размещению на официальных сайтах органа исполнительной власти субъекта Российской Федерации и органа местного самоуправления в сети Интернет.

6. Порядок размещения и использования нестационарных торговых объектов в стационарном торговом объекте, в ином здании (строении), а также на земельном участке, находящихся в частной собственности, определяется собственником стационарного торгового объекта (здания,

строения) или земельного участка с учетом требований, установленных законодательством Российской Федерации.

Статья 12. Требования к организации и осуществлению торговли с использованием нестационарных торговых объектов

1. Торговля с использованием нестационарных торговых объектов, размещенных на земельных участках, в зданиях (сооружениях, помещениях), находящихся в собственности субъекта Российской Федерации или в муниципальной собственности, может осуществляться хозяйствующим субъектом на основании договора, предусматривающего размещение и использование нестационарного торгового объекта, заключаемого хозяйствующим субъектом с уполномоченным органом местного самоуправления.

2. Договор, предусматривающий размещение и использование нестационарного торгового объекта, заключается на основании результатов проведения открытого аукциона (конкурса), организуемого уполномоченным органом местного самоуправления в порядке, установленном правилами проведения аукциона (конкурса) по предоставлению права на размещение и использование нестационарного торгового объекта, утвержденными уполномоченным органом исполнительной власти субъекта Российской Федерации с учетом

рекомендаций федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере торговли.

3. Орган местного самоуправления не позднее четырнадцати рабочих дней со дня заключения указанного в настоящей статье договора направляет уведомление, содержащее сведения о заключенном договоре, в уполномоченный орган государственной власти субъекта Российской Федерации, на территории которого располагается соответствующее муниципальное образование.

Статья 13. Требования к организации и осуществлению торговли на ярмарках

1. Торговля на ярмарках организуется органами местного самоуправления (далее - организатор ярмарки) в соответствии с правилами проведения ярмарок, установленными органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

2. Ярмарки организуются вне пределов розничных рынков и стационарных объектов торговли и имеют временный характер.

3. Организатор ярмарки разрабатывает и утверждает план мероприятий по организации и осуществлению торговли на ярмарке,

режим, условия и порядок работы ярмарки, а также предоставления торговых мест на ярмарке.

4. Торговые места на ярмарках предоставляются хозяйствующим субъектам, а также гражданам (в том числе гражданам, ведущим крестьянские (фермерские) хозяйства, личные подсобные хозяйства или занимающимся садоводством, огородничеством, животноводством) для реализации продукции собственного производства, а также продукции отечественного производства.

5. Размер платы за предоставление оборудованных торговых мест, а также за оказание услуг, связанных с обеспечением торгового процесса (по уборке территории, по проведению ветеринарной экспертизы и др.), определяется организатором ярмарки с учетом необходимости компенсации затрат, понесенных на организацию и обеспечение деятельности ярмарки.

6. Требования к осуществлению торговли на ярмарках, в том числе перечень товаров, подлежащих продаже на ярмарках соответствующих типов, устанавливаются нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации с учетом требований законодательства Российской Федерации в сфере защиты прав потребителей, санитарно-

эпидемиологическом благополучии населения, пожарной безопасности, охраны окружающей среды и иных федеральных законов.

Статья 14. Соглашения между ассоциациями (союзами) хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и ассоциациями (союзами) хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки продовольственных товаров

Ассоциации (союзы) хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, вправе заключать с ассоциациями (союзами) хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки продовольственных товаров, соглашения в целях формирования добросовестной практики применения положений гражданского законодательства Российской Федерации при заключении и исполнении договоров между хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, и хозяйствующими субъектами, осуществляющими поставки продовольственных товаров.

Глава 3. Антимонопольное, техническое регулирование, государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль в сфере торговли

Статья 15. Недопустимые действия хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, и хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки продовольственных товаров

1. Хозяйствующим субъектам, осуществляющим торговую деятельность посредством организации торговой сети, и хозяйствующим субъектам, осуществляющим поставки товаров, запрещается:

1) создавать дискриминационные условия;

2) навязывать контрагенту:

а) условия, устанавливающие запрет на заключение хозяйствующим субъектом договоров поставки товаров с другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность, с другими лицами на аналогичных или иных условиях;

б) условия, предусматривающие ответственность за неисполнение обязательства хозяйствующего субъекта о поставках товаров на условиях, лучших, чем для других хозяйствующих субъектов, осуществляющих аналогичную деятельность;

в) условия, предусматривающие предоставление хозяйствующим субъектом сведений контрагенту о всех заключаемых им договорах

с другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность;

г) условия, предусматривающие внесение хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставки товаров, платы за доступ к торговым объектам, входящим в торговую сеть;

д) условия, предусматривающие внесение хозяйствующим субъектом платы за изменение ассортимента товаров;

е) условия о снижении хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставку товара, цены на товар до уровня, который при условии установления торговой наценки не превысит минимальную цену продажи товара хозяйствующими субъектами, осуществляющими аналогичную деятельность;

ж) условия о возмещении хозяйствующим субъектом, осуществляющим поставку товара, убытков, связанных с повреждением или утратой товара, которые произошли после перехода права собственности на товар, за исключением случаев, когда такие повреждения или утрата произошли по вине хозяйствующего субъекта, осуществляющего поставки;

з) условия, предусматривающие возмещение хозяйствующим субъектом затрат, не связанных с исполнением поставки и последующей

продажей конкретной партии товаров (оплата корпоративных мероприятий, изменение реквизитов хозяйствующего субъекта в базе данных, предоставление информации о движении товаров);

и) условия, предусматривающие возврат хозяйствующему субъекту, осуществившему поставку товаров, не проданных по истечении определенного времени товаров, за исключением случаев, когда возврат товаров допускается или предусмотрен законодательством Российской Федерации;

3) создавать препятствия доступу на товарный рынок или выходу из товарного рынка другим хозяйствующим субъектам;

4) нарушать установленный нормативными правовыми актами порядок ценообразования.

2. Хозяйствующий субъект вправе представить доказательства того, что его действия (бездействие), указанные в части 1 настоящей статьи (за исключением действий, указанных в пункте 2 части 1 настоящей статьи), могут быть признаны допустимыми в соответствии с требованиями части 1 статьи 13 Федерального закона от 26 июля 2006 года № 135-ФЗ "О защите конкуренции".

Статья 16. Ограничение действий по приобретению торговыми сетями новых торговых объектов

1. Хозяйствующие субъекты, осуществляющие розничную торговлю продовольственными товарами с использованием торговых сетей, суммарный товарооборот которых в Российской Федерации превышает 1 млрд. рублей, доля которых превышает 25 процентов от общего объема реализованных или приобретенных продовольственных товаров в денежном выражении за предыдущий год в границах городского округа или муниципального района, а также в границах городов федерального значения Москва и Санкт-Петербург, не вправе приобретать для целей торговой деятельности по любым основаниям дополнительные торговые площади, в том числе путем введения в эксплуатацию новых торговых объектов, и участвовать в торгах по их приобретению.

2. Нарушение требований, указанных в части 1 настоящей статьи, является основанием для признания арбитражным судом совершенных действий недействительными, в том числе по иску антимонопольного органа.

Статья 17. Недопустимые действия органов государственной власти и органов местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности

Органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, иным, осуществляющим функции указанных органов, органам или организациям запрещается принимать акты и (или) осуществлять действия (бездействие), которые приводят или могут привести к установлению на товарном рынке правил ведения торговой деятельности, отличных от установленных федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, в частности запрещаются:

1) возложение на хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, обязанности по участию в повторной (дополнительной к проведенной в соответствии с федеральными законами) проверке качества и безопасности товаров, региональной (муниципальной) системе идентификации качества товаров, за исключением случаев, когда функции по проведению указанных

процедур переданы субъектам Российской Федерации и органам местного самоуправления в установленном порядке;

2) понуждение в прямой или косвенной форме хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, к участию в прохождении контрольных и (или) разрешительных процедур, установленных нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в дополнение к предусмотренным федеральными законами процедурам, являющихся условиями организации и осуществления торговой деятельности на территории субъекта Российской Федерации или муниципального образования (аттестация торговых объектов, аккредитация хозяйствующих субъектов, сертификация торговых объектов (товаров, торгового процесса);

3) понуждение в прямой или косвенной форме хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, осуществлять продажу товаров по ценам, устанавливаемым в порядке, определяемом органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации (за исключением случаев, когда такие органы в установленном порядке наделены правом осуществлять государственное регулирование цен на товары) или органами местного самоуправления;

4) принятие иных актов и (или) решений, предусматривающих:

а) установление запретов или введение ограничений в отношении свободного перемещения товаров между субъектами Российской Федерации и муниципальными образованиями в пределах субъекта Российской Федерации;

б) введение ограничений продажи отдельных видов товаров на территории субъектов Российской Федерации и муниципальных образований в пределах субъектов Российской Федерации;

в) обеспечение заключения в приоритетном порядке договоров о приобретении товаров хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, у определенных поставщиков товаров;

г) установление для хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, ограничений выбора хозяйствующих субъектов, предоставляющих определенные товары;

д) дискриминацию хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, в предоставлении доступа к объектам транспорта и инфраструктуры.

Статья 18. Техническое регулирование в сфере торговли

Техническое регулирование в сфере торговли осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации о техническом регулировании посредством принятия:

технических регламентов, устанавливающих обязательные для исполнения хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, требования к продукции или к связанным с требованиями к продукции процессам ее хранения, перевозки, реализации и утилизации в торговле;

национальных стандартов и сводов правил, устанавливающих предназначенные для использования в торговле термины и определения, классификацию торговых объектов, форм и способов осуществления торговой деятельности, оказания услуг, связанных с осуществлением торговой деятельности.

Статья 19. Государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль в сфере торговли

1. Государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль за организацией и осуществлением торговой деятельности осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации о защите прав юридических лиц и индивидуальных

предпринимателей при проведении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля.

2. Контроль за соблюдением антимонопольных требований, предусмотренных статьями 15 - 17 настоящего Федерального закона, осуществляется федеральным антимонопольным органом и его территориальными органами с правом выдачи соответствующих предписаний в порядке, предусмотренном антимонопольным законодательством Российской Федерации.

Глава 4. Меры по развитию торговой деятельности

Статья 20. Мероприятия, направленные на поддержку развития торговой деятельности

1. Органами государственной власти субъектов Российской Федерации при определении основных направлений социально-экономического развития территорий предусматриваются мероприятия, направленные на поддержку развития торговой деятельности, а также разработка и реализация региональных целевых программ развития торговли.

2. Органы местного самоуправления с целью обеспечения населения муниципального образования услугами торговли:

1) предусматривают строительство (размещение) торговых объектов в документах территориального планирования и градостроительного зонирования;

2) разрабатывают и утверждают схемы размещения нестационарных торговых объектов с учетом нормативов обеспеченности населения торговой площадью;

3) принимают меры экономического стимулирования по поддержке создания (размещения) объектов социально ориентированной торговой инфраструктуры и обеспечения доступности для хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговлю, имущества, находящегося в муниципальной собственности;

4) проводят анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей состояния торговли на территориях муниципальных образований и анализ эффективности применения мер по развитию торговли.

3. Органы государственной власти субъектов Российской Федерации в рамках своей компетенции осуществляют в соответствии с законодательством Российской Федерации мероприятия, содействующие развитию торговой деятельности, предусматривающие:

1) реализацию инвестиционных проектов, направленных на строительство оптово-логистических центров, осуществляющих прием и хранение сельскохозяйственной продукции, формирование товарных

партий для отгрузки хозяйствующим субъектам, осуществляющим оптовую и (или) розничную торговлю продовольственными товарами;

2) поддержку сельскохозяйственных потребительских кооперативов, осуществляющих торгово-закупочную деятельность в сельской местности;

3) стимулирование деловой активности хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в сфере торговли, и обеспечение взаимодействия между хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, и хозяйствующими субъектами, осуществляющими производство (поставку) товаров путем организации и проведения торговых выставок (выставок-ярмарок).

Статья 21. Региональные и муниципальные целевые программы развития торговли

1. Для содействия развитию торговли органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления могут разрабатывать региональные и муниципальные целевые программы развития торговли (далее - целевые программы), учитывающие национальные и региональные социально-экономические, экологические, культурные и другие особенности развития субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.

2. Целевые программы разрабатываются в порядке, установленном законами субъектов Российской Федерации с учетом требований настоящей статьи.

3. В целевых программах определяются:

1) цели, задачи и ожидаемые результаты развития торговли с учетом достижения установленных нормативов обеспеченности населения торговой площадью;

2) мероприятия, направленные на достижение целей государственной политики в сфере торговли, включая мероприятия по оказанию приоритетной поддержки развития торговли товарами отечественных изготовителей, малого и среднего предпринимательства в торговле, формирования конкурентной среды в торговле и развития торговли в сельской местности;

3) объемы и источники финансирования мероприятий по развитию торговли;

4) показатели результативности деятельности органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, ответственных за реализацию мероприятий целевых программ;

5) порядок организации реализации целевых программ и контроля за выполнением.

4. Основными показателями эффективности целевых программ являются:

1) достижение установленных нормативов обеспеченности населения торговой площадью;

2) повышение доступности товаров для населения;

3) формирование оптимальной торговой инфраструктуры, учитывающей многообразие видов и типов торговых объектов, форм и способов торговой деятельности, учитывающей потребности населения.

Статья 22. Нормирование обеспеченности населения торговой площадью

1. Целью развития торговой деятельности в Российской Федерации является достижение нормативов обеспеченности населения торговой площадью, служащих одним из основных критериев оценки доступности для населения продовольственных и непродовольственных товаров и удовлетворения потребительского спроса на указанные товары.

2. Уровни обеспеченности населения торговой площадью устанавливаются Правительством Российской Федерации.

3. Нормативы обеспеченности торговой площадью населения субъектов Российской Федерации и входящих в его состав муниципальных образований разрабатываются уполномоченными органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации с учетом установленных уровней обеспеченности населения торговой

площадью и в соответствии с методикой расчета указанных нормативов, утвержденной Правительством Российской Федерации.

4. Нормативы обеспеченности населения торговой площадью утверждаются в составе документов, определяющих направления социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, и учитываются в документах территориального планирования, генеральных планах, целевых программах и схемах размещения нестационарных торговых объектов.

5. Утвержденные нормативы обеспеченности населения торговой площадью не могут служить основанием для пересмотра мест размещения стационарных и нестационарных торговых объектов, строительство и реконструкция которых были начаты или завершены до утверждения указанных нормативов.

Статья 23. Информационное обеспечение торговой деятельности

1. В целях развития и повышения эффективности управления в сфере торговой деятельности и содействия развитию торговой деятельности создается система государственного информационного обеспечения в сфере торговли.

Создание системы государственного информационного обеспечения в сфере торговли и обеспечение ее функционирования осуществляются федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере торговли в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

Основой системы государственного информационного обеспечения в сфере торговли является информация о состоянии и тенденциях развития торговли, размещаемая в информационных системах федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере торговли, федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по формированию официальной статистической информации, уполномоченных органов государственной власти субъектов Российской Федерации (в том числе в торговых реестрах субъектов Российской Федерации) и органов местного самоуправления.

2. В систему государственного информационного обеспечения в сфере торговли в обязательном порядке включается следующая информация:

- 1) состояние торговой деятельности в Российской Федерации;
- 2) сведения о хозяйствующих субъектах, осуществляющих торговую деятельность на территории Российской Федерации, и об их финансово-экономическом состоянии;
- 3) сведения о торговой инфраструктуре Российской Федерации;
- 4) численность работников хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, занятых в сфере торговли;
- 5) статистика внутренней торговли Российской Федерации;
- 6) законодательство Российской Федерации в области торговой деятельности;
- 7) другие полезные для осуществления торговой деятельности сведения.

3. Обязательному размещению и обновлению не реже чем один раз в квартал на официальном сайте федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере торговли, в сети Интернет и на официальных сайтах уполномоченных органов государственной власти субъектов Российской Федерации в сети Интернет подлежат:

1) сведения о решениях, принятых федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере торговли;

2) сведения об издании нормативных правовых актов, регулирующих отношения, возникающие в сфере торговли;

3) информация о средних ценах на отдельные виды товаров;

4) иная устанавливаемая федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере торговли, информация.

4. Субъекты Российской Федерации вправе формировать торговые реестры субъектов Российской Федерации в порядке, установленном законом субъекта Российской Федерации. Основой формирования торгового реестра субъекта Российской Федерации является информация, характеризующая торговую деятельность и осуществляющих ее хозяйствующих субъектов:

1) получаемая органом государственной власти субъекта Российской Федерации самостоятельно;

2) предоставляемая в орган государственной власти субъекта Российской Федерации добровольно и на безвозмездной основе хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность;

3) предоставляемая в обязательном порядке на безвозмездной основе органами местного самоуправления в соответствии с настоящим Федеральным законом и нормативными правовыми актами субъекта Российской Федерации об информационном взаимодействии между органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления;

4) предоставляемая на безвозмездной основе федеральными органами исполнительной власти.

5. Торговый реестр субъекта Российской Федерации включает сведения о хозяйствующих субъектах, осуществляющих торговую деятельность, а также сведения, характеризующие торговую инфраструктуру и состояние торговли в субъекте Российской Федерации.

Не допускается устанавливать плату за внесение сведений в торговый реестр субъекта Российской Федерации, обуславливать получение на возмездной основе документов, подтверждающих внесение сведений в торговый реестр субъекта Российской Федерации, предусматривать зависимость совершения определенных действий

(принятия решений) в отношении хозяйствующего субъекта от наличия в торговом реестре субъекта Российской Федерации сведений о хозяйствующем в сфере торговли субъекте и (или) об осуществляемой им торговой деятельности.

Сведения, содержащиеся в торговом реестре, предоставляются физическим и юридическим лицам бесплатно в порядке, установленном субъектом Российской Федерации.

6. Уполномоченный орган государственной власти субъекта Российской Федерации, осуществляющий ведение торгового реестра субъекта Российской Федерации, ежеквартально, не позднее двадцатого числа месяца, следующего за отчетным кварталом, представляет обобщенные сведения, содержащиеся в торговом реестре субъекта Российской Федерации, в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере торговли, и федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по формированию официальной статистической информации.

Статья 24. Организация и проведение торговых выставок

1. В целях стимулирования деловой активности хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в сфере торговли, содействия в организации торговой деятельности, формирования и развития сотрудничества между хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность, и хозяйствующими субъектами, осуществляющими производство (поставки) товаров, органы государственной власти субъектов Российской Федерации в порядке, установленном субъектами Российской Федерации, организуют проведение торговых выставок (выставок-ярмарок).

Торговые выставки связаны с демонстрацией образцов товаров для целей стимулирования интереса к ним, а также к заключению договоров по купле-продаже (поставке, сельскохозяйственной контрактации) товаров и не предполагают продажу представленных образцов.

2. Порядок подготовки и принятия решений о проведении выставочных мероприятий, указанных в части 1 настоящей статьи, источники их финансирования, права и обязанности организаторов выставочных мероприятий, в том числе по созданию для участников и посетителей условий для проведения переговоров и заключения хозяйственных договоров, права и обязанности участников указанных

мероприятий устанавливаются нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации.

Глава 5. Заключительные и переходные положения

Статья 25. Ответственность за нарушение настоящего Федерального закона

Лица, виновные в нарушении настоящего Федерального закона, несут гражданско-правовую, административную и уголовную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Статья 26. Переходные положения

1. Организация и осуществление торговой деятельности с использованием нестационарных торговых объектов, размещенных на находящихся в государственной или муниципальной собственности земельных участках и в зданиях (строениях) до дня вступления в силу настоящего Федерального закона в соответствии с разрешительными и иными нормативными документами органов местного самоуправления, допускаются до истечения срока их действия, установленного в указанных документах.

2. Требования статьи 16 настоящего Федерального закона не распространяются на сделки, связанные с приобретением или введением в эксплуатацию новых торговых объектов, совершенных до вступления в силу настоящего Федерального закона.

Статья 26. Вступление в силу настоящего Федерального закона

Настоящий Федеральный закон вступает в силу с 1 января 2010 года.

Президент
Российской Федерации