

О внесении изменений 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 14 сентября 2020 года № 196-НҚ. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 15 сентября 2020 года № 21199

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:

в Правилах внутренней торговли, утвержденных указанным приказом:

пункт 2 изложить в следующей редакции:

"2. В настоящих Правилах используются следующие основные понятия:

- 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 закуску, 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) вознаграждение – денежная выплата поставщика продовольственных товаров субъекту внутренней торговли, осуществляющему деятельность по продаже товаров посредством организации торговой сети или крупных торговых объектов, связанная с приобретением и реализацией продовольственных товаров, включая услуги по продвижению продовольственных товаров, в том числе путем рекламирования таких товаров и осуществления их специальной выкладки, а также подготовке, обработке, упаковке этих товаров, допуск в торговые сети или крупные торговые объекты;

48) 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;

49) 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;

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

51) 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;

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

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

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

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

56) качество товара – совокупность потребительских свойств товара;

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

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

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

60) 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;

61) 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;

62) 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;

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

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

65) 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;

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

67) 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;

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

пункт 20 изложить в следующей редакции:

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

Субъекты внутренней торговли на социально значимые продовольственные товары устанавливают размер предельной торговой надбавки не более пятнадцати процентов от отпускной цены производителя или закупочной цены оптового поставщика, указанной в договорах поставки социально значимых продовольственных товаров.

Субъект внутренней торговли в случае наличия социально значимого продовольственного товара от нескольких производителей или оптовых поставщиков устанавливает размер предельной торговой надбавки не более пятнадцати процентов от отпускной цены производителя или закупочной цены оптового поставщика на социально значимый продовольственный товар с наиболее низкой стоимостью, указанной в договоре поставки социально значимого продовольственного товара.

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 27-2 изложить в следующей редакции:

"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.

При превышении размера вознаграждения, установленного в части первой настоящего пункта, субъект внутренней торговли несет ответственность в соответствии с Кодексом Республики Казахстан от 5 июля 2014 года "Об административных правонарушениях".";

подпункт 15) пункта 28 изложить в следующей редакции:

"15) определение администрациями торговых объектов требований к оформлению вывески, витрин, рекламных материалов, выставочного оборудования и внешнего вида персонала стационарных торговых объектов различных видов и типов с учетом положений Правил размещения объектов наружной (визуальной) рекламы на открытом пространстве за пределами помещений в населенных пунктах, утвержденных приказом Министра индустрии и инфраструктурного развития Республики Казахстан от 18 апреля 2019 года № 233 (зарегистрирован в Реестре государственной регистрации нормативных правовых актов за № 18562).";

пункт 104 изложить в следующей редакции:

"104. Вывоз товара за пределы Республики Казахстан для осуществления выставочно – ярмарочной торговли, подлежащего обратному ввозу на условиях и в сроки, установленные договором, регулируется в соответствии с Кодексом Республики Казахстан от 26 декабря 2017 года "О таможенном регулировании в Республике Казахстан.";

пункт 150 изложить в следующей редакции:

"150. В отношении аудиовизуального произведения продавец помимо сведений, указанных в пункте 14 настоящих Правил, представляет покупателю следующую информацию:

- 1) наименование фильма, студии, на которой снят фильм и год его выпуска;
- 2) основные фильмографические данные (жанр, аннотация, сведения об авторе сценария, режиссере, композиторе, исполнителях главных ролей и другие);
- 3) продолжительность фильма (в минутах);
- 4) сведения об обладателе авторских и (или) смежных прав на произведение."

2. Департаменту внутренней торговли Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан в установленном законодательством порядке обеспечить:

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

2) размещение настоящего приказа на интернет-ресурсе Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан.

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

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

Министр торговли и интеграции

Республики Казахстан

Б. Султанов

" С О Г Л А С О В А Н "

Министерство
инфраструктурного
Республики Казахстан

индустрии
и
развития

" С О Г Л А С О В А Н "

Министерство
Республики Казахстан

финансов

" С О Г Л А С О В А Н "

Министерство
Республики Казахстан

внутренних
дел

" С О Г Л А С О В А Н "

Министерство
Республики Казахстан

национальной
экономики