

ФЗ № 381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»

**Выполнили: студентки 1 курса
ФЭТТ, группы 26Д – МТ – 01/18**

Кожевникова А.А.

Кругалевич Е.А.

Содержание ФЗ № 381

Глава 1. Общие положения

Цели и сфера применения, основные понятия, правовое регулирование отношений, методы государственного регулирования, полномочия органов власти и некоммерческих организаций

Глава 2. Требования к организации и осуществлению торговой деятельности

Права и обязанности хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность, особенности размещения нестационарных торговых объектов, соглашения между ассоциациями, союзами и иными некоммерческими организациями

Глава 3. Антимонопольное регулирование, государственный контроль (надзор), муниципальный контроль в области торговой деятельности

Антимонопольные правила, ограничение приобретения и аренды дополнительных площадей посредством организации торговой сети, контроль за соблюдением требований настоящего ФЗ

Глава 4. Меры по развитию торговой деятельности

Мероприятия, содействующие развитию торговой деятельности, региональные и муниципальные программы развития, нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов, информационное обеспечение, государственная система мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке

Глава 5. Заключительные положения

Ответственность за нарушение настоящего ФЗ, заключительные положения

Глава 1. Общие положения

Статья 1. Цели и сфера применения ФЗ

- Обеспечение единства экономического пространства в РФ путем установления требований к организации и осуществлению торговой деятельности
- Развитие торговой деятельности в целях удовлетворения потребностей отраслей экономики в произведенной продукции, обеспечения доступности товаров для населения, формирования конкурентной среды, поддержки российских производителей товаров
- Обеспечение соблюдения прав и законных интересов хозяйствующих субъектов, осуществляющих торговую деятельность и хозяйствующих субъектов, осуществляющих поставки производимых или закупаемых товаров, предназначенных для использования их в предпринимательской деятельности, в том числе для продажи или перепродажи
- Разграничение полномочий между федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности

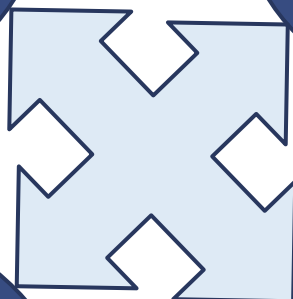
Положения данного ФЗ не применяются к организации и осуществлению:

Внешнеторговой
деятельности

Деятельности по
проведению
организованных торгов

Деятельности по продаже
товаров на розничных
рынках

Купли-продажи ценных
бумаг, объектов
недвижимости,
энергетических ресурсов



Статья 2. Основные понятия

Изменения за 2016-2018 гг.

- Услуги по продвижению товаров
- Торговая сеть
- Товары, маркированные средствами идентификации
- Товары, подлежащие обязательной маркировке средствами идентификации
- Средство идентификации
- Код маркировки
- Код идентификации
- Код проверки
- Технические средства проверки кода проверки
- Технические средства формирования кода проверки
- Участники оборота товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации

Статья 3. Правовое регулирование отношений в области торговой деятельности (ТД)

□ Гражданский Кодекс РФ

□ ФЗ № 381 «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»

□ ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей»

□ Другие федеральные законы и иные нормативные правовые акты

□ Законы и иные нормативные правовые акты субъектов РФ

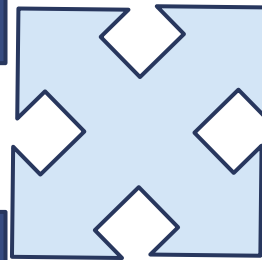
Статья 4. Методы государственного регулирования ТД

1. Установление требований к организации и осуществлению торговой деятельности

2. Антимонопольное регулирование

3. Информационное обеспечение

4. Государственный контроль (надзор), муниципальный контроль



Статья 5. Полномочия Правительства РФ, федеральных органов исполнительной власти в области государственного регулирования ТД

Правительство РФ:

- 1) Проводит государственную политику в области ТД
- 2) Утверждает методики расчета и установления нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов
- 3) Утверждает методики расчета объема всех реализованных продовольственных товаров
- 4) Утверждает перечень товаров, подлежащих обязательной маркировке
- 5) Утверждает порядок изъятия из оборота немаркированных товаров, подлежащих обязательной маркировке

Федеральный орган исполнительной власти:

- 1) Утверждает рекомендации по разработке региональных программ развития торговли
- 2) Утверждает формы торгового реестра
- 3) Формирует статистическую информацию об общественных процессах в РФ

Статья 6. Полномочия органов государственной власти субъектов РФ, органов местного самоуправления в области регулирования ТД

Органы государственной власти субъектов РФ:

- 1) Проводят государственную политику в области ТД на территории субъекта РФ
- 2) Разработка и принятие законов субъектов РФ
- 3) Устанавливают нормативы минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов
- 4) Наблюдают за состоянием рынка определенного товара и осуществлением ТД
- 5) Проводят мероприятия, содействующие развитию ТД

Органы местного самоуправления:

создают условия для обеспечения жителей муниципального образования услугами торговли

Статья 7. Участие в формировании и реализации государственной политики в области ТД некоммерческих организаций, осуществляющих ТД или поставки товаров

На добровольной основе

Разработка нормативных правовых актов, программ развития в области ТД

Участие в анализе показателей развития торговли

Распространение российского и иностранного опыта в формировании и реализации государственной политики в области ТД

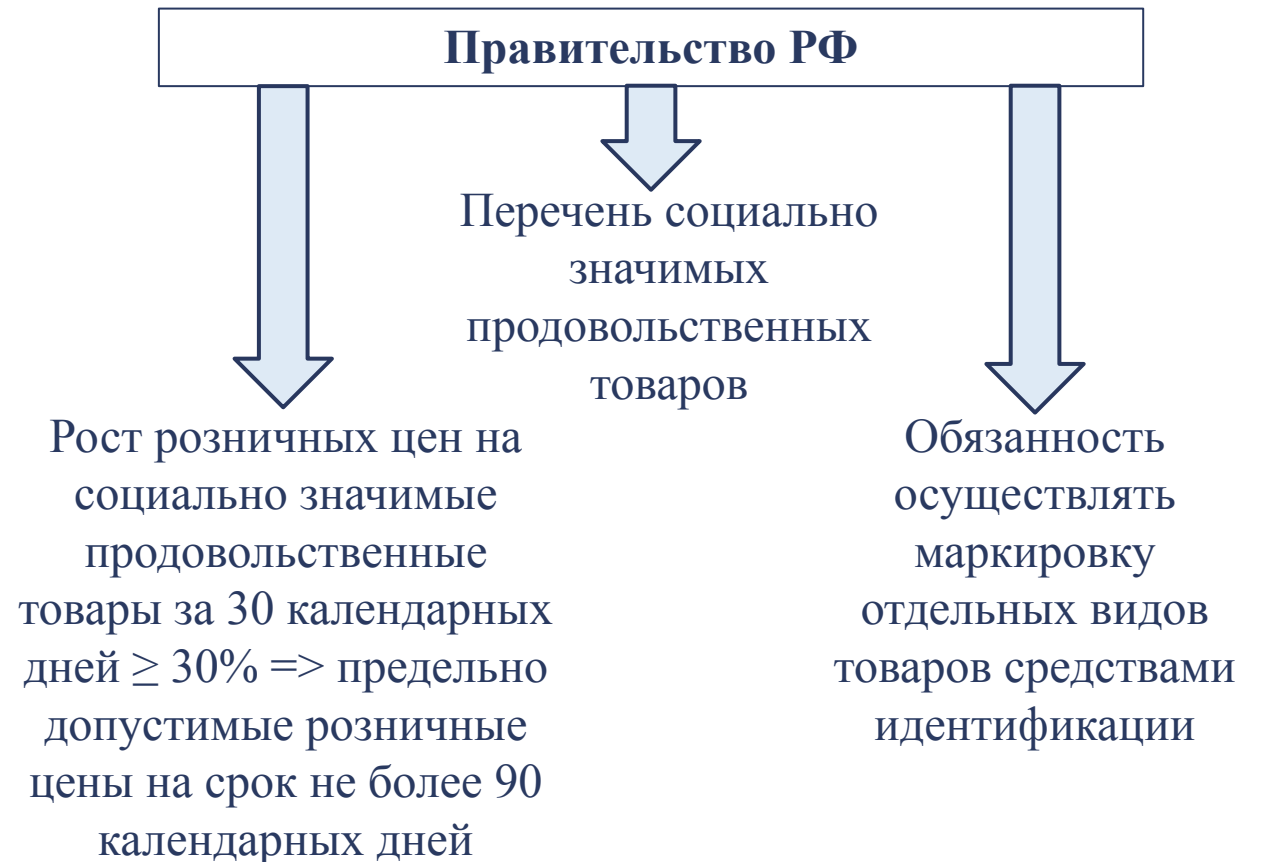
Подготовка для органов государственной власти предложений о совершенствовании ТД

Глава 2. Требования к организации и осуществлению ТД

Статья 8. Права и обязанности хозяйствующих субъектов, осуществляющих ТД или поставки товаров при осуществлении ТД

Субъекты, осуществляющие ТД:

- 1) Вид, форма, способ и специализацию торговли
- 2) Тип торгового объекта
- 3) Основания использования имущества
- 4) Порядок и условия осуществления ТД
- 5) Цены на продаваемые товары
- 6) Форма распространения рекламы в торговом объекте и его витринах
- 7) Условия заключения договоров купли-продажи товаров, договоров возмездного оказания услуг



Статья 9. Права и обязанности хозяйствующих субъектов, осуществляющих ТД или поставки товаров в связи с заключением и исполнением договора поставки продовольственных товаров

- Размещение условий отбора контрагентов для заключения договора поставки продовольственных товаров на сайте
- При покупке определенного количества товаров – субъекту, осуществляющему ТД, выплачивается вознаграждение (по соответствующему условию договора) не более 5% от стоимости приобретенных товаров. Вознаграждение не выплачивается при приобретении социально значимых товаров
- Документы должны быть переданы субъекту, осуществляющему ТД, не позднее 3 рабочих дней со дня фактического получения товаров
- Услуги по продвижению товаров, подготовке, обработке и т.д. оказываются субъектом, осуществляющим ТД, на основании договоров возмездного оказания услуг

Срок годности, дни	Оплата в срок
< 10	8 рабочих дней
10-30	25 календарных дней
> 30	40 календарных дней

Запрещается:

Взимание (внесение) платы
за право поставок
продовольственных товаров
в торговые объекты

Взимание (внесение) платы
за изменение ассортимента
продовольственных товаров

Возмещение расходов в связи
с утратой или повреждением
продовольственных товаров
после перехода права
собственности *

Возмещение расходов, не
связанных с исполнением
договора поставки
продовольственных товаров и
их последующей продажей

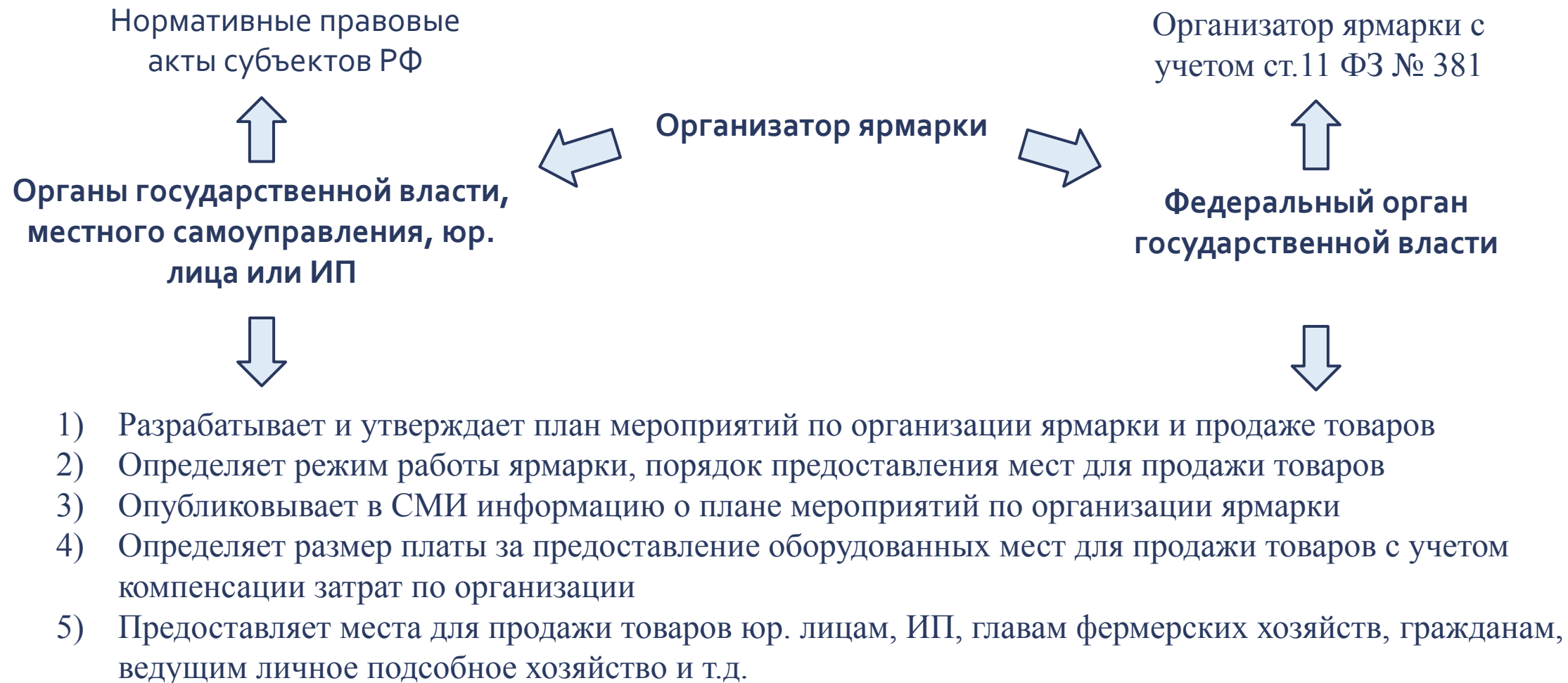
Возмещение расходов,
связанных с утилизацией
(уничтожением) непроданных
продовольственных товаров

* За исключением случаев, когда утрата (повреждение) произошли по вине субъекта, осуществляющего поставки

Статья 10. Особенности размещения нестационарных торговых объектов (НТО)

- Размещение НТО осуществляется в соответствии со схемой размещения с учетом обеспечения устойчивого развития территорий и нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов
- Порядок включения в схему размещения НТО на территориях в государственной собственности устанавливается Правительством РФ
- Схемой размещения НТО должно предусматриваться $\geq 60\%$ НТО, используемых субъектами малого или среднего предпринимательства, осуществляющими ТД, от общего количества НТО
- Схема размещения НТО и вносимые в нее изменения подлежат опубликованию в порядке опубликования муниципальных правовых актов и размещению на сайтах органа исполнительной власти РФ и органа местного самоуправления

Статья 11. Требования к организации ярмарок и продаже товаров (выполнения работ, оказания услуг) на них



Глава 3. Антимонопольное регулирование, государственный контроль (надзор), муниципальный контроль в области ТД

Статья 13. Антимонопольные правила для хозяйствующих субъектов, осуществляющих ТД или поставки продовольственных товаров

Запрещаются:

- 1) Дискриминационные условия
- 2) Препятствия для доступа на товарный рынок (или выхода с рынка) другим
- 3) Нарушать установленный порядок ценообразования
- 4) Навязывать контрагенту
- 5) Заключать договор, по которому товар передается для реализации 3-ему лицу без перехода к нему права собственности на товар (исключения: группа лиц, определяемая в соответствии с ФЗ «О защите конкуренции» и торговая сеть)
- 6) Заключать договор, содержащий условие о возврате, замене и возмещении стоимости продовольственных товаров, имеющих срок годности ≤ 30 дней

Ответственность за нарушение антимонопольных правил при осуществлении ТД установлена ст. 14.40 КоАП РФ

Ст. 13 не распространяется на продовольственные торговые сети и поставщиков продовольственных товаров с выручкой за последний год не более 400 млн. руб.

Статья 14. Ограничение приобретения, аренды хозяйствующими субъектами, осуществляющими розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, дополнительной площади торговых объектов

Хозяйствующий субъект, который осуществляет розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети, и доля которого **превышает 25%** объема всех реализованных продовольственных товаров в денежном выражении за предыдущий финансовый год в границах субъекта РФ, **не вправе приобретать или арендовать** в границах соответствующего административно-территориального образования дополнительную площадь торговых объектов.

□ Ст. 14 не распространяется на продовольственные торговые сети и поставщиков продовольственных товаров с выручкой за последний год не более 400 млн. руб.

Статья 15. Антимонопольные требования к органам государственной власти субъектов РФ , органам местного самоуправления в области регулирования торговой деятельности

Запрещается:

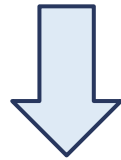
- 1) возлагать обязанности по участию в повторной проверке качества и безопасности товаров
- 2) понуждать к прохождению контрольных и (или) разрешительных процедур (аттестация торговых объектов, аккредитация хозяйствующих субъектов, сертификация товаров, соответствие торговых объектов требованиям законодательства РФ);
- 3) понуждать продавать товары по ценам, определенным в порядке, установленном органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации;
- 4) Устанавливать запреты на свободное перемещение товаров между субъектами РФ;
- 5) Вводить ограничения продаж отдельных видов товаров на территориях субъектов РФ;
- 6) Понуждать торговые организации к заключению в приоритетном порядке договоров поставки товаров с определенными поставщиками (и наоборот);
- 7) Дискриминация торговых организаций и поставщиков в предоставлении доступа к объектам транспорта, инфраструктуры.

Статья 16. Государственный контроль (надзор) за соблюдением правил и требований, предусмотренных статьями 9, 13 - 15 настоящего ФЗ, осуществляется федеральным органом исполнительной власти

Глава 4. Меры по развитию ТД

Статья 17. Мероприятия, содействующие развитию ТД

Органы государственной власти субъектов РФ:



- 1) стимулирование инвестиционных проектов, направленных на строительство логистических центров поставок;
- 2) поддержку сельскохозяйственных потребительских кооперативов;
- 3) организация и проведение выставок в области ТД, ярмарок.

Органы местного самоуправления:



- 1) предусматривают строительство, размещение торговых объектов в документах территориального планирования;
- 2) разрабатывают и утверждают схемы размещения нестационарных торговых объектов;
- 3) принимают меры экономического стимулирования по поддержке строительства, размещению объектов социально ориентированной торговой инфраструктуры;
- 4) проводят анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей состояния торговли на территориях муниципальных образований.

Статья 18. Региональные и муниципальные программы развития торговли

Органы исполнительной власти субъектов РФ и органы местного самоуправления

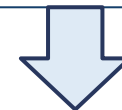


Региональные и муниципальные программы развития торговли



- 1) цели, задачи и ожидаемые результаты развития торговли;
- 2) мероприятия, направленные на достижение целей гос. политики в ТД;
- 3) объем и источники финансирования мероприятий;
- 4) основные показатели эффективности реализации программ развития торговли;
- 5) порядок организации реализации программ

Основными показателями эффективности



- 1) достижение установленных нормативов минимальной обеспеченности населения площадью торговых объектов;
- 2) повышение доступности товаров для населения;
- 3) формирование торговой инфраструктуры;
- 4) создание условий для увеличения спроса на товары российских производителей товаров.

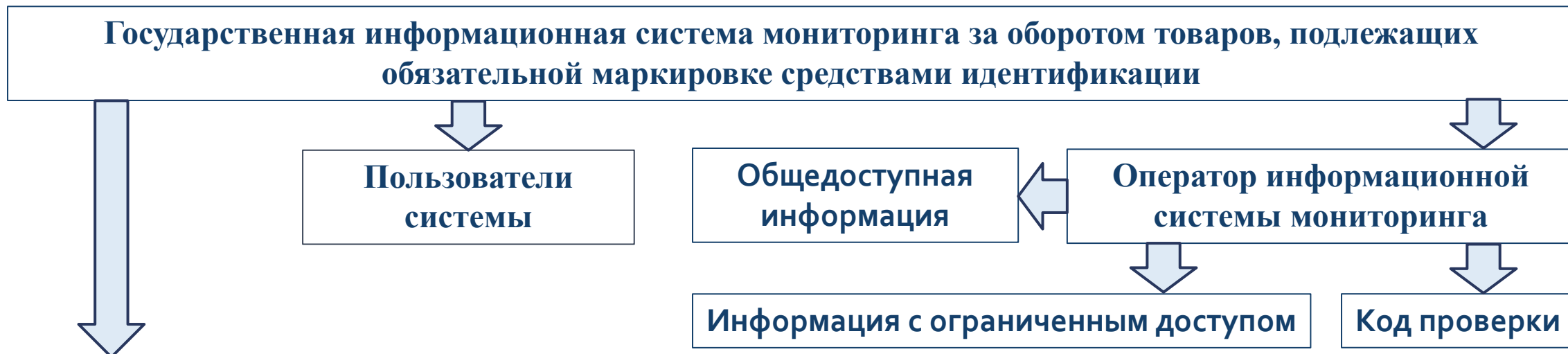
Статья 20. Информационное обеспечение в области ТД

Обязательному размещению и не реже чем один раз в квартал обновлению на официальном сайте федерального органа исполнительной власти подлежит:

- 1) информация о решениях, принятых в сфере внутренней торговли, в области ТД;
- 2) информация об издании нормативных правовых актов, регулирующих отношения в области ТД;
- 3) информация о среднем уровне цен на отдельные виды товаров;
- 4) иная информация, определенная федеральным органом исполнительной власти



Статья 20.1. Государственная информационная система мониторинга за оборотом товаров, подлежащих обязательной маркировке средствами идентификации



Информация:

- 1) сведения об участниках оборота товаров, подлежащих обязательной маркировке
- 2) сведения о товарах, подлежащих обязательной маркировке
- 3) сведения о средствах идентификации, нанесенных на товары, подлежащие обязательной маркировке
- 4) сведения о технических средствах, используемых участниками оборота товаров, подлежащих обязательной маркировке
- 5) сведения о нарушениях требований об обязательной маркировке товаров, выявленных потребителями этих товаров

Спасибо за внимание!

Дискриминационные условия - условия доступа на товарный рынок, условия производства, обмена, потребления, приобретения, продажи, иной передачи товара, при которых хозяйствующий субъект или несколько хозяйствующих субъектов поставлены в неравное положение по сравнению с другим хозяйствующим субъектом или другими хозяйствующими субъектами (ФЗ «О защите конкуренции»)

- 1) условия о запрете на заключение договоров поставки продовольственных товаров с другими
- 2) условия об ответственности за неисполнение обязательства поставщика о поставках продовольственных товаров на более выгодных условиях, чем для других
- 3) условия о предоставлении хозяйствующим субъектом контрагенту сведений о заключаемых данным хозяйствующим субъектом договорах с другими
- 4) условия о снижении поставщиком продовольственных товаров, их цены до уровня, который при условии установления торговой надбавки (наценки) к их цене не превысит минимальную цену таких товаров при их продаже
- 5) условия о возврате поставщику продовольственных товаров, срок годности которых свыше 30 дней, за исключением случаев, если возврат товаров допускается/предусмотрен законодательством РФ

- 1) Не создается возможность для отдельных лиц устранить конкуренцию на товарном рынке
- 2) Не налагаются ограничения на их участников и третьих лиц
- 3) В случае совершенствования производства, стимулирования прогресса, повышения конкурентоспособности российских товаров
- 4) При получении покупателями преимуществ, соразмерных выгодам, полученным хозяйствующим субъектом в результате действий, сделок и т.д. (ФЗ «О защите конкуренции»)