

УДК 347

*М. Д. Сорокин,  
курсант факультета милиции  
Могилевского института МВД  
Научный руководитель: Н. А. Шелегова,  
доцент кафедры административной деятельности  
факультета милиции  
Могилевского института МВД,  
кандидат технических наук, доцент*

## **ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ**

В Республике Беларусь государственный оборот и торговля алкогольной продукцией регламентируются со стороны государства.

Основным правовым инструментом регулирования оборота и торговли алкогольной продукцией является Закон Республики Беларусь «О государственном регулировании производства и оборота алкогольной, непивцевой спиртосодержащей продукции и непивцевого этилового спирта» [1].

Научная проблематика исследования состоит в необходимости тщательного изучения средств государственного регулирования оборота алкогольной продукции и торговли ею. Это регулирование относится к производству водки и торговле, кроме того, существует ряд нормативно-правовых актов, регулирующих производство алкогольной продукции, оптовую и розничную торговлю в отдельных аспектах.

Государственное регулирование производства, оборота и рекламы алкогольной, непивцевой спиртосодержащей продукции и этилового спирта — это система мер, посредством которой обеспечивается контроль за производством, оборотом и рекламой этой продукции и спирта на территории Республики Беларусь со стороны государственных органов.

Комплекс мер государственного регулирования производства, оборота и рекламы алкогольной, непивцевой спиртосодержащей продукции и этилового спирта представляет собой лицензирование деятельности, регулирование цен, ограничение производства, республиканскую гигиеническую регистрацию и сертификацию в обязательном порядке, назначение квот на экспорт и импорт, жесткие нормативы показателей качества и безопасности, установление акцизного сбора и декларирование промышленного выпуска.

Торговля алкогольной продукцией розничными организациями запрещена в случаях использования торговых автоматов и других электронных

устройств; в автомагазинах, не входящих в систему потребкооперации; без акцизных марок установленного образца; с нарушением требований к потребительской маркировке и упаковке; без документов, подтверждающих соответствие качества и безопасности алкогольных напитков установленным требованиям.

Кроме этого, законодательством предусмотрен ряд ограничений и на рекламу алкогольной продукции. Так, запрет наложен на размещение рекламной информации алкогольных напитков в средствах массовой информации, на территории организаций образования, здравоохранения, культуры, спорта, на средствах транспорта. Существуют ограничения и по содержанию рекламной информации. Так, реклама алкогольных напитков не может содержать информацию об их физических, химических и иных потребительских качествах, наглядное представление (изображение) алкогольных напитков и их потребительской тары, запрещено использовать в рекламе алкоголя образы, лозунги или высказывания, свидетельствующие о том, что потребление алкогольных напитков приводит к успеху и улучшает состояние человека.

Рекламные мероприятия (конкурсы, лотереи, игры, промоакции) с целью продвижения на рынок или стимулирования продаж алкогольной продукции могут быть организованы только в торговых объектах и (или) объектах общественного питания.

Не менее значимым инструментом для регламентирования производства, оборота и рекламы алкогольной продукции со стороны государства является декрет Президента Республики Беларусь «О некоторых вопросах государственного регулирования производства, оборота и рекламы пива, алкогольной продукции и табачных изделий». Данный законодательный акт также регулирует круг аспектов организации торговли алкогольной продукцией [2].

Следует отметить, что система мер по государственной монополии производства и оборота алкогольной продукции распространяется на юридических лиц и индивидуальных предпринимателей всех форм собственности и ведомственной подчиненности.

В свою очередь, алкоголь, непивная спиртосодержащая продукция и этиловый спирт, собственники которых неизвестны и не установлены в течение месяца после ареста, обращаются в государственную собственность в судебном порядке.

Таким образом, рассмотрение научной проблемы исследования, позволяет сделать заключение о том, что сбыт алкогольной продукции имеет четко очерченную законодательством специфику, которую необходимо учитывать для успешной работы.

## Список основных источников

1. О государственном регулировании производства и оборота алкогольной, пищевой спиртосодержащей продукции и пищевой этилового спирта [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 27 авг. 2008 г., № 429-З // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. [Вернуться к статье](#)

2. О некоторых вопросах государственного регулирования производства, оборота и рекламы пива, алкогольной продукции и табачных изделий [Электронный ресурс] : Декрет Президента Респ. Беларусь, 29 февр. 2008 г., № 3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018. [Вернуться к статье](#)