

О внесении изменений и дополнений в приказ исполняющего обязанности Министра национальной экономики Республики Казахстан от 27 марта 2015 года № 264 "Об утверждении Правил внутренней торговли"

Приказ Министра торговли и интеграции Республики Казахстан от 19 июля 2019 года № 5/1. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 31 июля 2019 года № 19135

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Внести в приказ исполняющего обязанности Министра национальной экономики Республики Казахстан от 27 марта 2015 года № 264 "Об утверждении Правил внутренней торговли" (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 11148, опубликован 28 сентября 2015 года в информационно-правовой системе "Эділет") следующие изменения и дополнения:

в Правилах внутренней торговли, утвержденных указанным приказом:

пункт 2 изложить в следующей редакции:

"1) автолавка – оснащенное торговым оборудованием специализированное автотранспортное средство;

2) автомат – автоматизированное устройство, предназначенное для продажи товаров;

3) информационно-рекламная торговая площадка – интернет ресурс, содержащий рекламные (информационные) сведения о продавцах, а также товарах, работах, услугах с целью организации их купли-продажи;

4) уцененный товар – товар, реализуемый по сниженной цене в связи с наличием недостатка либо устранением недостатка;

5) столовая – объект общественного питания с самостоятельным обслуживанием потребителей;

6) аутлет центр – торговый объект, где осуществляют продажу группы непродовольственных товаров (одежда, обувь, аксессуары и другие) из предыдущих сезонов выпуска продукции, выпущенных в обращение под единым товарным знаком или маркой, со значительными скидками (от двадцати до девяноста процентов);

7) универсальный торговый рынок – торговый рынок, на котором торговые места предназначены для осуществления продажи товаров разного класса;

8) административная зона – зона, где расположен комплекс административных помещений;

9) цена – денежное выражение стоимости товара;

10) бар – объект общественного питания и отдыха, предлагающий потребителям закуски, десерты и кондитерские изделия, а также алкогольную продукцию;

11) розничная торговля – предпринимательская деятельность по продаже покупателю товаров, предназначенных для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью;

12) контрольная зона – зона, предназначенная для проведения ветеринарно-санитарного и фитосанитарного контроля, санитарно-эпидемиологического и иных видов контроля в соответствии с законодательством Республики Казахстан;

13) гипермаркет – оптово-розничный торговый объект, представленный несколькими субъектами внутренней торговли, реализующий специализированный или смешанный ассортимент товаров от пятнадцати тысяч и более наименований (единиц), входит или не входит в торговые сети, предусматривает наличие площадки для стоянки автотранспортных средств;

14) кафе – объект общественного питания и отдыха, предлагающий ассортимент блюд несложного приготовления, а также алкогольную продукцию с обязательным предоставлением услуг официантов потребителям;

15) дискаунт центр – торговый объект эконом класса, представленный одним или несколькими субъектами внутренней торговли, входит или не входит в торговые сети, имеет узкий ассортимент продовольственных (двадцать процентов от всего объема, без учета скоропортящихся продуктов, в основном "сухие" или продукты глубокой заморозки) и непродовольственных (восемьдесят процентов от всего объема, пищевые продукты, бытовая химия и сопутствующие товары) товаров повседневного спроса по ценам ниже среднерыночных;

16) магазин – капитальное стационарное строение или его часть, обеспеченные торговыми, подсобными, административно-бытовыми помещениями, а также помещениями для приема, хранения и подготовки товаров к продаже;

17) киоск – некапитальное переносное сооружение, оснащенное торговым оборудованием, не имеющее торгового зала и помещений для хранения продовольственных товаров, рассчитанное на одно или несколько торговых мест;

18) распродажа – реализация товаров надлежащего качества по сниженным ценам;

19) срок годности – период времени, по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению;

20) выносной прилавок – переносное временное сооружение (конструкция), представляющее собой торговое место, располагаемое на специально определенном месте;

21) торговые объекты современного формата – стационарные торговые объекты с торговой площадью не менее 500 квадратных метров, со специализированным или смешанным ассортиментом товаров от одной тысячи и более наименований (единиц),

функционирующие по методу самообслуживания в сочетании с методом традиционного обслуживания, а также оказанием дополнительных услуг торговли, наличием оборудования (устройства), предназначенного для осуществления платежей с использованием платежных карточек, высокой производительностью труда и продажи с квадратного метра торговой площади, предусматривающие наличие площадки для стоянки автотранспортных средств в пределах границ территории;

22) общественное питание – предпринимательская деятельность, связанная с производством, переработкой, реализацией и организацией потребления продуктов питания;

23) складская зона – зона, оборудованная приспособлениями для разгрузки, хранения и комплектации грузов;

24) оптовая торговля – предпринимательская деятельность по реализации товаров, предназначенных для последующей продажи или иных целей, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием;

25) оптово-распределительный центр (далее – ОРЦ) – многофункциональный инфраструктурный торгово-логистический комплекс, состоящий из складских сооружений, торговых павильонов и других помещений со специальным оборудованием, предназначенных для выполнения закупочных, подготовительных, распределительных и иных операций с продовольственными товарами для их последующей оптовой реализации на внутреннем и внешнем рынках;

26) выездная торговля – розничная торговля, осуществляемая вне стационарной розничной сети с использованием специализированных или специально оборудованных для торговли транспортных средств, а также мобильного оборудования, применяемого только в комплекте с транспортным средством;

27) специализированный магазин – торговый объект, представленный множеством субъектов внутренней торговли, со специализированным ассортиментом (строительные материалы, либо бытовая электротехника, мебель и другие), объем ассортимента до двадцати пяти тысяч наименований (единиц), входит или не входит в торговые сети, предусматривающий наличие площадки для стоянки автотранспортных средств в пределах границ своей территории;

28) специализированный торговый рынок – торговый рынок, на котором семьдесят и более процентов товаров от их общего количества предназначены для осуществления продажи товаров одного класса;

29) специализированная электронная торговая площадка – электронная торговая площадка, на которой реализуются товары одного класса, работ и услуг одного вида экономической деятельности;

30) ресторан – объект общественного питания и отдыха, предлагающий ассортимент блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные, а также

алкогольную продукцию с обязательным предоставлением услуг официантов потребителям;

31) срок хранения – период времени, в течение которого товар (результат работы) при соблюдении установленных условий хранения сохраняет качество, свойства и характеристики, указанные в нормативных документах, устанавливающих требования к качеству товара (работы, услуги), и (или) в договоре;

32) продавец – субъект внутренней торговли, осуществляющий торговую деятельность в соответствии с действующим законодательством Республики Казахстан;

33) покупатель – физическое или юридическое лицо, приобретающее товар;

34) торговая информация – сведения о товаре, изготовителе, продавце, предусмотренные законодательством и доводимые до покупателя с целью ознакомления с товаром и особенностями его использования;

35) торговый рынок – обособленный имущественный комплекс, предназначенный для торговой деятельности, с централизацией функций хозяйственного обслуживания территории, управления и охраны, действующий на постоянной основе и обеспеченный площадкой для стоянки автотранспортных средств в пределах границ своей территории, а также соответствующий санитарно-эпидемиологическим требованиям, требованиям пожарной безопасности, архитектурно-строительным и иным требованиям в соответствии с законодательством Республики Казахстан;

36) торговая сеть – совокупность двух и более торговых объектов, которые находятся под общим управлением и используются под единым коммерческим обозначением и иными средствами индивидуализации, за исключением торговых рынков;

37) торговый зал – специально оборудованная основная часть торгового помещения, предназначенная для обслуживания покупателей;

38) торговая деятельность – предпринимательская деятельность физических и юридических лиц, направленная на осуществление купли-продажи товаров;

39) уполномоченный орган в области регулирования торговой деятельности – центральный исполнительный орган, формирующий торговую политику и осуществляющий руководство, а также межотраслевую координацию в сфере торговой деятельности;

40) торговый инвентарь – предметы, предназначенные для осуществления торговой деятельности;

41) торговый объект – здание или часть здания, сооружение или часть сооружения, торговый рынок, автоматизированное устройство или транспортное средство, специально оснащенные оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров;

42) торгово-развлекательный центр – торговый объект, представленный множеством субъектов внутренней торговли, со смешанным ассортиментом от двадцати пяти тысяч и более наименований (единиц), включающим товары, услуги общественного питания и развлечений (фуд-корт, салоны красоты, развлечения, кинотеатры), входит, или не входит в торговые сети, имеет площадку для стоянки автотранспортных средств в пределах границ своей территории;

43) торговый центр – торговый объект, представленный множеством субъектов внутренней торговли, со смешанным ассортиментом, объем ассортимента от двадцати пяти тысяч и более наименований (единиц), входит или не входит в торговые сети, имеет площадку для стоянки автотранспортных средств в пределах границ своей территории;

44) торговое место – место, оснащенное оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, обслуживания покупателей и проведения денежных расчетов с покупателями при продаже товаров;

45) торговый дом – капитальное стационарное строение, в котором расположена совокупность торговых объектов и объектов общественного питания, управляемых как единое целое, предназначенное для торговой деятельности и обеспеченное торговыми, административно-бытовыми и складскими помещениями и площадкой для стоянки автотранспортных средств в пределах границ своей территории;

46) торговая надбавка – часть цены товара, включающая расходы и прибыль, связанные с осуществлением оптовой и розничной реализации товара;

47) нестационарный торговый объект – временное сооружение или временная конструкция, не прочно связанные с землей вне зависимости от наличия или отсутствия подключения (технологического присоединения) к сетям инженерно-технического обеспечения, в том числе автоматизированное устройство или транспортное средство;

48) стационарный торговый объект – здание или часть здания (встроенное, встроено-пристроенное, пристроенное помещение), сооружение или часть сооружения (встроенное, встроено-пристроенное, пристроенное помещение), прочно связанные с землей и подключенные (технологически присоединенные) к сетям инженерно-технического обеспечения;

49) торгово-выставочная зона – зона, специально оснащенная оборудованием, предназначенным и используемым для выкладки, демонстрации товаров, а также обслуживания покупателей и заключения договоров и проведения оплаты;

50) супермаркет – торговый объект, представленный несколькими субъектами внутренней торговли, реализующий специализированный или смешанный ассортимент товаров от одной тысячи до двадцати пяти тысяч наименований (единиц), входит или не входит в торговые сети, предусматривает наличие площадки для стоянки автотранспортных средств;

51) товар – любой, не изъятый из оборота, продукт труда, предназначенный для продажи или обмена;

52) ассортимент товара - набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков;

53) класс товаров – совокупность товаров, имеющих аналогичное функциональное назначение;

54) товарное соседство – условия, исключающие совместное хранение и реализацию сырых и готовых продуктов, предотвращающие их загрязнение и проникновение посторонних запахов, отражающихся на качестве товара;

55) качество товара – совокупность потребительских свойств товара;

56) скоропортящиеся пищевые продукты – пищевые продукты, требующие специальных условий транспортировки, хранения и реализации в строго регламентируемые сроки;

57) терминальная зона – зона, предназначенная для проведения разгрузочных и погрузочных операций, а также парковочные места для грузовых и легковых автомобилей;

58) технологическая зона – зона, предназначенная для мойки, переработки, сушки, сухой чистки, сортировки, калибровки, фасовки, упаковки и/или других подобных операций;

59) магазин у дома – это торговый объект, представленный одним субъектом внутренней торговли, реализующий специализированный ассортимент товаров первой необходимости до пяти тысяч наименований (единиц), в основном не входящий в торговые сети;

60) минимаркет – торговый объект, представленный одним или несколькими субъектами внутренней торговли, реализующий специализированный или смешанный ассортимент товаров до десяти тысяч наименований (единиц), предусматривающий площадку для стоянки автотранспортных средств в пределах границ своей территории;

61) палатка (павильон) – легко возводимое строение из сборно-разборных конструкций, оснащенное торговым оборудованием для одного или нескольких торговых мест, имеющее площадь для торгового запаса и располагаемое на специально определенном месте;

62) внутренняя торговля – торговая деятельность, осуществляемая на территории Республики Казахстан;

63) электронная коммерция – предпринимательская деятельность в электронной торговле, а также продаже услуг, осуществляемая посредством информационно-коммуникационных технологий;

64) участники электронной коммерции – физические и юридические лица, участвующие в качестве покупателя, продавца и (или) электронной торговой площадки, реализующие товары, услуги, и информационно-рекламные торговые площадки;

65) электронная торговля – предпринимательская деятельность по реализации товаров, осуществляемая посредством информационно-коммуникационных технологий ;

66) электронная торговая площадка – интернет-ресурс, обеспечивающий инфраструктуру участникам электронной торговли, в том числе заключение договоров между ними на оказание работ и услуг с использованием информационно-коммуникационных технологий;

67) участники электронной торговли – физические и юридические лица, участвующие в качестве покупателя, продавца и (или) электронной торговой площадки .";

заголовок главы 2 изложить в следующей редакции:

"Глава 2. Субъекты и объекты внутренней торговли";

пункт 3 изложить в следующей редакции:

"3. К субъектам внутренней торговли относятся физические или юридические лица, осуществляющие внутреннюю торговлю в соответствии с Законом.";

дополнить пунктами 8-1 и 8-2 следующего содержания:

"8-1. Субъекты внутренней торговли при осуществлении своей деятельности размещают товары отечественного производства в визуально и физически доступных местах.

При осуществлении продажи товаров посредством организации торговой сети субъекты внутренней торговли:

1) обозначают места выкладки товаров отечественного производства специальной вывеской или надписью "Сделано в Казахстане", которую допускается устанавливать на несколько расположенных рядом товаров отечественного производства;

2) размещают продовольственные товары отечественного производства на торговой площади и (или) полочном пространстве не менее тридцати процентов от общей торговой площади и (или) полочного пространства занятого продовольственными товарами.

В случае отсутствия в данном объеме продовольственных товаров отечественного производства, оставшиеся места и (или) полочное пространство заполняются другими товарами по усмотрению субъекта внутренней торговли.

8-2. Выделение площади и (или) полочного пространства для размещения продовольственных товаров отечественного производства осуществляется по письменной заявке отечественного производителя или субъекта внутренней торговли, реализующего товары отечественного производства.

В случае отсутствия заявок, субъекты внутренней торговли, осуществляющие деятельность по продаже товаров посредством организации торговой сети, могут самостоятельно организовывать привлечение отечественных производителей.

В случае отсутствия или недостаточного количества заявок со стороны производителей или поставщиков товаров отечественного производства, оставшаяся торговая площадь и (или) полочное пространство могут использоваться для продажи других товаров.";

пункт 20 изложить в следующей редакции:

"20. Цены на товары определяются субъектами внутренней торговли самостоятельно, за исключением цен на социально значимые продовольственные товары.

Субъекты розничной внутренней торговли на социально значимые продовольственные товары устанавливают торговую надбавку в размере не более пятнадцати процентов от закупочной цены производителя или оптового поставщика.

Субъекты розничной внутренней торговли в случае наличия социально значимого продовольственного товара от нескольких производителей устанавливают торговую надбавку в размере не более пятнадцати процентов от закупочной цены производителя или оптового поставщика на социально значимый продовольственный товар с наиболее низкой стоимостью.

При заключении договоров поставки социально значимых продовольственных товаров устанавливается размер предельной торговой надбавки.

Торговая надбавка может быть увеличена на величину затрат, связанных с перевозкой и (или) хранением и (или) импортом социально значимых товаров, а также естественной убылью продовольственных товаров в пределах утвержденных норм согласно приказу исполняющего обязанности Министра национальной экономики Республики Казахстан от 25 ноября 2015 года № 717 "Об утверждении норм естественной убыли продовольственных товаров в розничной торговле" (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 12484).

В торговую надбавку не включаются расходы, связанные с выплатой вознаграждений, выплачиваемых субъекту внутренней торговли, в связи с приобретением им у поставщика определенного количества продовольственных товаров.

Субъект внутренней торговли (изготовитель) продает, а потребитель может купить товар согласно указанной стоимости, оформленной ярлыком цен, выставленным во внутренних и (или) внешних витринах торгового объекта.

Субъект внутренней торговли (изготовитель, исполнитель), за исключением случаев, предусмотренных законодательством Республики Казахстан, не ограничивает возможность потребителей в отношении применения фото-, видео съемки.";

пункт 22 изложить в следующей редакции:

"22. Субъект внутренней торговли при осуществлении торговой деятельности применяет контрольно-кассовые машины с фискальной памятью в порядке и случаях,

предусмотренных главой 19 Кодекса Республики Казахстан "О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)" от 25 декабря 2017 года (далее – Кодекс).";

дополнить пунктом 27-2) следующего содержания:

"27-2. Между субъектом внутренней торговли, осуществляющим деятельность по продаже товаров посредством организации торговой сети или крупных торговых объектов, и поставщиком продовольственных товаров при заключении договора поставки продовольственных товаров может предусматриваться условие по включению в цену продовольственного товара вознаграждения, выплачиваемого субъекту внутренней торговли, в связи с приобретением им у поставщика определенного количества продовольственных товаров.

Размер указанного вознаграждения подлежит согласованию сторонами этого договора и не превышает пять процентов от цены приобретенных продовольственных товаров. При расчете указанного совокупного размера вознаграждения не учитывается сумма налога на добавленную стоимость.

Вознаграждение, выплачиваемое субъекту внутренней торговли, в связи с приобретением им у поставщика определенного количества продовольственных товаров, выражается в деньгах и включает в себя плату за услуги по продвижению товаров.

Иные условия предоставления вознаграждения и оказания дополнительных услуг, не связанных с продвижением товара, определяются сторонами договора самостоятельно.

Не допускается выплата указанного в настоящем пункте вознаграждения в связи с приобретением субъектом внутренней торговли социально значимых продовольственных товаров, указанных в перечне, утверждаемом Правительством Республики Казахстан.

Пролонгация договора с увеличением перечня или объема продовольственных товаров, равно как и заключение дополнительных соглашений с нарушением пункта 7 статьи 31 Закона не допускается.";

пункт 48 изложить в следующей редакции:

"48. При осуществлении оптовой торговли субъекты внутренней торговли обеспечивают:";

пункт 50-1 изложить в следующей редакции:

"50-1. Розничная торговля осуществляется через стационарные, нестационарные торговые объекты и торговые рынки.

Места и (или) маршруты размещения нестационарных торговых объектов утверждаются местными исполнительными органами.

При определении мест и (или) маршрутов размещения нестационарных торговых объектов указывается их точное месторасположение, схема маршрута, занимаемая

площадь, период осуществления торговой деятельности, составляющий не менее одного года и не более пяти лет, сфера деятельности с учетом близлежащей инфраструктуры (торговые объекты, в которых реализуется схожий ассортимент товаров, а также объекты общественного питания).

Выделение мест и (или) маршрутов размещения нестационарных торговых объектов осуществляется по заявкам субъектов предпринимательства и проводится местными исполнительными органами на конкурсной основе. Условия конкурса, приема заявок, количество выделяемых мест, месторасположение, маршруты, отводимая площадь, период размещения публикуются местными исполнительными органами на их официальных сайтах не позднее 30 календарных дней до проведения конкурса.

В соответствии с пунктом 5 статьи 12 Закона осуществление розничной торговли вне мест, установленных местными исполнительными органами, не допускается, за исключением розничной торговли вне торговых мест путем сетевого маркетинга, общественных распространителей, продажи по почте и другими способами, порядок которой регулируется в соответствии с пунктом 54 настоящих Правил.";

пункты 57 и 58 изложить в следующей редакции:

"57. Субъекты внутренней торговли для производства, переработки, реализации и организации потребления собственной продукции, а также других продовольственных товаров и организации потребления продукции общественного питания и предоставления услуг используют имущественный комплекс – ресторан, кафе, бар, столовую.

58. Субъекты внутренней торговли осуществляют свою деятельность, как в торговых залах объекта общественного питания, так и за их пределами, кроме случая, указанного в части второй пункта 35 настоящих Правил."

пункты 75 и 76 изложить в следующей редакции:

"75. По соглашению между комиссионером и комитентом на комиссию принимаются новые и бывшие в употреблении непродовольственные товары.

Прием на комиссию товаров, бывших в употреблении, осуществляется с соблюдением пунктов 158 и 161 настоящих Правил.

76. Прием товаров на комиссию оформляется путем составления договора комиссии в письменной форме, подписываемого комиссионером и комитентом, в котором содержатся следующие сведения:

- 1) номер договора, дата его составления;
- 2) наименование и реквизиты сторон (адрес, расчетный счет, телефон комиссионера, паспортные данные или данные иного документа, удостоверяющего личность комитента);
- 3) наименование товара, фотоизображение товара бывшего в употреблении;
- 4) степень износа и недостатки бывшего в употреблении товара;

- 5) цена товара;
- 6) размер и порядок уплаты комиссионного вознаграждения;
- 7) условия принятия товара на комиссию;
- 8) порядок проведения и размер уценки товара;
- 9) сроки реализации товара до и после его уценки;
- 10) условия и порядок возврата комитенту не проданного комиссионером товара;
- 11) условия и порядок расчетов между комиссионером и комитентом; размер оплаты расходов комиссионера по хранению товара, принятого на комиссию, если по соглашению сторон эти расходы подлежат возмещению.";

пункт 97 изложить в следующей редакции:

"97. Торговля по заказам осуществляется посредством передачи и (или) приема заказов субъектами внутренней торговли непосредственно у покупателя, в местах выездной торговли, посредством телефонного или почтового заказа.";

пункты 102 и 103 изложить в следующей редакции:

"102. Субъекты внутренней торговли осуществляют выездную торговлю в специально отведенных местах и (или) маршрутах, определенных местным исполнительным органом.

Субъект внутренней торговли осуществляет торговлю по утвержденному маршруту в любой его точке.

Выездная торговля осуществляется с автолавок и (или) палаток (павильонов).

При осуществлении выездной торговли субъекты внутренней торговли руководствуются нормами настоящих Правил.

103. Выставочно-ярмарочная торговля осуществляется путем организации выставок и ярмарок центральными исполнительными органами, их структурными подразделениями или местными исполнительными органами, а также субъектами внутренней торговли с целью изучения конъюнктуры рынка, содействия в организации купли–продажи товаров, заключения договоров и установления новых торговых связей . Выставочно-ярмарочная торговля связана с демонстрацией образцов товаров.

Проведение субъектами внутренней торговли выставочно-ярмарочной торговли в общественных местах осуществляется путем согласования времени и места проведения с местным исполнительным органом соответствующей территории.

Субъекты внутренней торговли, осуществляющие выставочно-ярмарочную торговлю, в своей деятельности руководствуются нормами настоящих Правил.";

пункт 105 изложить в следующей редакции:

"105. В электронной коммерции защита прав и законных интересов потребителей обеспечивается не менее уровня защиты, предоставляемого в других формах торговли.

Продавец (в том числе интернет-магазин) перед заключением договора купли-продажи предоставляет потребителю информацию о товаре (работе, услуге), его

стоимости, процедуре оплаты, условиях и стоимости доставки, гарантийном сроке (при его наличии).

Информация о наименовании товара (работы, услуги), стоимости и условия приобретения товара (работы, услуги), а также сведения об основных потребительских свойствах товара (работы, услуги), о пищевой, биологической и энергетической ценности продукта, а также сведения о противопоказаниях для их применения при отдельных заболеваниях доводится до потребителя на казахском и (или) русском языках посредством информационно-коммуникационных технологий, в соответствии со статьей 25 Закона Республики Казахстан от 4 мая 2010 года "О защите прав потребителей".

При продаже товара по образцу и (или) описанию продавец передает потребителю товар, который соответствует образцу и (или) описанию.";

дополнить пунктом 105-1 следующего содержания:

"105-1. При реализации товаров (работ, услуг) посредством социальных сетей продавец (в том числе интернет-магазин) обеспечивает соблюдение требований законодательства о защите прав потребителей и регулировании торговой деятельности.

Реализация товаров (работ, услуг) посредством социальных сетей допускается при размещении ссылки на интернет-ресурсы (электронная торговая площадка, интернет-магазин, информационно-рекламная торговая площадка), где содержатся сведения об основных потребительских свойствах товара (работы, услуги), наименовании продавца, его юридического адреса и абонентского номера, зарегистрированного у оператора сотовой связи Республики Казахстан.

Товары, бывшие в употреблении, подлежат реализации посредством интернет-ресурсов при соблюдении условий, предусмотренных в Параграфе 9 настоящей Главы.

Наличие документов, подтверждающих право собственности продавца на товары, за исключением товаров (работ, услуг) собственного производства, является условием для реализации его через интернет-ресурсы, которые используются продавцом в целях электронной коммерции.";

пункт 106 изложить в следующей редакции:

"106. Инфраструктура электронной коммерции на электронной торговой площадке включает в себя:

- 1) внутренние требования электронной торговой площадки к участникам электронной торговли;
- 2) возможность безналичного расчета за товар (работы, услуги) с использованием банковских платежных систем;
- 3) организацию или координацию доставки товара (работы, услуги);
- 4) обеспечение взаиморасчетов между покупателем и продавцом, в том числе при возврате товара (работы, услуги);

5) предоставление возможности совершения договора купли-продажи, договора об оказании услуг посредством информационно-коммуникационных технологий путем обмена электронными документами или электронными сообщениями;

6) организацию разрешения споров, возникших между покупателем и продавцом, в том числе в рамках защиты прав потребителей;

7) внутренние процедуры по недопущению некорректных действий продавцов и (или) предоставление ими недостоверной информации покупателю для предотвращения незаконной торговли;

8) программное обеспечение, технические комплексы, обеспечивающие и сопровождающие электронную торговлю и работу электронной торговой площадки через защищенные каналы связи.";

дополнить пунктами 106-1 и 106-2 следующего содержания:

"106-1. Инфраструктура информационно-рекламной торговой площадки включает в себя предоставление возможности:

1) самостоятельного размещения продавцом характеристик товара (работы, услуги), его стоимости путем заполнения заявки с идентификационным номером и с указанием абонентского номера, зарегистрированного у оператора сотовой связи Республики Казахстан (с аутентификацией продавца посредством короткого текстового сообщения) ;

2) подачи жалобы на продавца и (или) его товара (работы, услуги);

3) направления сообщения продавцу относительно характеристик его товара (работы, услуги) либо оценки или комментирования (оставление отзыва) продавца и (или) его товара (работы, услуги).

106-2. Электронная торговая площадка, информационно-рекламная торговая площадка в электронной коммерции не могут:

1) разглашать информацию, содержащуюся в электронных документах или электронных сообщениях, в том числе сведения, составляющие коммерческую и иную охраняемую законом тайну;

2) передавать третьим лицам электронные документы, электронные сообщения или их копии, в том числе содержащуюся в них информацию, если иное не предусмотрено договором, заключенным ими с другими участниками электронной торговли, или законами Республики Казахстан;

3) изменять содержание электронных документов или электронных сообщений либо порядок их использования, если иное не предусмотрено договором, заключенным ими с другими участниками электронной торговли;

4) размещать информацию о товарах (работах, услугах), реклама которых запрещена в соответствии с законодательством Республики Казахстан о рекламе.";

пункт 107 изложить в следующей редакции:

"107. Продавец, адресующий от своего имени оферту в электронной форме, при осуществлении электронной торговли:

1) включает в оферту существенные условия договора или указывает порядок их определения;

2) предоставляет информацию о порядке заключения договора;

3) выписывает счет-фактуру в порядке, определяемом Кодексом, а также предоставляет копии первичных учетных документов в соответствии с законодательством Республики Казахстан о бухгалтерском учете и финансовой отчетности";

дополнить пунктами 107-1 и 107-2 следующего содержания:

"107-1. Составление учетной документации, являющейся основанием для определения объектов налогообложения и объектов, связанных с налогообложением, а также исчисление налоговых обязательств осуществляется в соответствии с налоговым законодательством Республики Казахстан.

107-2. Способы осуществления платежей и переводов денег по сделкам электронной коммерции осуществляются в порядке, установленном законодательством Республики Казахстан о платежах и переводах денег.";

пункт 117 изложить в следующей редакции:

"117. Субъекты внутренней торговли, занимающиеся продажей хлебобулочных и кондитерских изделий, в своей деятельности руководствуются настоящими Правилами, нормативно-техническими документами, техническими регламентами и Санитарными правилами "Санитарно-эпидемиологические требования к объектам производства кондитерских изделий, условиям производства, расфасовки, транспортировки, хранения, реализации, утилизации и уничтожения кондитерских изделий", утвержденными приказом исполняющего обязанности Министра национальной экономики Республики Казахстан от 24 февраля 2015 года № 124 (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 10725).";

главу 5 дополнить параграфом 9 следующего содержания:

"Параграф 9. Порядок продажи отдельных непродовольственных товаров бывших в употреблении

158. Осуществление внутренней торговли непродовольственными товарами, бывшими в употреблении, допускается субъектами внутренней торговли, осуществляющими комиссионную торговлю и располагающиеся в нестационарных торговых объектах, места и (или) маршруты которых утверждены местными исполнительными органами согласно пункту 50-1 настоящих Правил, и в стационарных торговых объектах при наличии документов, подтверждающих право собственности продавца на товары или право реализации продавцом товара согласно договору комиссии.

Реализация и реклама товаров, бывших в употреблении, возможна через интернет-ресурсы (интернет-магазин, электронная торговая площадка, информационно-рекламная торговая площадка) при соблюдении условий предусмотренных настоящим Параграфом.

159. Переход права собственности по товарам, бывшим в употреблении, осуществляется субъектом внутренней торговли с указанием следующей информации:

- 1) наименование товара бывшего в употреблении;
- 2) фотоизображение товара бывшего в употреблении;
- 3) краткое описание товара бывшего в употреблении, с указанием при возможности степени износа и недостатков бывшего в употреблении товара;

- 4) индивидуальный идентификационный номер или бизнес-идентификационный номер заявителя и его контактные данные, а в случае его реализации через интернет-ресурс – абонентский номер, зарегистрированный у оператора сотовой связи Республики Казахстан;

- 5) дата заявки и подпись заявителя, а в случае его реализации через интернет-ресурс – идентификационный номер заявки (объявления).

160. Прием товаров, бывших в употреблении, осуществляется в соответствии с условиями комиссионной торговли.

161. Субъекты внутренней торговли при реализации товаров, бывших в употреблении, ведут их учет.

Учет ведется в бумажном и (или) электронном виде.

Субъект внутренней торговли обеспечивает сохранность информации не менее одного года с даты реализации товара.

По запросу органов полиции сведения о реализации товаров, бывших в употреблении, передаются в органы полиции по месту требования.

162. Порядок осуществления торговой деятельности ломбардов регулируется в соответствии с Правилами осуществления торговой деятельности ломбардов, утвержденными совместным приказом Министра национальной экономики Республики Казахстан от 29 августа 2018 года № 12 и Министра внутренних дел Республики Казахстан от 29 августа 2018 года № 608 (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 17673).

163. Товарные отделы (секции, полки) в (на) которых реализуются непродовольственные товары, бывшие в употреблении, обозначаются специальной вывеской или надписью ("бывшие в употреблении" или кратко "б/у").

164. Бывшие в употреблении непродовольственные товары обмену или возврату не подлежат, если иное не оговорено сторонами.

165. Непродовольственные товары надлежащего качества с сохранением товарного вида, потребительских свойств, пломб, ярлыков, документов, подтверждающих факт приобретения товара, возвращенные в течение четырнадцати календарных дней в

соответствии с пунктом 1 статьи 30 Закона Республики Казахстан от 4 мая 2010 года "О защите прав потребителей", не относятся к товарам, бывшим в употреблении."

2. Признать утратившими силу:

1) приказ исполняющего обязанности Министра национальной экономики Республики Казахстан от 25 ноября 2015 года № 720 "Об утверждении Правил осуществления электронной торговли, включая функционирование электронных торговых площадок" (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 12689, опубликован 22 января 2016 года в информационно-правовой системе "Әділет");

2) приказ исполняющего обязанности Министра национальной экономики Республики Казахстан от 3 августа 2018 года № 7 "О внесении изменений и дополнений в приказ исполняющего обязанности Министра национальной экономики Республики Казахстан от 25 ноября 2015 года № 720 "Об утверждении Правил осуществления электронной торговли" (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 17334, опубликован 14 сентября 2018 года в информационно системе "Эталонный контрольный банк нормативных правовых актов Республики Казахстан").

3. Департаменту внутренней торговли обеспечить:

1) государственную регистрацию настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан;

2) в течение десяти календарных дней со дня государственной регистрации настоящего приказа направление его на казахском и русском языках в Республиканское государственное предприятие на праве хозяйственного ведения "Институт законодательства и правовой информации Республики Казахстан" для официального опубликования и включения в Эталонный контрольный банк нормативных правовых актов Республики Казахстан;

3) размещение настоящего приказа на официальном интернет-ресурсе Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан;

4) в течение десяти рабочих дней после государственной регистрации настоящего приказа в Министерстве юстиции Республики Казахстан представление в Департамент юридической службы Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан сведений об исполнении мероприятий, предусмотренных подпунктами 1), 2) и 3) настоящего пункта.

4. Контроль за исполнением настоящего приказа возложить на курирующего вице-министра торговли и интеграции Республики Казахстан.

5. Настоящий приказ вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования.

" С О Г Л А С О В А Н "

Министерство
э к о н о м и к и
Республики Казахстан

национальной

" С О Г Л А С О В А Н "

Министерство
Республики Казахстан

внутренних дел

© 2012. РГП на ПХВ «Институт законодательства и правовой информации Республики Казахстан»
Министерства юстиции Республики Казахстан