



**МІНІСТЕРСТВО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ТОРГІВЛІ
ТА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ
(Мінекономіки)**

вул. М. Грушевського 12/2, м. Київ, 01008 тел. (044)200-47-53, факс (044)253-63-71
E-mail: meconomy@me.gov.ua, <http://www.me.gov.ua>, код ЄДРПОУ 37508596

На № _____ від _____

**Державна регуляторна служба
України**

*Щодо погодження проєкту Закону України
«Про захист прав споживачів» (у новій редакції)*

Мінекономіки надсилає на погодження проєкт Закону України «Про захист прав споживачів» (у новій редакції), розроблений на виконання пункту 5 плану заходів з реалізації Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів на період до 2020 року, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 27.12.2017 № 983-р, та просить розглянути його **в десятиденний термін**.

- Додатки:
1. Проєкт Закону України «Про захист прав споживачів» (у новій редакції) на 57 арк. в 1 прим.
 2. Пояснювальна записка на 7 арк. в 1 прим.
 3. Аналіз регуляторного впливу (М-Тест) на 33 арк. в 1 прим.
 4. Інформація про оприлюднення на 1 арк. в 1 прим.

Міністр

Ігор ПЕТРАШКО

Шпірко 596-68-52



ДОКУМЕНТ СЕД Мінекономіки АСКОД

Сертифікат 58E2D9E7F900307B040000007CF72E0074EE8200

Підписувач Петрашко Ігор Ростиславович

Дійсний з 30.03.2020 0:00 по 30.03.2022 0:00

Мінекономіки



3631-06/73638-03 від 11.12.202
16:00:38

АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ

до проєкту Закону України «Про захист прав споживачів» (у новій редакції) (далі – проєкт Закону)

I. Визначення проблеми

В Україні, в одній із перших країн пострадянського простору, було прийнято Закон України «Про захист прав споживачів» (№ 1023-XII) (далі – Закон). Проте створена у 1991 році система захисту прав споживачів (далі – система ЗПС) зазнала певних деструктивних змін, що призвело до її суттєвої невідповідності системі ЗПС країн Європейського Союзу(далі – ЄС) та невідповідності кращим європейським практикам. Наміри синхронізувати національну систему ЗПС з системою ЗПС ЄС без зміни Закону носили не системний, а ситуативний характер.

На сьогодні можна виділити декілька сфер, прогалини в регулюванні яких призводять до численних випадків порушення прав споживачів, а споживач при цьому опиняється фактично сам на сам з проблемами порушеного права.

Так, неврегульовані питання захисту споживчих прав у сфері електронної торгівлі, відсутні дієві механізми захисту від нечесної торговельної діяльності, неефективний захист прав споживачів при гарантійному обслуговуванні продукції тощо.

За результатами аналізу звернень споживачів про порушення їх прав виявлено наступне:

при купівлі продукції в інтернет-магазинах споживачам надається не достовірна інформація про продукцію, її споживчі властивості, ціну, умови доставки, порушується право споживача на розірвання договору, відмову від продукції та повернення коштів;

зустрічаються випадки відсутності відомостей про суб'єкта господарювання, достатні для його ідентифікації, що унеможлиблює здійснення заходів державного нагляду (контролю) Держпродспожислужбою, у разі порушення суб'єктом господарювання законодавства про захист прав споживачів.

В діючому Законі існують норми, які взагалі не працюють, або є занадто обтяжливими для бізнесу.

Так, наприклад, необхідність створення суб'єктами господарювання обмінного фонду товарів, які надаються на письмову вимогу споживача на час ремонту товару неналежної якості призводить до значних фінансових витрат бізнесу на утримання товарів та приміщення для такого фонду. Зокрема, реальний обсяг звернень до суб'єктів господарювання, які займаються виробництвом та продажами дрібної та великої побутової техніки (кухонні машини, кавоварки, пілососи холодильники, пральні машини, кухонна техніка, тощо) становить від 1 % до 15% . Орієнтовні витрати на забезпечення вимог щодо наявності обмінного фонду складають від 100 до 300 тис. грн. на рік.



ДОКУМЕНТ СЕД Мінекономіки АСКОД

Сертифікат 58E2D9E7F900307B040000007C7F72E0074EE8200

Підписувач Петрашко Ігор Ростиславович

Дійсний з 30.03.2020 0:00 по 30.03.2022 0:00

Мінекономіки



3631-06/73638-03 від 11.12.2020
16:00:38

Також, виникають додаткові витрати на доставку товарів, на адміністрування процедур, а також на вирішення питань, пов'язаних із поверненням назад товарів із обмінного фонду, оскільки споживачі в більшості випадків не бажають повертати товар, особливо якщо модель, яку вони отримали краща за ту, яку вони передали в ремонт, а також на ремонт полуманих споживачами моделей із обмінного фонду.

Також, Законом передбачено, що суб'єкт господарювання за кожний день затримки надання споживачеві товару аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) та за кожний день затримки усунення недоліків (понад чотирнадцять днів) має виплатити неустойку відповідно в розмірі одного відсотка вартості товару.

Водночас, споживач може довгий час чекати на відремонтований товар (наприклад, відсутні запчастини для ремонту товару), що позбавляє споживача права користуватися товаром, який він свідомо вибирав, купував та за який сплачував кошти.

Тому, виникає необхідність встановити законодавчу норму щодо заміни товару на такий самий або аналогічний, наявний у суб'єкта господарювання у разі, якщо ремонт потребує більше чотирнадцяти календарних днів, або є неможливим.

У такому разі зникає потреба в наявності обмінного фонду, а у разі його створення, суб'єкт господарювання матиме конкурентну перевагу.

Крім того, з 2014 року дія Закону припинила розповсюджуватися на сферу харчової продукції, що позбавило споживачів харчової продукції захисту їх економічних прав у разі порушення, зокрема, умов договору доставки харчової продукції, позначення ціни, вільного вибору форм оплати тощо.

Практика Європейського Союзу у сфері захисту прав споживачів свідчить, що споживачі краще захищені, коли до процесу їх захисту залучено громадські об'єднання споживачів, які можуть провести консультації для споживачів та надати їм практичну допомогу.

Громадські об'єднання споживачів можуть проводити дослідження рівня якості та безпеки товарів, робіт і послуг на споживчому ринку, разом з тим, допомагаючи і бізнесу.

Проектом Закону закладається підґрунтя для участі громадських об'єднань споживачів в захисті прав споживачів та їх залучення до досудового вирішення споживчих спорів.

Підписавши Угоду про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами - членами, з іншої сторони, ратифіковану Верховною Радою України у вересні 2014 року (далі – Угода про асоціацію), Україна взяла на себе зобов'язання забезпечити високий рівень захисту прав споживачів та досягти сумісності між системами захисту прав споживачів України та ЄС.

Додатком XXXIX до Глави 20 Угоди про асоціацію визначено законодавчі акти Європейського Союзу (далі – ЄС), які необхідно

імплементувати в національне законодавство, зокрема, законодавчі акти ЄС спрямовані на врегулювання питань, пов'язаних з гарантіями для споживачів, досудовим захистом прав споживачів, заборонаю несправедливих торговельних практик, договорами із споживачами, електронною комерцією, позначенням цін тощо.

Тому, з метою створення сприятливого середовища для провадження господарської діяльності, розвитку малого і середнього підприємництва, залучення інвестицій, запобігання уникненню або спотворенню конкуренції на внутрішньому ринку, а також задля забезпечення балансу захисту інтересів громадян, суб'єктів господарювання та держави, Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України розроблено проєкт Закону України «Про захист прав споживачів» (у новій редакції).

Основні групи (підгрупи), на які проблема має вплив:

Групи (підгрупи)	Так	Ні
Громадяни	+	-
Держава	+	-
Суб'єкти господарювання,	+	-
у тому числі суб'єкти малого підприємництва	+	-

Врегулювання зазначених проблемних питань не може бути здійснено за допомогою:

ринкових механізмів, оскільки такі питання регулюються виключно нормативно-правовими актами;

діючих регуляторних актів, оскільки чинним законодавством порушені питання не врегульовані.

II. Цілі державного регулювання

Основними цілями державного регулювання є:

підвищення рівня превентивного захисту прав споживачів для недопущення та/або зменшення кількості порушень прав споживачів;

зменшити фінансове навантаження на бізнес, шляхом усунення обтяжливих регуляторних вимог;

усунення з ринку недобросовісних підприємців і нечесних підприємницьких практик;

підвищення рівня довіри громадян до державної системи захисту прав споживачів;

наближення рівня вітчизняних стандартів життя та споживання до визнаних в ЄС;

адаптація національного законодавства з питань захисту прав споживачів до законодавства ЄС відповідно до зобов'язань України, передбачених Угодою про асоціацію.

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення цілей

1. Визначення альтернативних способів.

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1 Залишення існуючого регулювання.	Така альтернатива досягнення цілей державного регулювання не дозволить вирішити проблеми, зазначені у розділі I Аналізу, а також не дозволить досягти цілей державного регулювання, спрямованих на: ✓ підвищення рівня превентивного захисту прав споживачів для недопущення та/або зменшення кількості порушень прав споживачів; ✓ усунення з ринку недобросовісних підприємців і нечесних підприємницьких практик; ✓ підвищення рівня довіри громадян до державної системи захисту прав споживачів; ✓ наближення рівня вітчизняних стандартів життя та споживання до визнаних в ЄС; ✓ адаптація національного законодавства з питань захисту прав споживачів до законодавства ЄС відповідно до зобов'язань України, передбачених Угодою про асоціацію.
Альтернатива 2 Внесення змін до Закону України «Про захист прав споживачів».	Альтернатива передбачає удосконалення положень Закону України «Про захист прав споживачів» шляхом внесення до нього змін з метою вирішення вказаних вище проблем, однак зважаючи на те, що такі зміни складатимуть більше 80%, це є недоцільним, тому є необхідність викладення Закону в новій редакції. Така Альтернатива не дозволить досягти сумісності між системами захисту прав споживачів України та ЄС.
Альтернатива 3 Розроблення нового Закону України «Про	Альтернатива передбачає розроблення нового закону у сфері захисту прав споживачів, який передбачає: скасування обов'язковості створення обмінного

захист прав споживачів», який, зокрема, передбачав би зменшення фінансового навантаження на великий, середній, малий та мікро-бізнес шляхом усунення обтяжливих регуляторних вимог.	фонду для суб'єктів господарювання, які здійснюють роздрібну торгівлю технічно складними побутовими товарами, а саме: телевізорами, мікрохвильовими печами, магнітолами кухонними машинами, магнітофонами, в'язальними машинами, радіоприймачами, пілососами, холодильниками, електропрасками, морозильниками, електроміксерами, пральними машинами, електросоковижималками, апаратами телефонними, у тому числі мобільного зв'язку, персональними комп'ютерами та комплектуючими частинами до них, апаратурою для відеозапису та відтворення зображення і звуку, електрочайниками, електрофенами та електрокавоварками. Однак, передбачається можливість створення обмінних фондів на добровільній основі (як конкурентна перевага); посилення інструментів захисту прав споживачів під час електронної торгівлі, зокрема, обмеження доступу до сайтів, на яких відсутня інформація про продавця. У разі неможливості ідентифікувати суб'єкта господарювання, що порушує права споживачів при здійсненні електронної торгівлі, Держпродспоживслужба матиме законні підстави звернення до провайдера послуг з вимогою обмеження доступу до веб-сайту або блокування доменного імені; посилення інструментів захисту прав споживачів шляхом розширення переліку нечесних комерційних практик в порівнянні з діючим Законом України «Про захист прав споживачів»; визначення прав споживачів у разі придбання товарів з цифровим вмістом; встановлення можливості захисту прав споживачів органами позасудового вирішення спорів, зокрема шляхом медіації; приведення гарантійного строку на товари у відповідність до європейського законодавства, а саме, гарантійний строк на товар повинен становити не менше двох років з моменту передачі товару
---	--

	споживачу, а гарантійний строк для вживаного товару (товару, що був у використанні) повинен становити не менше одного року; запровадження комерційної гарантії, як конкурентної переваги для суб'єктів господарювання (гарантія, що надається додатково до основної); приведення у відповідність до європейських вимог захисту прав споживачів, у разі придбання товару з недоліком. А саме: проектом Закону пропонується встановити, що за рахунок суб'єкта господарювання буде здійснюватися повернення відремонтованого або заміненого товару будь-якої ваги та розмірів, а також демонтаж товару з недоліком та повторне встановлення відремонтованого або заміненого товару. Реалізація права споживача на повернення не лише товару з недоліком, але також пов'язаних з ним товарів, які не можуть бути використані окремо без товару з недоліком; визначення прав споживачів в разі здійснення попередньої оплати за продукцію; інформування споживача суб'єктом господарювання про особливості продукції з цифровим вмістом, умови придбання та повернення товарів, можливість та порядок позасудового вирішення споживчих спорів (у тому числі шляхом медіації), у разі їх виникнення; визначення прав споживачів під час електронної торгівлі, а саме: забороняється надсилати споживачу будь які електронні повідомлення про продукцію без його попередньої згоди або без можливості відмовитися у подальшому від такого надсилання; відповідальність електронного торговельного майданчку (маркетплейсу) за відсутність інформації про продавця та продукцію, які розміщуються на його веб-сайті; перелік інформації, яка надається споживачу під час електронної торгівлі. Дана Альтернатива є найбільш прийнятною, оскільки дозволить: ✓ підвищити рівень превентивного захисту прав споживачів та зменшити кількість порушень таких прав; ✓ зменшити навантаження на великий, середній,
--	--

	малий та мікро-бізнес шляхом усунення обтяжливих регуляторних вимог; ✓ сприяти чесній конкуренції шляхом усунення нечесних підприємницьких практик; ✓ підвищити рівень довіри громадян до державної системи захисту прав споживачів; ✓ наблизити рівень вітчизняних стандартів життя та споживання до визнаних в ЄС; ✓ адаптувати національне законодавство з питань захисту прав споживачів до законодавства ЄС відповідно до зобов'язань України, передбачених Угодою про асоціацію.
Альтернатива 4 Внесення змін до Закону України «Про електронну комерцію».	Альтернатива передбачає внесення змін до Закону України «Про електронну комерцію», в частині підвищення рівня захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі. Така Альтернатива не дозволить комплексно вирішити проблеми, які наразі існують у сфері захисту прав споживачів.

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів держави

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні.	Витрати, пов'язані з відновленням порушених прав споживачів.
Альтернатива 2	Розширення прав споживачів; підвищення захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі: обмеження доступу до сайтів, на яких відсутня інформація про продавця; зменшення навантаження на бізнес: скасування обов'язковості створення та	Додаткових витрат не прогнозується.

	ведення обмінного фонду товарів.	
Альтернатива 3	Більш чітке законодавче регулювання сфери захисту прав споживачів; розширення прав споживачів; підвищення захисту прав споживачів у сфері електронної торгівлі: обмеження доступу до сайтів, на яких відсутня інформація про продавця; зменшення навантаження на бізнес: скасування обов'язковості створення та ведення обмінного фонду товарів.	Додаткових витрат не прогнозується.
Альтернатива 4	Посилення захисту прав споживачів під час електронної торгівлі.	Залишаються витрати, пов'язані з відновленням порушених прав споживачів.

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян:

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні.	Витрати, пов'язані з відновленням порушених прав споживачів.
Альтернатива 2	Більш чітке законодавче регулювання сфери захисту прав споживачів; розширення прав споживачів; посилення захисту прав споживачів шляхом позасудового вирішення спорів; посилення інструментів захисту прав споживачів під	Не прогножуються

	час електронної торгівлі: обмеження доступу до сайтів, на яких відсутня інформація про продавця; придбання товарів належної якості в інтернет-магазинах та можливість їх повернення та повернення коштів, сплачених за товар, у визначений законодавством строк.	
Альтернатива 3	Більш чітке законодавче регулювання сфери захисту прав споживачів; Розширення прав споживачів; Посилення інструментів захисту прав споживачів: встановлені механізми позасудового вирішення спорів; Посилення інструментів захисту прав споживачів під час електронної торгівлі: обмеження доступу до сайтів, на яких відсутня інформація про продавця; Придбання товарів належної якості в інтернет-магазинах та можливість їх повернення та повернення коштів, сплачених за товар, у визначений законодавством строк.	Не прогнозуються
Альтернатива 4	Посилення інструментів захисту прав споживачів під час електронної торгівлі; придбання товарів належної якості в інтернет-магазинах та можливість їх повернення та повернення коштів, сплачених за товар, у визначений законодавством строк.	Залишаються витрати на відновлення порушених прав.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання:

Показник	Великі підприємства	Середні підприємства	Малі підприємства	з них	Разом
				мікро-підприємства	
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць ¹ <i>станом на 01.01.2019</i>	446	17221	1749077	1439059	1766744
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків	0,25	0,89	99,0	96,8	100
Оцінка впливу на сферу інтересів окремих груп суб'єктів господарювання, які згідно з чинними вимогами Закону України «Про захист прав споживачів» зобов'язані створювати (мати) обмінний фонд товарів².					
47.54 Роздрібна торгівля побутовими електротоварами в спеціалізованих магазинах	--	--	28552	28552	28552
47.43 Роздрібна торгівля в спеціалізованих магазинах електронною апаратурою побутового призначення для	--	--	14570	14570	14570

¹ За даними Держкомстату (<http://www.ukrstat.gov.ua/>)

² Дані ДПС України

приймання, записування, відтворювання звуку й зображення					
46.43 Оптова торгівля побутовими електротоварами й електронною апаратурою побутового призначення для приймання, записування, відтворювання звуку й зображення	--	--	6687	6687	6687
Оцінка впливу на суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність з роздрібною торгівлі через поштове замовлення або через мережу інтернет³.					
47.91 Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет	--	--	135363	135363	135363
Питома вага групи у загальній кількості, відсотків			100	100	100%

* За даними Держкомстату (<http://www.ukrstat.gov.ua/>)

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні.	Витрати, пов'язані з відновленням порушених прав споживачів.
Альтернатива 2	Зменшення навантаження на бізнес (скасування обов'язковості створення та ведення обмінного	Прогнозуються витрати на ознайомлення з новими вимогами регулювання.

³ Дані ДПС України

	фонду товарів) в середньому економія для одного суб'єкта господарювання складатиме 200 тис. грн в рік. Для всіх прогнозується економія близько 10 млрд. грн. в рік. (49809с/гХ200 тис.грн). Більш чітке законодавче регулювання сфери захисту прав споживачів; рівні умови ведення бізнесу у сфері електронної торгівлі та чесної конкуренції.	
Альтернатива 3	Зменшення навантаження на бізнес (скасування обов'язковості створення та ведення обмінного фонду товарів) в середньому економія для одного суб'єкта господарювання складатиме 200 тис. грн в рік. Для всіх прогнозується економія близько 10 млрд. грн. в рік. (49809с/гХ200 тис.грн). Більш чітке законодавче регулювання сфери захисту прав споживачів; рівні умови щодо здійснення діяльності у сфері електронної торгівлі та чесна конкуренція.	Прогнозуються витрати на ознайомлення з новими вимогами регулювання для суб'єктів господарювання малого та мікро-підприємництва. <i>Дивись М-тест.</i> Для суб'єктів великого та середнього підприємництва прогнозуються витрати на ознайомлення з новими вимогами регулювання та на організацію їх впровадження. <i>Дивись таблицю витрат на одного суб'єкта господарювання великого та середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта.</i>
Альтернатива 4	Рівні умови щодо здійснення діяльності у сфері електронної торгівлі та чесна конкуренція.	Прогнозуються витрати на ознайомлення з новими вимогами регулювання. Близько 8 млн. грн. (135363с/гХ58,4грн)

ВИТРАТИ

на одного суб'єкта господарювання великого та середнього підприємництва, які виникають внаслідок дії регуляторного акта*

№ п/п	Витрати	За перший рік	За п'ять років
1	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання	2 год. (час, який витрачається с/г на пошук нормативно-правового акта в мережі Інтернет та ознайомлення з ним; за результатами консультацій) x 29,2 грн. = 58,4 грн.	58,4 грн. (припущено, що суб'єкт повинен виконувати вимоги регулювання лише в перший рік; за результатами консультацій)
2	Процедури організації виконання вимог регулювання. Прийняття управлінських рішень, пов'язаних з необхідністю впровадження нових вимог регулювання	40 год. (час, який витрачається с/г на прийняття управлінських рішень, пов'язаних з необхідністю впровадження нових вимог регулювання; за результатами консультацій) x 29,2 грн. = 1168 грн.	
3	РАЗОМ (сума рядків: 1+2), гривень	1226,4 грн.	1226,4 грн.
4	Кількість суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на яких буде поширено регулювання, одиниць	17667	X
5	Сумарні витрати суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва на	21 666 809 грн.	X

	виконання регулювання (вартість регулювання) (рядок 3 x рядок 4), гривень		
--	---	--	--

* У розрахунку вартості 1 години роботи використано вартість 1 години роботи, яка відповідно до Закону України «Про Державний бюджет України на 2020 рік», з 1 вересня 2020 року становить – **29.2 грн.**

ТЕСТ 1 малого підприємництва (М-Тест)

1. Консультації з представниками мікро – та малого підприємництва щодо оцінки впливу регулювання.

Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання для суб'єктів малого підприємництва та визначення переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником 01.09.2020 – 15.10.2020 р.р.

Порядковий номер	Вид консультацій	Кількість учасників консультацій	Основні результати консультацій
1	Телефонні розмови із суб'єктами господарювання	10	Отримано інформацію щодо переліку процедур, які необхідно виконати у зв'язку із прийняттям нової редакції Закону України «Про захист прав споживачів»: ознайомитися з новими вимогами регулювання – 2 год.

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єктів малого підприємництва

Кількість суб'єктів малого (мікро) підприємництва, на яких поширюється регулювання – 1749077.

Питома вага суб'єктів малого (мікро) підприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив - 99%.

3. Розрахунок витрат суб'єкта малого підприємництва на виконання вимог регулювання.

У розрахунку вартості 1 години роботи використано вартість 1 години роботи, яка відповідно до Закону України «Про Державний бюджет України на 2020 рік», з 1 вересня 2020 року становить – 29,2 грн.

Первинна інформація про вимоги регулювання може бути отримана за результатами пошуку проекту Закону України «Про захист прав споживачів» на офіційному веб-порталі Верховної Ради України.

Інформація про розмір часу, який витрачається суб'єктами на отримання зазначеної інформації є оціночною.

№ з/п	Найменування оцінки	У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання)	Періодичні (за наступний рік)	Витрати за п'ять років
Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання				
1.	Придбання необхідного обладнання (пристроїв, машин, механізмів)	-	-	-
2.	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування	-	-	-
3.	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати - витратні матеріали)	-	-	-
4.	Процедури обслуговування обладнання (технічне обслуговування)	-	-	-
5.	Інші процедури:	-	-	-
6.	Разом, гривень <i>Формула:</i> <i>(сума рядків 1 + 2 + 3 + 4 + 5)</i>	-	-	-
7.	Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць.	1749077	X	X
8.	Сумарно, гривень <i>Формула:</i> <i>відповідний стовпчик "разом"</i> <i>X кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання</i> <i>(рядок 6 X рядок 7)</i>	-	-	-
Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо				

виконання регулювання				
9.	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання <i>Формула: витрати часу на отримання інформації про регулювання X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) X оціночна кількість форм</i>	2 год. (час, який витрачається с/г на пошук нормативно-правового акта в мережі Інтернет та ознайомлення з ним; за результатами консультацій) X 29,2 грн. = 58,4 грн.	0,00 (припущено, що суб'єкт повинен виконувати вимоги регулювання лише в перший рік)	58,4 (припущено, що суб'єкт повинен виконувати вимоги регулювання лише в перший рік)
10.	Процедури організації виконання вимог регулювання <i>Формула: витрати часу на розроблення та впровадження внутрішніх для суб'єкта малого підприємництва процедур на впровадження вимог регулювання X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) X оціночна кількість внутрішніх процедур</i>	0,00	0,00	0,00
11.	Процедури офіційного звітування.	0,00	0,00	0,00
12.	Процедури щодо забезпечення процесу перевірок	0,00	0,00	0,00
13.	Інші процедури:			
14.	Разом, гривень	58,4 грн.	X	X
15.	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що	1749077	X	X

	повинні виконати вимоги регулювання, одиниць.			
16.	Сумарно, гривень	102 146 096	X	X

Не передбачається розроблення коригуючих засобів.

БЮДЖЕТНІ ВИТРАТИ на адміністрування регулювання для суб'єктів великого і середнього підприємництва

Розрахунок витрат на адміністрування регулювання здійснюється відносно одного типового органу державного нагляду(контролю), що залучений до процесу регулювання – Держпродспоживслужби.

Процедура регулювання суб'єктів великого і середнього підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання)	Планові витрати часу на процедуру	Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії* (заробітна плата)	Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта	Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання	Витрати на адміністрування регулювання (за рік), гривень
1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання	1 година	29,2 грн.	1	16 922 одиниць	494122 грн.
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання	160 годин	4672 грн.	1 (планова, позапланова перевірка)	237 одиниць**	1 107264 грн.

*/ - Вартість однієї години робочого часу співробітника взято на підставі даних розміру мінімальної заробітної плати визначеної Законом України “Про державний бюджет на 2020 рік”, із розрахунку на одного штатного працівника – 29,2 гривень.

**/ - за даними Держпродспоживслужби у 2018 році було перевірено 1,4 відсотка від загальної кількості суб'єктів господарювання.

Сумарні витрати за альтернативами	Сума витрат, гривень
-----------------------------------	----------------------

Альтернатива 1.	
Витрати держави	1 601 386
Витрати с/г великого та середнього підприємництва	--
Витрати с/г малого підприємництва	10 млрд.грн
Альтернатива 2.	
Витрати держави	1 601 386 грн
Витрати с/г великого та середнього підприємництва	21 666 809 грн.
Витрати с/г малого підприємництва	102 146 096 грн.
Альтернатива 3.	
Витрати держави	--
Витрати с/г малого підприємництва	102 146 096 грн.
Витрати с/г великого та середнього підприємництва	21 666 809 грн.
Альтернатива 4.	
Витрати держави	--
Витрати с/г великого та середнього підприємництва	--
Витрати с/г малого підприємництва	8 млн. грн.

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення цілей

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Бал результативності (за чотирибальною системою оцінки)	Коментарі щодо присвоєння відповідного бала
Альтернатива 1	1 - цілі прийняття регуляторного акта не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати)	Збереження чинного регулювання не дає змоги досягнути цілей державного регулювання, визначених у розділі II Аналізу. Проблеми у сфері захисту прав споживачів існуватимуть і далі.
Альтернатива 2	3 - цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті майже повною мірою (усі важливі аспекти проблеми існувати не будуть);	Внесення змін до чинного Закону України «Про захист прав споживачів» є прийнятним способом, однак не доцільним зважаючи на те, що зміни до Закону складатимуть більше 80%.
Альтернатива 3	4 - цілі прийняття регуляторного акта можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше існувати не буде)	Дана Альтернатива є найбільш прийнятною, оскільки дозволить: ✓ підвищити рівень превентивного захисту прав споживачів та зменшити кількість порушень прав споживачів; ✓ зменшити навантаження на великий, середній, малий та мікро-бізнес шляхом усунення обтяжливих регуляторних вимог; ✓ усунути з ринку нечесні підприємницькі практики; ✓ підвищити рівень довіри громадян до державної системи захисту прав споживачів; ✓ наблизити рівень вітчизняних стандартів життя та споживання до

		визнаних в ЄС; ✓ адаптувати національне законодавство з питань захисту прав споживачів до законодавства ЄС відповідно до зобов'язань України, передбачених Угодою про асоціацію.
Альтернатива 4	2 - цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті частково (проблема значно зменшиться, деякі важливі та критичні аспекти проблеми залишаються невирішеними);	Така Альтернатива не дозволить комплексно вирішити проблеми, які наразі існують у сфері захисту прав споживачів.

Рейтинг результативності	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1	Для держави: Відсутні Для громадян: Відсутні. Для суб'єктів господарювання: Відсутні	Для держави: Витрати, пов'язані з відновленням порушених прав споживачів. Для громадян: Витрати, пов'язані з відновленням порушених прав споживачів. Для суб'єктів господарювання: Витрати, пов'язані з відновленням порушених прав споживачів.	Така альтернатива досягнення цілей державного регулювання не дозволить вирішити проблеми, зазначені у розділі I Аналізу, а також досягти цілей державного регулювання .

Альтернатива 2	Для держави: Розширення прав споживачів; посилення інструментів захисту прав споживачів; посилення захисту прав споживачів шляхом позасудового вирішення спорів; посилення інструментів захисту прав споживачів під час електронної торгівлі; обмеження доступу до сайтів, на яких відсутня інформація про продавця; зменшення навантаження на бізнес: скасування обов'язковості створення та ведення обмінного фонду товарів. Для громадян: Більш чітке законодавче регулювання сфери захисту прав споживачів; розширення прав споживачів, зокрема, у разі придбання товарів	Для держави: Додаткових витрат не прогнозується. Для громадян: Не прогнозуються Для суб'єктів господарювання: Прогнозуються витрати на ознайомлення з новими вимогами регулювання.	Дана альтернатива забезпечує досягнення цілей державного регулювання однак є сумнівною щодо можливості адаптувати національне законодавство з питань захисту прав споживачів до законодавства ЄС відповідно до зобов'язань України, передбачених Угодою про асоціацію.
----------------	---	--	---

	з цифровим вмістом; посилення захисту прав споживачів шляхом позасудового вирішення спорів; посилення інструментів захисту прав споживачів під час електронної торгівлі; обмеження доступу до сайтів, на яких відсутня інформація про продавця; придбання товарів належної якості в інтернет-магазинах та можливість їх повернення та повернення коштів, сплачених за товар, у визначений законодавством строк. Для суб'єктів господарювання: Зменшення навантаження на бізнес (скасування обов'язковості створення та ведення обмінного фонду		
--	--	--	--

	товарів) в середньому економія для одного суб'єкта господарювання складатиме 200 тис. грн в рік. Для всіх прогнозується економія близько 10 млрд. грн. в рік. (49809с/гХ200 тис.грн). тис.грн). Більш чітке законодавче регулювання сфери захисту прав споживачів; рівні умови щодо здійснення діяльності у сфері електронної торгівлі та чесна конкуренція.		
Альтернатива 3	Для держави: Більш чітке законодавче регулювання сфери захисту прав споживачів; розширення прав споживачів; посилення захисту прав споживачів шляхом позасудового вирішення спорів; посилення інструментів	Для держави: Додаткових витрат не прогнозується. Для громадян: Не прогнозуються Для суб'єктів господарювання: Прогнозуються витрати на ознайомлення з новими вимогами регулювання для суб'єктів господарювання малого та мікро-підприємництва.	Дана альтернатива забезпечує в повній мірі досягнення цілей державного регулювання.

	захисту прав споживачів під час електронної торгівлі: обмеження доступу до сайтів, на яких відсутня інформація про продавця; зменшення навантаження на бізнес: скасування обов'язковості створення та ведення обмінного фонду товарів. Для громадян: Більш чітке законодавче регулювання сфери захисту прав споживачів; розширення прав споживачів; посилення захисту прав споживачів шляхом позасудового вирішення спорів; посилення інструментів захисту прав споживачів під час електронної торгівлі: обмеження доступу до сайтів, на яких відсутня інформація про продавця;	Для суб'єктів великого та середнього підприємництва прогнозуються витрати на ознайомлення з новими вимогами регулювання та на організацію їх впровадження.	
--	---	---	--

	придбання товарів належної якості в інтернет-магазинах та можливість їх повернення та повернення коштів, сплачених за товар, у визначений законодавством строк. Для суб'єктів господарювання: Зменшення навантаження на бізнес (скасування обов'язковості створення та ведення обмінного фонду товарів) в середньому економія для одного суб'єкта господарювання складатиме 200 тис. грн в рік. Для всіх прогнозується економія близько 10 млрд. грн. в рік. (49809с/гХ200 тис.грн). Більш чітке законодавче регулювання сфери захисту прав споживачів; Рівні умови щодо здійснення діяльності у сфері		
--	---	--	--

	електронної торгівлі та чесна конкуренція.		
Альтернатива 4	Для держави: Посилення інструментів захисту прав споживачів під час електронної торгівлі. Для громадян: Посилення інструментів захисту прав споживачів під час електронної торгівлі; придбання товарів належної якості в інтернет-магазинах та можливість їх повернення та повернення коштів, сплачених за товар, у визначений законодавством строк. Для суб'єктів господарювання: Рівні умови щодо здійснення діяльності у сфері електронної торгівлі та чесна конкуренція.	Для держави: Залишаються витрати, пов'язані з відновленням порушених прав споживачів. Для громадян: Залишаються витрати на відновлення порушених прав. Для суб'єктів господарювання: Прогнозуються витрати на ознайомлення з новими вимогами регулювання. Близько 8 млн. грн. (135363с/гХ58,4грн)	Цілі державного регулювання можуть бути досягнуті частково. Проблема зменшиться, але деякі важливі та критичні аспекти проблеми залишаться невирішеними.

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 3.	Така альтернатива досягнення цілей державного регулювання є найбільш прийнятним та ефективним способом, оскільки дозволить: ✓ підвищити рівень превентивного захисту прав споживачів та зменшити кількість порушень прав споживачів; ✓ зменшити навантаження на великий, середній, малий та мікро-бізнес шляхом усунення обтяжливих регуляторних вимог; ✓ усунути з ринку нечесні підприємницькі практики; ✓ підвищити рівень довіри громадян до державної системи захисту прав споживачів; ✓ наблизити рівень вітчизняних стандартів життя та споживання до визнаних в ЄС; ✓ адаптувати національне законодавство з питань захисту прав споживачів до законодавства ЄС відповідно до зобов'язань України, передбачених Угодою про асоціацію. Дана альтернатива	Ризик впливу зовнішніх чинників на дію акта не прогнозується.

	забезпечуватиме економію для малого(мікро) підприємництва близько 10 млрд. грн. в рік.	
Альтернатива 2.	Цей альтернативний спосіб досягнення цілей може бути застосований, однак не є не достатньо ефективним.	Ризик впливу зовнішніх чинників на дію акта не прогнозується.
Альтернатива 4	Така Альтернатива не дозволить комплексно вирішити проблеми, які наразі існують у сфері захисту прав споживачів.	Ризик впливу зовнішніх чинників на дію акта не прогнозується.
Альтернатива 1	Збереження чинного регулювання не дає змоги досягнути цілей державного регулювання, визначених у розділі II Аналізу. Проблеми у сфері захисту прав споживачів існуватимуть і далі.	Ризик впливу зовнішніх чинників на дію акта не прогнозується.

V. Механізми та заходи, які забезпечать розв'язання визначеної проблеми

Механізмами, які забезпечать розв'язання проблеми, є:

Прийняття нової редакції Закону України «Про захист прав споживачів» у якій пропонується:

скасування обов'язковості ведення обмінного фонду для суб'єктів господарювання, які здійснюють роздрібну торгівлю технічно складними побутовими товарами, а саме: телевізорами, мікрохвильовими печами, магнітолами кухонними машинами, магнітофонами, в'язальними машинами, радіоприймачами, пилососами, холодильниками, електропрасками, морозильниками, електроміксерами, пральними машинами, електросоковижималками, апаратами телефонними, у тому числі мобільного зв'язку, персональними комп'ютерами та комплектуючими частинами до них, апаратурою для відеозапису та відтворення зображення і звуку, електрочайниками, електрофенами та електрокавоварками. Однак, передбачається створення обмінних фондів на добровільній основі (як конкурентна перевага);

посилення інструментів захисту прав споживачів під час електронної торгівлі, зокрема обмеження доступу до сайтів, на яких відсутня інформація про продавця. У разі неможливості ідентифікувати суб'єкта господарювання, що порушує права споживачів при здійсненні електронної торгівлі, Держпродспоживслужба матиме законні підстави звернення до провайдера послуг з вимогою обмеження доступу до веб-сайту або блокування доменного імені;

посилення інструментів захисту прав споживачів шляхом розширення переліку нечесних комерційних практик в порівнянні з діючим Законом України «Про захист прав споживачів»;

розширення прав споживачів, зокрема, споживачів товарів з цифровим вмістом;

встановлення можливості захисту прав споживачів органами позасудового вирішення спорів, зокрема шляхом медіації;

приведення гарантійного строку на товари у відповідність до європейського законодавства, а саме, гарантійний строк на товар повинен становити не менше двох років з моменту передачі товару споживачу, а гарантійний строк для вживаного товару (товару, що був у використанні) повинен становити не менше одного року;

запровадження комерційної гарантії, як конкурентної переваги для суб'єктів господарювання (гарантія, що надається додатково до основної);

приведення у відповідність до європейських вимог захисту прав споживачів, у разі придбання товару з недоліком. А саме: проектом Закону пропонується встановити, що за рахунок суб'єкта господарювання буде здійснюватися повернення відремонтованого або заміненого товару будь-якої ваги та розмірів, а також демонтаж товару з недоліком та повторне встановлення відремонтованого або заміненого товару. Реалізація права споживача на повернення не лише товару з недоліком, але також пов'язаних з ним товарів, які не можуть бути використані окремо без товару з недоліком;

визначення прав споживачів в разі здійснення попередньої оплати за продукцію;

інформування споживача суб'єктом господарювання про особливості продукції з цифровим вмістом, умови придбання та повернення товарів, можливість та порядок позасудового вирішення споживчих спорів (у тому числі шляхом медіації), у разі їх виникнення;

визначення прав споживачів під час електронної торгівлі, а саме: забороняється надсилати споживачу будь які електронні повідомлення про продукцію без його попередньої згоди або без можливості відмовитися у подальшому від такого надсилання;

відповідальність електронного торговельного майданчку (маркетплейсу) за відсутність інформації про продавця та продукцію, які розміщуються на його веб-сайті;

перелік інформації, яка надається споживачу під час електронної торгівлі.

При цьому, розв'язання визначених в розділі I Аналізу регуляторного впливу проблем забезпечать такі заходи:

1. Організаційні заходи для впровадження регулювання:

Для впровадження цього регуляторного акта необхідно забезпечити інформування громадськості та суб'єктів господарювання про вимоги регуляторного акта шляхом його оприлюднення у засобах масової інформації та розміщенні на офіційному веб-порталі Верховної Ради України.

2. Заходи, які необхідно здійснити суб'єктам господарювання малого та мікро-підприємництва:

1) ознайомитися з вимогами регулювання (пошук та опрацювання регуляторного акта в мережі Інтернет).

3. Заходи, які необхідно здійснити суб'єктам господарювання великого та середнього підприємництва:

1) ознайомитися з вимогами регулювання (пошук та опрацювання регуляторного акта в мережі Інтернет);

2) організувати виконання вимог регулювання.

Ризику впливу зовнішніх факторів на дію регуляторного акта немає. Досягнення цілей не передбачає додаткових організаційних заходів. Можлива шкода у разі очікуваних наслідків дії акта не прогнозується.

VI. Оцінка виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи, які повинні проваджувати або виконувати ці вимоги

Реалізація регуляторного акта не потребуватиме додаткових бюджетних витрат і ресурсів на адміністрування регулювання органами виконавчої влади чи органами місцевого самоврядування.

Розрахунок бюджетних витрат на виконання вимог регуляторного акта здійснено в рамках даного аналізу.

Державне регулювання не передбачає утворення нового державного органу (або нового структурного підрозділу діючого органу).

Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання (Додаток 4 (Тест малого підприємництва) до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта), проведено в межах даного Аналізу.

Розрахунок витрат на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємництва (Додаток 2 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта), проведено в межах даного Аналізу.

VII. Обґрунтування запропонованого строку дії регуляторного акта

Строк дії цього регуляторного акта встановлюється на необмежений термін, оскільки він регулює відносини, які мають пролонгований характер. Зміна строку дії регуляторного акта можлива в разі зміни міжнародно-правових актів чи законодавчих актів України.

Термін набрання чинності регуляторним актом – цей Закон набиратиме чинність з 1 січня 2023 року, крім пункту 17 частини першої статті 31 та статей 39 і 40, які набиратимуть чинність та застосовуватимуться після прийняття відповідного законодавчого акта, що визначатиме порядок створення та умови функціонування органів позасудового вирішення спорів між споживачем та суб'єктом господарювання.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Прогнозними значеннями показників результативності регуляторного акта є:

1. Розмір надходжень до державного та місцевих бюджетів і державних цільових фондів, пов'язаних із дією акта – не прогножуються.
2. Кількість суб'єктів господарювання - не обмежується.
3. Розмір коштів і час, які витрачаються суб'єктами господарювання у зв'язку із виконанням вимог акта – низький.
4. Розмір коштів, які витратимуться суб'єктом господарювання у зв'язку із виконанням вимог акта:
 для одного суб'єкта господарювання великого та середнього підприємництва - 1226 грн.
 для одного суб'єкта господарювання малого та мікро підприємництва: 58,4 грн.
5. Кількість часу, який витратиметься суб'єктом господарювання у зв'язку із виконанням вимог акта:
 для одного суб'єкта господарювання великого та середнього підприємництва - 42 год.
 для одного суб'єкта господарювання малого та мікро підприємництва - 2 год.
6. Рівень поінформованості суб'єктів господарювання і фізичних осіб – високий. Проект акта та відповідний аналіз регуляторного впливу оприлюднено на офіційному веб-сайті Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України.

Додатковими показниками результативності запровадження регуляторного акта, виходячи з його цілей, слугуватимуть:

- Рівень довіри громадян до державної системи захисту прав споживачів;
- Рівень поінформованості споживачів про свої права;
- Кількість звернень споживачів до Держпродспоживслужби про порушення їх прав;
- Кількість звернень споживачів, які потребували проведення позапланового заходу державного нагляду (контролю) Держпродспоживслужбою;
- Кількість звернень споживачів про порушення їх прав у сфері електронної торгівлі;
- Кількість звернень споживачів на нечесні підприємницькі практики;
- Кількість вирішених спорів з питань захисту прав споживачів у позасудовому порядку;
- Кількість вирішених спорів з питань захисту прав споживачів у судовому порядку;
- Кількість задоволених вимог споживачів;
- Кількість незадоволених вимог споживачів;
- Кількість наданих роз'яснень з питань захисту прав споживачів;
- Кількість поданих до суду позовів щодо захисту прав споживачів, у тому числі щодо невизначеного кола споживачів.

IX. Визначення заходів, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності дії регуляторного акта

Відстеження результативності регуляторного акта здійснюватиметься шляхом проведення базового, повторного та періодичного відстежень статистичних показників результативності акта, визначених під час проведення аналізу впливу регуляторного акта.

Базове відстеження результативності цього регуляторного акта здійснюватиметься після набрання ним чинності, оскільки для цього використовуватимуться виключно статистичні показники.

Повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснюватиметься через рік з дня набрання чинності цим регуляторним актом, але не пізніше двох років після набрання ним чинності. За результатами даного відстеження відбудеться порівняння показників базового та повторного відстеження.

Періодичне відстеження результативності буде здійснюватися один раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта.

Вид даних, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності – статистичні.

У разі надходження пропозицій та зауважень щодо вирішення не врегульованих або проблемних питань буде розглядатись необхідність внесення відповідних змін.

Відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватися Міністерством розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України протягом усього терміну його дії.

**Міністр розвитку економіки, торгівлі
та сільського господарства України**

Ігор ПЕТРАШКО

“ ”

2020 р.

Д. ШМИГАЛЬ

“ ”

2020 р.

ЗАКОН УКРАЇНИ

Про захист прав споживачів

Цей Закон визначає права споживачів та механізми їх захисту, зокрема стосовно вимог до позначення ціни продажу; умов договорів, які можуть бути визнані несправедливими; захисту прав споживачів від нечесної комерційної практики; вимог щодо відповідності продукції договору, засобів правового захисту у разі відсутності такої відповідності, та умов застосування цих засобів захисту та комерційної гарантії.

Розділ I

ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Визначення термінів

1. У цьому Законі терміни вживаються в такому значенні:

1) аналогічні товари – товари, які мають максимально подібні споживчі властивості, зокрема функціональні, якісні та технічні;

2) безкоштовно – звільнення споживача від будь-яких витрат, які були понесені суб'єктом господарювання під час приведення товару у відповідність, зокрема вартості матеріалів, праці, перевезення, поштового надсилання;

3) виконавець – суб'єкт господарювання, який виконує роботи (надає послуги);

4) виробник – суб'єкт господарювання, який виробляє товар або заявляє про себе як про виробника товару чи про виготовлення такого товару на замовлення, розміщуючи на товарі та/або на упаковці чи супровідних документах, що передаються разом з товаром споживачеві, своє найменування (ім'я), торговельну марку або інший елемент, який ідентифікує такого суб'єкта господарювання; або імпортує товар;



ДОКУМЕНТ СЕД Мінекономіки АСКОД

Сертифікат 58E2D9E7F900307B040000007CF72E0074EE8200

Підписувач Петрашко Ігор Ростиславович

Дійсний з 30.03.2020 0:00 по 30.03.2022 0:00



3631-06/73638-03 від 11.12.20:
16:00:38

5) гарантійний строк – строк, протягом якого суб'єкт господарювання у разі виявлення недоліку продукції, який виник з його вини, бере на себе зобов'язання про здійснення безоплатного ремонту або заміни, зниження ціни відповідної продукції або розірвання договору, у порядку встановленому цим Законом;

6) діагностика – перевірка суб'єктом господарювання товару щодо його відповідності вимогам, які пред'являються до нього, зокрема нормативно-правових актів, умов договорів, інформації про товар, наданій суб'єктом господарювання;

7) довговічний носій інформації – пристрій, який дозволяє суб'єкту господарювання або споживачу зберігати адресовану особисто їм інформацію з метою використання його протягом періоду часу співмірного з цілями інформації та який дозволяє здійснювати відтворення інформації у незмінному вигляді;

8) довговічність товару – здатність товару підтримувати свої функціональні властивості та експлуатаційні якості за звичайних умов його використання споживачем;

9) договір – усний чи письмовий правочин між суб'єктом господарювання та споживачем щодо купівлі-продажу продукції, у якому міститься інформація про якість, терміни, ціну та інші умови, за яких придбавається або реалізується продукція. Підтвердження вчинення усного правочину оформляється квитанцією або товарним (касовим) чеком, квитком, талоном чи іншим розрахунковим документом, передбаченим Законом України “Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг”, або іншими документами
(далі – розрахунковий документ);

10) допоміжний договір – договір, за яким споживач отримує товар або роботу (послугу), пов'язані з виконанням основного договору, що постачаються, виконуються (надаються) суб'єктом господарювання або третьою стороною на підставі домовленості між ними з метою реалізації основного договору, укладеного поза торговельним або офісним приміщенням або дистанційного договору;

11) електронний сервіс порівняння продукції (прайс-агрегатор) – послуга, що надається суб'єктом господарювання за допомогою електронної системи, яка дозволяє споживачу порівнювати інформацію про продукцію, зокрема стосовно ціни, споживчих властивостей та інших характеристик з метою з'ясування відносної популярності певної продукції, що продається більше як двома зареєстрованими у такій електронній системі інтернет-магазинами, але яка не забезпечує здійснення її продажу;

12) електронний торговельний майданчик (маркетплейс) –

інформаційно-телекомунікаційна система (веб-сайт, частина веб-сайту, застосунок тощо), за допомогою якої суб'єкт господарювання надає споживачам можливість укласти дистанційні договори щодо придбання ними продукції інших суб'єктів господарювання, інформацію про яку розміщено на такому електронному торговельному майданчику;

13) засоби дистанційного зв'язку – безадресна друкована продукція, адресна друкована продукція, листи, реклама в засобах масової інформації, каталоги, телекомунікаційні мережі (телефони із втручанням людини, телефони без втручання людини, машини автоматичного дзвінку, аудіотекст, відеотелефони, факсимільні апарати), радіо, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет, електронна пошта тощо;

14) інтероперабельність – здатність товару з цифровим вмістом функціонувати з апаратним чи програмним забезпеченням відмінним від того, з яким зазвичай використовуються товари з цифровим вмістом одного типу;

15) кодекс поведінки – угода, або набір правил, встановлені суб'єктом господарювання або об'єднанням суб'єктів господарювання, що визначає поведінку суб'єктів господарювання, які беруть на себе обов'язок діяти відповідно до цього кодексу в одній або декількох сферах господарської чи професійної діяльності;

16) комерційна гарантія – будь-яке додаткове до передбаченого законодавством гарантійного зобов'язання, зокрема зобов'язання суб'єкта господарювання (гаранта) перед споживачем, яке полягає у відшкодуванні вартості, заміні, ремонті чи будь-якому гарантійному обслуговуванні продукції відповідно до умов, передбачених у комерційній гарантії;

17) комерційна практика – будь-яка діяльність, бездіяльність, спосіб поведінки або надання інформації про продукцію, включаючи її рекламування та просування на ринку, що безпосередньо пов'язано з постачанням та/або продажем продукції суб'єктом господарювання споживачу;

18) недолік – будь-яка невідповідність продукції вимогам нормативно-правових актів або умовам договорів, а також інформації про продукцію, наданій суб'єктом господарювання, або дефект в продукції у значенні, наведеному у Законі України “Про відповідальність за шкоду, завдану внаслідок дефекту в продукції”, що підтверджено результатами діагностики, здійсненої суб'єктом господарювання, або результатами іншої незалежної експертизи (дослідження) продукції;

19) незалежна експертиза (дослідження) продукції – експертиза продукції, яка проводиться акредитованими лабораторіями, незалежними експертами, яким надано право проводити експертизи згідно із

законодавством та оформлюється експертним висновком або іншим, встановленим законодавством, результатом дослідження;

20) послуга – діяльність виконавця з надання (передачі) споживачеві певного визначеного договором матеріального чи нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб;

21) продавець – суб'єкт господарювання, який згідно з договором реалізує споживачеві товари та/або пропонує їх до реалізації;

22) продукція – будь-який товар, робота (послуга), що виготовляється, виконується чи надається споживачеві, а також харчовий продукт;

23) професійна сумлінність – рівень професійності та старанності суб'єкта господарювання, який відповідає очікуванням споживача, і який співмірний з доброчесною комерційною практикою та/або загальними принципами доброчесності у сфері діяльності суб'єкта господарювання;

24) робота – діяльність виконавця, результатом якої є виготовлення товару або зміна його властивостей за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб;

25) розстрочка – здійснення споживачем оплати придбаної продукції безпосередньо суб'єкту господарювання частинами у строк та спосіб, узгоджений між суб'єктом господарювання та споживачем;

26) споживач – фізична особа, яка придбаває, замовляє, отримує, використовує, вживає або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника;

27) споживча освіта та/або просвіта – комплекс освітніх заходів та/або заходів просвіти, спрямованих на доведення до споживача знань, умінь та навичок, у тому числі у закладах освіти, з питань реалізації прав споживачів та механізмів їх захисту, а також доведення інформації про права споживачів та механізми їх захисту до відома суб'єктів господарювання;

28) споживчий спір – спір, який виник між споживачем та суб'єктом господарювання у процесі та в результаті виконання суб'єктом господарювання договірних зобов'язань;

29) споживчі властивості товару – це властивості щодо призначення, надійності, естетичності, ергономічності та безпеки товару, відповідності органолептичним показникам, які виявляються в процесі його споживання або використання споживачем для задоволення своїх потреб та вказують зокрема на функціональність та зручність використання товару, його ремонтпридатність та довговічність, визначають споживну вартість товару: його цінність, корисність для споживача;

30) строк придатності (служби) – строк (термін), визначений умовами договору, протягом (до настання) якого за відповідних умов зберігання та/або використання товару його споживчі властивості та показники безпеки відповідають вимогам нормативно-правових актів та умовам договору, а суб'єкт господарювання гарантує його безпеку та несе відповідальність за недоліки, що виникли з його вини;

31) суб'єкт господарювання – виробник, продавець, виконавець;

32) суб'єкт електронної торгівлі – суб'єкт господарювання, який здійснює продаж продукції через мережу Інтернет;

33) сумісність цифрового вмісту – здатність товару з цифровим вмістом функціонувати з апаратним чи програмним забезпеченням, з якими зазвичай використовуються товари з цифровим вмістом такого ж типу, без необхідності перетворення товарів, апаратних засобів або програмного забезпечення;

34) технічно складні побутові товари – непродуктові товари широкого вжитку (прилади, машини, устаткування та інші) у тому числі товар з цифровим вмістом, які складаються з вузлів, блоків, комплектуючих виробів товарів, відповідають вимогам законодавства, мають технічні характеристики, супроводжуються експлуатаційними документами і на які встановлено гарантійний строк;

35) товар – це нехарчова продукція, а саме:

будь-яке рухоме майно, за винятком предметів, продаж яких необхідний для дотримання закону або іншим чином обумовлений законодавством; вода, газ та електроенергія є товаром у тих випадках, коли вони пропонуються до продажу в обмеженому обсязі або в установленій кількості;

будь-яке рухоме майно, яке включає або взаємопов'язане з цифровим вмістом або цифровою послугою таким чином, що відсутність цифрового вмісту або цифрової послуги унеможлиблює використання товарів за призначенням (“товари з цифровими елементами”);

36) товари або харчові продукти, що продаються на вагу – товари або харчові продукти, що не були попередньо розфасовані та зважуються (вимірюються) споживачем або у його присутності;

37) торговельне приміщення означає:

будь-яке стаціонарне приміщення, в якому суб'єкт господарювання здійснює свою господарську діяльність на постійній основі;

будь-яке пересувне торговельне приміщення, в якому суб'єкт господарювання здійснює свою господарську діяльність (зокрема автомагазини, автокафе, лавки-автопричеми, спеціальне технологічне обладнання (низькотемпературні лотки-прилавки), лотки);

38) фальсифікована продукція – продукція, виготовлена з порушенням технології або з неправомірним використанням знаку для товарів та послуг, чи копіюванням форми, упаковки, зовнішнього оформлення, а також неправомірне відтворення товару іншої особи, що підтверджується відповідним висновком державного органу, незалежного експерта чи акредитованої лабораторії;

39) цифрова послуга – це:

послуга, що дозволяє споживачеві створювати, обробляти, зберігати або отримувати доступ до даних у цифровій формі;

послуга, яка дозволяє поширювати або будь-яким іншим чином використовувати дані в цифровій формі, що завантажені або створені споживачем або іншими користувачами цієї послуги;

40) цифровий вміст – це дані, які виробляються, відтворюються, зберігаються і надаються в цифровій формі;

41) ціна за одиницю продукції – кінцева ціна включаючи ПДВ та всі інші податки за один кілограм, один літр, один метр, один квадратний метр, один кубічний метр та іншу одиницю вимірювання продукції, установлену відповідно до законодавства про метрологію та метрологічну діяльність;

42) ціна продажу продукції – кінцева ціна за одиницю продукції чи задану кількість товару, включаючи ПДВ та всі інші податки.

2. Терміни “безпечний харчовий продукт”, “харчовий продукт”, “непридатний харчовий продукт”, “небезпечний харчовий продукт” вживаються у значенні, наведеному в Законі України “Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів”; терміни “електронна торгівля”, “електронне повідомлення”, “електронний договір”, “інтернет-магазин” вживаються у значеннях, наведених в Законі України “Про електронну комерцію”; терміни “введення в обіг”, “розповсюдження”, “ризик”, “технічний регламент” вживаються у значеннях, наведених в Законі України “Про технічні регламенти та оцінку відповідності”; терміни “розрахунковий документ” вживається у значенні, наведеному в Законі України “Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг”; термін “країна походження” вживається у значенні, наведеному в Митному кодексі України; термін “лікарські засоби” вживається у значенні, наведеному в Законі України “Про лікарські засоби”; терміни “вилучення з обігу”, “відкликання” вживаються у значеннях, наведених у Законі України “Про загальну безпеку нехарчової продукції”.

У цьому законі термін “день” означає календарний день.

Стаття 2. Сфера дії цього Закону

1. Цей Закон поширюється на відносини між споживачами та суб'єктами господарювання.

2. Законодавство про захист прав споживачів складається з цього Закону, Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України та інших нормативно-правових актів, що містять положення про захист прав споживачів.

3. Особливості захисту прав споживачів електронних комунікаційних послуг, житлово-комунальних послуг, фінансових послуг визначаються відповідними законами.

4. Дія цього Закону не поширюється на правовідносини щодо:

1) переходу права власності на об'єкти, вилучені з цивільного обороту або обмежені в цивільному обороті відповідно до законодавства;

2) правочину, який підлягає нотаріальному посвідченню та/або державній реєстрації відповідно до законодавства;

3) правочину, який стосується грального бізнесу, у тому числі парі, тоталізатори та інші азартні ігри, або проведення лотерей;

4) надання медичних та/або соціальних послуг;

5) надання адміністративних послуг;

6) постачання цифрового вмісту чи цифрової послуги, крім тих, що передаються споживачеві разом з товаром;

7) реалізації майна, на яке звернено стягнення.

Стаття 3. Принципи здійснення захисту прав споживачів

1. Захист прав споживачів здійснюється за принципами:

1) пріоритетності прав та інтересів споживачів перед будь-якими іншими інтересами і цілями суб'єктів господарювання;

2) відкритості, прозорості й системності формування та реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів;

3) незалежності та неупередженості органів державної влади, відповідальних за захист прав споживачів;

4) врахування інтересів споживачів під час формування державної політики у інших сферах;

5) прийняття рішення на користь споживача у разі, якщо норма закону чи іншого нормативно-правового акта, виданого на підставі закону, або якщо норми різних законів чи різних нормативно-правових актів допускають неоднозначне (множинне) тлумачення прав та обов'язків споживача або

суб'єкта господарювання, а також якщо договором між суб'єктом та споживачем передбачені нечіткі або двозначні положення;

6) доступності для споживача простих та ефективних способів відновлення його порушених прав;

7) захисту економічних інтересів споживачів від нечесної та такої, що вводять в оману, або агресивної комерційної практики та підвищення ролі громадських об'єднань споживачів у запобіганні такій діяльності;

8) сприяння заходам з розробки, модернізації та підтримки технологічних інструментів (баз даних, інформаційних та телекомунікаційних систем) у сфері захисту прав споживачів;

9) доступності для споживача корисної та зрозумілої інформації щодо пропонованих товарів, робіт (послуг), включаючи інформацію, що забезпечує можливість ідентифікації продукції та простежуваність її походження;

10) врахування потреб вразливих категорій споживачів;

11) забезпечення захисту персональних даних споживачів.

Розділ II ПРАВА СПОЖИВАЧІВ

Стаття 4. Права та обов'язки споживачів

1. Споживачі мають право на:

1) безпечність та належну якість продукції;

2) відшкодування шкоди, завданої внаслідок недоліків продукції;

3) вільний вибір продукції, запропонованої суб'єктом господарювання, та способів її оплати, визначених законодавством;

4) споживчу освіту та/або просвіту;

5) отримання інформації про продукцію;

6) ввічливе торговельне обслуговування;

7) захист своїх прав та вільний вибір механізмів захисту своїх прав;

8) об'єднання в громадські об'єднання споживачів (об'єднання споживачів).

2. Споживачі мають право здійснювати фото та/або відеофіксацію порушень своїх прав, якщо це не суперечить чинному законодавству.

3. Споживачі не можуть бути обмежені у використанні інших прав, встановлених цим Законом, іншими законами та нормативно-правовими актами.

4. Споживачі зобов'язані користуватися придбаним товаром згідно з його цільовим призначенням та дотримуватися умов (вимог, норм, правил), встановлених виробником товару (виконавцем) в експлуатаційній документації.

Стаття 5. Право споживача на безпечний товар та його належну якість

1. Споживач має право на товар, який відповідає встановленим законодавством вимогам щодо безпечності та за звичайних умов використання, зберігання і транспортування є безпечним для його життя, здоров'я, майна, а також навколишнього природного середовища.

2. Споживач має право отримати, а суб'єкт господарювання зобов'язаний передати споживачу товар належної якості, який:

1) відповідає інформації про споживчі властивості та характеристики товару, визначені договором купівлі-продажу, а також інформації про товар щодо кількісних, якісних та інших характеристик і ознак, у тому числі щодо довговічності, функціональності, сумісності, інтероперабельності та безпеки, наданій споживачу суб'єктом господарювання до укладання договору, в рекламі, на етикетці або в інший спосіб;

2) відповідає цілям, для яких призначений товар такого типу, враховуючи вимоги законодавства, а також заявлених стандартів або кодексів поведінки, та про які споживач повідомив суб'єкта господарювання до укладання договору і стосовно яких суб'єкт господарювання дав згоду;

3) має повну комплектацію відповідно експлуатаційних документів виробника (за наявності), а також передбачені договором аксесуари;

4) відповідає зразку або моделі, продемонстрованій суб'єктом господарювання споживачу до укладання договору;

5) має інструкцію з використання (установки), якщо це передбачено договором та/або якщо це зумовлено характером товару;

6) під час його використання не порушує прав третьої сторони, зокрема прав інтелектуальної власності. У разі неможливості використання товару в наслідок порушення прав третьої сторони, зокрема прав інтелектуальної власності, споживач має право скористатися правами, визначеними у статті 7 цього Закону.

3. Суб'єкт господарювання зобов'язаний видати споживачеві розрахунковий документ, що засвідчує факт продажу товару чи харчового продукту, виконання роботи (надання послуги).

4. Споживач має право обміняти товар належної якості на аналогічний у продавця, у якого він був придбаний, якщо товар не задовольнив його за

формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром, або з інших причин не може бути ним використаний за призначенням.

Споживач має право на обмін товару належної якості протягом 14 днів з моменту його отримання, не рахуючи дня купівлі, якщо дата купівлі не співпадає з датою отримання товару – з дати отримання, якщо дату отримання встановити не можливо – від дня укладення договору купівлі-продажу, якщо триваліший строк для обміну такого товару не встановлено продавцем.

Обмін товару належної якості провадиться, якщо він не використовувався і якщо збережено його товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, а також розрахунковий документ, виданий споживачеві разом з проданим товаром, або відтворений на дисплеї програмного реєстратора розрахункових операцій (дисплеї пристрою, на якому встановлений програмний реєстратор розрахункових операцій) QR-код, що дає змогу споживачеві здійснювати його зчитування та ідентифікацію з розрахунковим документом за структурою даних, що в ньому містяться, або надісланий електронний розрахунковий документ на наданий споживачем абонентський номер чи адресу електронної пошти.

5. Не підлягають обміну (поверненню) товари, якщо:

1) ціна за товар або послугу залежить від коливань на фінансовому ринку або з інших, зокрема сезонних причин або причин які не залежать від суб'єкта господарювання та можуть статися протягом періоду його обміну (повернення);

2) товар виготовлено за індивідуальним замовленням споживача;

3) товар швидко псується або втрачає свої споживчі властивості;

4) товар придбаний у запакованому вигляді та розпакований споживачем, внаслідок чого порушено його гігієнічні властивості, інші властивості, пов'язані із охороною здоров'я або властивості цифрового вмісту;

5) товар після придбання змішується чи з'єднується нерозривно з іншими товарами чи складовими, внаслідок чого товар втрачає свої вихідні властивості;

6) товар є друкованим засобом масової інформації (газета, журнал, інші періодичні видання), за винятком договорів підписки на постачання таких видань;

7) товар придбано на аукціоні, у тому числі шляхом проведення електронних торгів;

8) придбані споживачем у запакованому вигляді аудіо-, відеозаписи або програмне забезпечення були ним розпаковані;

9) договором передбачено постачання цифрового вмісту не на матеріальному носії, коли його постачання вже розпочалося, та за умови, що договором передбачено втрату споживачем права на відмову у разі коли постачання цифрового вмісту вже розпочато, а також коли споживач надав свою попередню чітку згоду на початок постачання протягом періоду на відмову та був повідомлений суб'єктом господарювання, що у такому разі він втрачає своє право на відмову від договору;

10) товар було пошкоджено або зіпсовано з вини споживача;

11) товар включено до переліку товарів, які не підлягають поверненню, який затверджується Кабінетом Міністрів України.

6. Якщо на момент обміну аналогічного товару немає у продажу, споживач має право або придбати будь-які інші товари з наявного асортименту з відповідним перерахуванням вартості, або розірвати договір та одержати назад гроші у розмірі вартості повернутого товару. Суб'єкт господарювання зобов'язаний задовольнити вимоги споживача.

7. При розірванні договору купівлі-продажу товару, придбаного у торговельному приміщенні, розрахунки із споживачем проводяться виходячи з вартості товару на час його купівлі. Гроші, сплачені за товар, повертаються споживачеві у день розірвання договору, а в разі неможливості повернути гроші у день розірвання договору – в інший строк за згодою споживача, але не пізніше ніж протягом 7 днів.

Суб'єкт господарювання зобов'язаний повернути суму, сплачену споживачем за товар у спосіб, що відповідає способу сплати споживачем за товар, крім випадків, коли споживач погодився на інший спосіб повернення коштів.

8. Відкриття упаковки не позбавляє споживача права на обмін товару належної якості або розірвання договору, якщо таке відкриття упаковки не вплинуло на товарний вигляд, ціну товару, його комплектність, якість або можливість його подальшого продажу відповідно до споживчих властивостей або призначення конкретного товару.

9. У випадку виявлення споживачем невідповідності отриманого товару вимогам пункту 6 частини другої цієї статті суб'єкт господарювання не несе відповідальність, якщо:

1) він не знав і не міг обґрунтовано знати про розповсюджену від його імені інформацію; або

2) до моменту укладення договору розповсюджена інформація від імені суб'єкта господарювання була виправлена у той самий або подібний спосіб, у який була розповсюджена; або

3) розповсюджена від імені суб'єкта господарювання інформація не могла вплинути на рішення споживача придбати товар.

10. У разі продажу товару з цифровим вмістом, суб'єкт господарювання надає споживачу інформацію про наявність та доступність оновлення та, якщо це необхідно для забезпечення належної якості та/або безпечності товару надає таке оновлення протягом строку:

1) якого споживач може обґрунтовано очікувати з огляду на тип, призначення товару та його цифровий вміст, а також з урахуванням обставин та характеру договору, якщо договором купівлі-продажу передбачено одноразове постачання цифрового вмісту або цифрової послуги;

2) зазначеного у частинах другій і третій статті 6 цього Закону, якщо договір купівлі-продажу передбачає неодноразове постачання цифрового вмісту або цифрової послуги протягом певного періоду часу.

11. Якщо споживач не встановив оновлення, яке передав/надав йому суб'єкт господарювання, що спричинило появу недоліку товару з цифровим вмістом, суб'єкт господарювання не несе відповідальності за недолік продукції, за таких умов:

1) суб'єкт господарювання надав споживачеві інформацію про наявність та доступність оновлення та про наслідки відмови від його встановлення;

2) невстановлення або неправильне встановлення оновлення не було пов'язано з недоліками інструкції, наданої споживачеві.

12. Суб'єкт господарювання може передати споживачу товар з недоліком, якщо споживач був поінформований про всі недоліки товару до укладання договору та надав згоду у будь-якій формі, яка надає можливість ідентифікувати факт підтвердження ним згоди на отримання товару з недоліком.

13. Забороняється введення в обіг, розповсюдження та реалізація фальсифікованого товару.

Стаття 6. Гарантійні зобов'язання суб'єкта господарювання

1. Суб'єкт господарювання несе відповідальність перед споживачем за будь-який недолік, що існував на момент передачі товару, у тому числі з цифровим вмістом. У разі виявлення споживачем протягом гарантійного строку недоліку товару суб'єкт господарювання зобов'язаний забезпечити здійснення його ремонту, заміну, зниження ціни або розірвання договору.

Будь-який недолік, виявлений споживачем протягом гарантійного строку, вважається таким, що існував на момент передачі товару, якщо інше не доведено суб'єктом господарювання.

2. Гарантійний строк на товар повинен встановлюватися в залежності від його споживчих властивостей та повинен становити не менше двох років

з моменту передачі товару споживачу, а для вживаного товару (товару, що був у використанні) – не менше одного року. Гарантійний строк на товар не може бути більшим, ніж його строк служби.

Гарантійний строк на комплектуючі товари повинен становити не менш, ніж гарантійний строк на основний товар, якщо інше не передбачено законодавством або договором.

3. Гарантійний строк на технічно складні побутові товари визначається з урахуванням вимог частини другої цієї статті та зазначається в експлуатаційних документах на такі товари (паспорті або будь-якому іншому документі, що додається до товару).

4. Суб'єкт господарювання надає споживачеві експлуатаційні документи на технічно складні побутові товари (паспорт або будь-який інший документ, що додається до товару) в паперовій формі або посилання на офіційний веб-сайт суб'єкта господарювання, на якому розміщено такі документи в електронній формі.

На вимогу споживача суб'єкт господарювання повинен надати експлуатаційні документи на технічно складні побутові товари (паспорт або будь-який інший документ, що додається до товару) в паперовій формі.

5. Суб'єкт господарювання має право надавати гарантійні зобов'язання на технічно складні побутові товари в електронній формі. У такому випадку виробник забезпечує можливість реєстрації придбаного технічно складного побутового товару та оформлення гарантійних зобов'язань на офіційному веб-сайті виробника в установленому ним порядку.

На прохання споживача реєстрація технічно складних побутових товарів і оформлення гарантійних зобов'язань в електронній формі на офіційному веб-сайті виробника здійснюється продавцем під час продажу такого товару.

6. Порядок гарантійного ремонту (обслуговування) або гарантійної заміни технічно складних побутових товарів визначається Кабінетом Міністрів України.

7. Якщо договір про придбання товарів з цифровим вмістом передбачає неодноразове постачання цифрового вмісту або цифрової послуги, суб'єкт господарювання несе відповідальність за будь-який недолік цифрового вмісту або цифрової послуги, виявлений споживачем протягом двох років з моменту постачання такого товару.

Якщо договором про придбання товарів з цифровим вмістом передбачено постачання цифрового вмісту або цифрової послуги протягом строку, що перевищує два роки, суб'єкт господарювання несе відповідальність за будь-який недолік цифрового вмісту або цифрової

послуги, виявлений споживачем, протягом строку, встановленого договором для постачання цифрового вмісту або цифрової послуги.

8. У разі виконання ремонту товару з недоліком гарантійний строк збільшується на час перебування товару в ремонті.

Зазначений час обчислюється від дня, коли споживач звернувся з вимогою про усунення недоліків.

У разі усунення недоліку шляхом заміни комплектуючого товару або складової частини товару, на які встановлено гарантійні строки, гарантійний строк на новий комплектуючий товар і складову частину, обчислюється починаючи від дня видачі споживачеві товару після ремонту.

9. У разі заміни товару новий гарантійний строк обчислюється, починаючи з дня заміни.

10. Суб'єкт господарювання не несе відповідальність за недолік товару, якщо доведе, що недолік, виявлений споживачем протягом гарантійного строку, виник внаслідок порушення споживачем правил користування товаром або його зберігання.

11. Суб'єкт господарювання може надати додатково до обов'язкового гарантійного зобов'язання комерційну гарантію.

12. Будь-яка комерційна гарантія є обов'язковою для гаранта згідно з умовами, викладеними в пропозиції про надання комерційної гарантії та пов'язаній з нею рекламі, доступній на момент або до укладення договору.

Якщо виробник надає споживачу комерційну гарантію щодо строку служби товару, виробник здійснює протягом періоду, на який надано комерційну гарантію, ремонт або заміну товару відповідно до частини першої - четвертої статті 7 цього Закону.

Якщо умови, викладені в пропозиції про надання комерційної гарантії, є менш вигідними для споживача, ніж було зазначено в рекламі, комерційна гарантія вважається наданою на умовах, передбачених рекламою, крім випадків, коли рекламу було виправлено до укладення договору купівлі-продажу у той же або подібний спосіб, в який вона була розповсюджена.

13. Пропозиція про надання комерційної гарантії надається споживачу у паперовій або електронній формі на довговічному носіїві інформації не пізніше моменту передання товару споживачу та містить:

1) чітке твердження про те, що комерційна гарантія у разі виявлення недоліку продукції, не звужує обсяг прав споживача, передбачених частинами першою – десятою цієї статті;

2) найменування та адресу гаранта;

3) процедуру реалізації прав, наданих комерційною гарантією;

- 4) найменування товарів, на які поширюється комерційна гарантія;
- 5) умови комерційної гарантії.

14. Пропозиція про надання комерційної гарантії викладається простою, зрозумілою мовою.

15. Недотримання суб'єктом господарювання положень частини одинадцятої цієї статті не впливає на обов'язковий характер комерційної гарантії для гаранта.

Стаття 7. Права споживача у разі придбання товару з недоліком

1. У разі виявлення протягом гарантійного строку недоліку придбаного товару, споживач має право вимагати від суб'єкта господарювання:

- 1) проведення ремонту товару;
- 2) здійснення заміни товару на такий самий або аналогічний, наявний у суб'єкта господарювання у разі, якщо ремонт є неможливим, або його здійснення потребує більше 14 днів.

2. Ремонт або заміна товару здійснюється:

- 1) безкоштовно;
- 2) у строк, що не перевищує 14 днів з моменту звернення споживача, або, за згодою споживача, в інший строк.

3. У разі ремонту або заміни протягом гарантійного строку товару, який було змонтовано чи встановлено до моменту виявлення недоліку, ремонт або заміна товару також включає демонтаж товару з недоліком та повторний монтаж чи встановлення відремонтованого або заміненого товару за рахунок суб'єкта господарювання.

4. У разі заміни товару з недоліком на такий самий товар (такої ж марки, моделі, артикулу, модифікації) належної якості, ціна на який змінилася, перерахунок вартості не провадиться.

У разі заміни товару з недоліками на аналогічний товар (іншої марки моделі, артикулу, модифікації) належної якості, перерахунок вартості товару з недоліками у разі підвищення ціни провадиться виходячи з його вартості на час обміну, а в разі зниження ціни - виходячи з вартості на час купівлі.

5. Споживач має право вимагати від суб'єкта господарювання зниження ціни на товар з недоліком або розірвання договору протягом гарантійного строку у будь-якому з таких випадків:

- 1) суб'єкт господарювання не здійснив ремонт чи заміну або не виконав свої зобов'язання, пов'язані з ремонтом або заміною;
- 2) недолік з'являється після ремонту;

3) недолік не може бути усунений;

4) суб'єкт господарювання заявив, що ремонт або заміна не можуть бути виконані у визначені строки;

5) суб'єкт господарювання заявив, що ремонт або заміна є економічно не вигідні для суб'єкта господарювання.

6. Зниження ціни на товар з недоліком повинно бути пропорційним зменшенню вартості отриманих споживачем товарів, порівняно з вартістю, яку б він мав сплатити, у разі відсутності недоліку.

Зниження ціни на товар з недоліком визначається суб'єктом господарювання за домовленістю із споживачем.

7. Договір купівлі-продажу розривається споживачем шляхом подання продавцю в паперовій або електронній формі заяви про розірвання такого договору.

Якщо недолік виявлено лише у деяких товарів, переданих за договором купівлі-продажу, споживач може розірвати такий договір в частині товарів, які містять недолік та/або пов'язаних з ними товарів, які не можуть бути використані окремо без товару з недоліком.

8. У разі розірвання споживачем договору купівлі-продажу споживач повертає суб'єкту господарювання товар з недоліком та/або пов'язані з ним товари, які не можуть бути використані окремо без товару з недоліком, а суб'єкт господарювання повертає споживачеві сплачені за товар кошти після його отримання, або після отримання від споживача копії документу, що підтверджує надсилання товару суб'єкту господарювання.

9. У разі розірвання договору розрахунки із споживачем за умови підвищення ціни на товар провадяться виходячи з його вартості на час пред'явлення відповідної вимоги, а за умови зниження ціни – виходячи з вартості товару на час купівлі. Гроші, сплачені за товар, повертаються споживачеві у день розірвання договору, а в разі неможливості повернути гроші у день розірвання договору – в інший строк за домовленістю сторін, але не пізніше ніж протягом 7 днів.

10. Споживач не має права вимагати розірвання договору, якщо виявлений ним недолік є таким, що дозволяє споживачу використовувати товар за призначенням.

У такому разі суб'єкт господарювання повинен довести, що недолік товару є таким, що дозволяє споживачу використовувати товар за призначенням.

11. У разі укладання між суб'єктом господарювання та споживачем договору про придбання товару, оплата за який здійснюється частинами, зокрема придбання товару у розстрочку, споживач має право не здійснювати

черговий платіж до моменту виконання суб'єктом господарювання зобов'язань, передбачених таким договором.

12. Вимоги споживача розглядаються суб'єктом господарювання після пред'явлення споживачем розрахункового документа, а щодо товарів, на які встановлено гарантійний строк, - технічного паспорта чи іншого документа, що його замінює, з позначкою про дату продажу.

13. Доставка суб'єкту господарювання товару з недоліком та повернення відремонтованого або заміненого товару споживачу здійснюються за рахунок суб'єкта господарювання.

14. Суб'єкт господарювання несе відповідальність за недоліки товару, які виникли внаслідок її неправильної установки, якщо:

1) установку передбачено договором та здійснено суб'єктом господарювання або від його імені; або

2) установку, яку має право виконати споживач, здійснено споживачем неправильно через неповноту, недостатність інформації в інструкції з установки, наданої суб'єктом господарювання, а у випадку товару з цифровим вмістом – наданих суб'єктом господарювання або постачальником цифрового вмісту або послуги.

Стаття 8. Права споживача у разі придбання непридатного чи небезпечного харчового продукту

1. У разі придбання непридатного чи небезпечного харчового продукту споживач має право вимагати у суб'єкта господарювання його заміни на харчовий продукт, що є придатним до споживання, або – розірвання договору та повернення сплачених коштів.

2. Суб'єкт господарювання зобов'язаний задовольнити вимоги споживача, передбачені частиною першою цієї статті.

3. У разі розірвання договору купівлі-продажу суб'єкт господарювання зобов'язаний повернути споживачеві у день розірвання договору сплачені ним кошти, а в разі неможливості повернути кошти у день розірвання договору - в інший строк за домовленістю сторін, але не пізніше ніж протягом 7 днів.

4. Вимоги споживача можуть бути задоволені суб'єктом господарювання лише після пред'явлення споживачем розрахункового документа.

Стаття 9. Права споживача у разі порушення умов договору про виконання робіт (надання послуг)

1. Споживач має право розірвати договір про виконання робіт (надання послуг) і вимагати відшкодування збитків, якщо виконавець своєчасно не приступив до виконання зобов'язань за договором або виконує їх так повільно, що виконати зобов'язання у визначений договором строк стає неможливим.

Якщо виконано понад сімдесят відсотків загального обсягу роботи, споживач має право розірвати договір лише в частині роботи, що залишилася невиконаною.

Споживач має право розірвати договір про виконання робіт (надання послуг) і вимагати відшкодування збитків, якщо виконавець не виконав зобов'язання у визначений договором строк.

2. У разі виявлення недоліків у виконаній роботі (наданій послугі) споживач має право на свій вибір вимагати:

- 1) безоплатного усунення недоліків у строк, що не перевищує 30 днів, або за домовленістю сторін у інший строк;
- 2) відповідного зменшення ціни виконаної роботи (наданої послуги);
- 3) відшкодування завданих йому збитків з усуненням недоліків власними силами чи із залученням третьої особи.

3. Вимоги, передбачені частиною другою цієї статті, підлягають задоволенню у разі виявлення недоліків під час приймання виконаної роботи (наданої послуги) або під час її виконання (надання), а у разі неможливості виявлення недоліків під час приймання – протягом гарантійного строку, встановленого законодавством або договором, а у разі відсутності гарантійного строку, встановленого законодавством або договором – протягом двох років з дня прийняття виконаної роботи (наданої послуги).

4. Виконавець не несе відповідальності за невиконання, прострочення виконання або інше неналежне виконання зобов'язання та недоліки у виконаній роботі (наданій послугі), якщо доведе, що вони виникли з вини самого споживача чи внаслідок дії непереборної сили.

5. Виконавець зобов'язаний протягом трьох днів відшкодувати збитки, що виникли у зв'язку з втратою, псуванням чи пошкодженням речі, прийнятої ним від споживача для виконання робіт (надання послуг).

6. Якщо під час виконання робіт (надання послуг) виникає необхідність у додаткових роботах (послугах), що не були передбачені умовами договору, виконавець зобов'язаний повідомити про це споживача та одержати від нього письмовий дозвіл на виконання таких додаткових робіт (надання послуг).

Будь-які додаткові роботи (послуги), виконані (надані) виконавцем без згоди споживача, не створюють для споживача будь-яких зобов'язань щодо їх оплати.

7. Вимоги цієї статті не поширюються на виконання робіт з гарантійного ремонту.

8. У разі, коли виконавець не може виконати (прострочує виконання) роботу (надання послуги) згідно з договором, за кожен день (кожну годину, якщо тривалість виконання визначено у годинах) прострочення споживачеві сплачується пеня у розмірі трьох відсотків вартості роботи (послуги), якщо інше не передбачено законодавством. У разі, коли вартість роботи (послуги) не визначено, виконавець сплачує споживачеві неустойку в розмірі трьох відсотків загальної вартості замовлення. Сплата виконавцем неустойки (пені), встановленої в разі невиконання, прострочення виконання або іншого неналежного виконання зобов'язання, не звільняє його від виконання зобов'язання в натурі.

9. Правила побутового обслуговування населення затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Стаття 10. Права споживача в разі здійснення попередньої оплати за продукцію

1. Суб'єкт господарювання у разі здійснення споживачем попередньої оплати за продукцію укладає зі споживачем договір у письмовій або електронній формі відповідно до цивільного законодавства.

2. Якщо суб'єкт господарювання, який отримав суму попередньої оплати за продукцію, не виконав зобов'язання з постачання такої продукції споживачу в передбачений договором строк, споживач на свій вибір має право на:

1) зміну умов договору щодо строку постачання та отримання продукції від суб'єкта господарювання в установлений споживачем новий строк; або

2) розірвання договору та повернення суми попередньої оплати за продукцію.

3. У разі розірвання договору суб'єкт господарювання зобов'язаний повернути споживачеві кошти у сумі попередньої оплати за продукцію у строк, що не перевищує 14 днів з моменту звернення споживача у письмовій або електронній формі.

4. Суб'єкт господарювання не несе відповідальності за невиконання, прострочення виконання або інше неналежне виконання зобов'язання за договором з попередньою оплатою продукції, якщо доведе, що вони виникли з вини самого споживача чи внаслідок дії непереборної сили.

Стаття 11. Вимоги до позначення ціни продукції

1. Суб'єкт господарювання, який реалізує продукцію споживачеві, зазначає ціну продажу продукції та ціну за одиницю цієї продукції.

Ціна за одиницю продукції не зазначається, якщо вона ідентична ціні продажу. Якщо товар та харчовий продукт продаються на вагу, суб'єкт господарювання зазначає лише ціну за одиницю маси товару та харчового продукту.

2. На аукціонних торгах споживачам повинна повідомлятися стартова ціна продажу відповідної продукції.

3. Реклама, в якій повідомляється ціна продажу продукції, повинна містити також ціну за одиницю продукції.

4. Написи щодо ціни продажу і ціни за одиницю продукції мають бути чіткими і простими для розуміння.

Ціна продажу продукції не може бути виконана шрифтом меншого розміру, ніж ціна за одиницю продукції.

5. У разі коли до продажу пропонується набір товарів, харчових продуктів, робіт (послуг) чи їх поєднання, зазначаються зміст та ціна такого набору.

6. Якщо суб'єкт господарювання надає споживачеві при реалізації однієї продукції право одержати іншу продукцію за зниженою ціною, до споживача доводиться інформація щодо:

1) змісту та ціни пропозиції із зазначенням ціни таких товарів, харчових продуктів, робіт (послуг), взятих окремо;

2) умов прийняття пропозиції, зокрема строку її дії та будь-яких інших обмежень, включаючи обмеження щодо кількості.

7. Вживання понять “знижка”, “зменшена ціна”, “вигода”, “низька ціна”, “акція” або будь-яких інших, аналогічних за значенням понять, дозволяється лише з дотриманням таких умов:

1) якщо вони застосовуються до продукції, яку безпосередньо реалізує суб'єкт господарювання;

2) якщо вони застосовується протягом визначеного та обмеженого періоду часу;

3) якщо ціна продукції є нижчою від її звичайної ціни продажу.

8. Вживання поняття “розпродаж” або будь-яких інших, аналогічних йому понять, дозволяється лише з дотриманням таких умов:

1) якщо здійснюється розпродаж усієї продукції у межах певного місця або чітко визначеної групи продукції;

- 2) якщо тривалість розпродажу обмежено в часі;
- 3) якщо ціни продукції, що підлягає розпродажу, є меншими від її звичайної ціни продажу.

9. Після публічного повідомлення про початок проведення розпродажу, застосування знижок або зменшення ціни продажу до споживачів доводиться інформація про звичайну ціну продажу продукції, що була встановлена до початку проведення відповідного розпродажу, застосування знижок або зменшення ціни продажу, а також ціну продажу цієї ж продукції, встановлену після їх початку.

10. Звичайною ціною продажу продукції є найменша ціна, за якою суб'єкт господарювання пропонував придбати продукцію протягом останніх 30 днів до публічного повідомлення про початок проведення розпродажу, застосування знижок, зменшення ціни продажу або з дня початку продажу продукції, якщо період її продажу становить менше 30 днів.

11. Якщо суб'єкт господарювання знижує ціну продажу продукції поступово, звичайною ціною продажу є найменша ціна, за якою суб'єкт господарювання пропонував придбати продукцію до публічного повідомлення про початок проведення розпродажу, застосування знижок, зменшення ціни продажу.

Стаття 12. Право споживача на споживчу освіту та/або просвіту

1. Держава створює умови для здобуття споживачами знань, умінь та навичок, у тому числі у закладах освіти, з питань реалізації їх прав та механізмів захисту, а також вживає заходів щодо доведення інформації про права споживачів та механізми їх захисту до відома суб'єктів господарювання.

2. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах освіти і науки, створює умови для здобуття споживачами потрібних знань з питань реалізації їх прав в дошкільних, загальноосвітніх, спеціальних та інших навчальних закладах системи загальної середньої освіти, створює умови для забезпечення закладами вищої освіти навчання знанням з питань захисту прав споживачів.

3. Органи державної влади, відповідальні за захист прав споживачів, інформують споживачів про їх права та механізми їх захисту.

Стаття 13. Право споживача на інформацію про продукцію

1. Споживач має право на одержання необхідної, повної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість здійснення ним свідомого і компетентного вибору.

Суб'єкт господарювання зобов'язаний надати споживачу інформацію про продукцію до придбання ним продукції.

Інформація про продукцію не вважається рекламою.

2. Інформація про продукцію повинна містити:

1) назву продукції, найменування або відтворення знака для товарів і послуг, під яким вони реалізуються;

2) дані про основні споживчі властивості товарів чи основні характеристики робіт (послуг);

3) кількість продукції в одиницях вимірювання, установлених відповідно до законодавства про метрологію та метрологічну діяльність, залежно від виду продукції;

4) відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин, у разі наявності, перелік яких визначено нормативно-правовими актами, а також застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження передбачені законодавством;

5) ціну продукції або спосіб її розрахунку. Спосіб розрахунку ціни надається лише в тому випадку, якщо з різних об'єктивних причин до моменту постачання товару не можна визначити кінцеву ціну продукції;

6) будь-які особливі умови зберігання та/або умови використання, а також можливі негативні наслідки споживання (використання), якщо це визначено виробником або встановлено нормативно-правовими актами;

7) відомості про гарантійні зобов'язання суб'єкта господарювання та комерційну гарантію, у разі її надання;

8) найменування, номер контактного телефону та місцезнаходження виробника (виконавця), а також найменування, номер контактного телефону та місцезнаходження суб'єкта господарювання, відповідального за прийняття та розгляд вимог про виконання гарантійних зобов'язань та/або комерційної гарантії або інших скарг споживачів, якщо він не є виробником (виконавцем);

9) дату виготовлення та строк придатності (служби). Якщо використання товару понад установлений строк може становити небезпеку для життя, здоров'я споживача, навколишнього природного середовища або може завдати шкоду майну споживача, зазначаються відомості про необхідні дії споживача після закінчення такого строку, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій. Строк придатності (служби) може не зазначатися, якщо він є необмеженим.

3. Інформація про послуги, пов'язані з концертною, гастрольно-концертною, конкурсною, фестивальною діяльністю, повинна містити дані про використання чи невикористання виконавцями музичних творів

фонограм власного вокального, інструментального, вокально-інструментального виконання музичного твору з музичним супроводом або без нього чи фонограм музичного супроводу до власного вокального, інструментального, вокально-інструментального виконання музичного твору.

4. Нормативно-правовими актами, в тому числі технічними регламентами, можуть бути встановлені спеціальні вимоги до змісту інформації про продукцію та способів її надання.

У разі якщо нормативно-правовими актами, у тому числі технічними регламентами, встановлено спеціальні вимоги до змісту або способів надання інформації про певні види продукції, положення частини другої цієї статті застосовуються у частині, що не охоплюється такими спеціальними вимогами.

5. Інформація, передбачена частинами першою – третьою цієї статті, доводиться суб'єктом господарювання до відома споживачів у чіткій, легкодоступній та зрозумілій формі, в кольорі, шрифті та розмірі, які не ускладнюють сприйняття інформації.

6. Вимоги до інформації про харчові продукти встановлюються Законом України “Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів”. Вимоги до інформації про корми встановлюються Законом України “Про безпечність та гігієну кормів”. Вимоги, встановлені частиною другою цієї статті, не поширюється на продукцію, що є харчовим продуктом або кормом.

7. Суб'єкт господарювання зобов'язаний надати споживачеві інформацію відповідно до вимог Закону України “Про забезпечення функціонування української мови як державної”.

8. Інформація про продукцію, передбачена частиною другою цієї статті, розміщується безпосередньо на продукції та/або упаковці, етикетці, приєднаній до неї, або у супровідній документації, що додається до продукції, або надається іншим способом (у доступній наочній формі).

Інформація про продукцію може бути розміщена у місцях, де вона реалізується, та/або може доводитися до споживача за допомогою засобів дистанційного зв'язку, зокрема шляхом розміщення на офіційних веб-сайтах виробника (виконавця).

Інформація про продукцію може надаватися споживачу на його електронну адресу або за номером його телефону лише за умови, що споживач надав суб'єкту господарювання згоду на отримання такої інформації.

9. Суб'єкт господарювання може розмістити інформацію про продукцію на своєму веб-сайті у форматі, доступному для вразливих

категорій споживачів зокрема осіб з вадами розумового та фізичного розвитку.

10. Під час розгляду вимог споживача про відшкодування збитків, завданих недостовірною або неповною інформацією про продукцію чи недобросовісною рекламою, необхідно виходити з того, що у споживача немає спеціальних знань про споживчі властивості продукції, яку він придбаває.

11. Суб'єкт господарювання одночасно з наданням інформації про продукцію інформує у будь-якій доступній та зручній для споживача формі про:

інтероперабельність цифрового вмісту із апаратними засобами або програмним забезпеченням, у разі придбання товару з цифровим вмістом;

заходи технічного захисту у разі придбання товарів з цифровим вмістом або цифрових послуг;

умови придбання продукції;

строк дії договору та умови його розірвання;

можливість та порядок позасудового вирішення споживчих спорів, у разі їх виникнення.

Суб'єкти господарювання, які прийняли кодекси поведінки або приєдналися до них, інформують споживачів про наявність такого кодексу поведінки та про способи ознайомлення їх з його змістом.

Стаття 14. Права споживача під час торговельного та інших видів обслуговування

1. Споживач має право на вільний вибір продукції та вільне використання електронних платіжних засобів з урахуванням режиму роботи та існуючих форм (видів) розрахунків, установлених законодавством України.

Суб'єкт господарювання зобов'язаний всіляко сприяти споживачеві у вільному виборі продукції та способів її оплати.

2. Забороняється примушувати споживача придбавати продукцію з недоліками або непотрібного йому асортименту.

3. Споживач має право на безперешкодне та безоплатне відвідування санітарного вузла за його наявності в місцях загального користування в стаціонарних торговельних приміщеннях суб'єкта господарювання.

4. Будівлі, торговельні та офісні приміщення суб'єктів господарювання, в яких вони здійснюють свою діяльність, повинні бути пристосовані до

потреб осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення відповідно до державних будівельних норм і правил.

Власники будівель, торговельних та офісних приміщень, в яких суб'єкти господарювання здійснюють свою діяльність, зобов'язані виконати вимоги абзацу першого цієї частини не пізніше, ніж у шестимісячний строк після прийняття органом місцевого самоврядування, на території відання якого здійснює свою діяльність суб'єкт господарювання, рішення про виділення розташованої біля входу до торговельного приміщення відповідної земельної ділянки.

5. Споживач має право на перевірку відповідності товару споживчим властивостям, заявленим суб'єктом господарювання, та вимогам нормативно-правових актів, а також на демонстрацію безпечного та правильного його використання.

На вимогу споживача суб'єкт господарювання зобов'язаний розпакувати товар для огляду та демонстрації споживчих властивостей товару, його справності, за умови, якщо це не вплине на його товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, комплектність та на цільове призначення товару, надати йому контрольні засоби вимірювальної техніки для перевірки габаритів, маси або об'єму тощо.

6. Правила торговельного та інших видів обслуговування затверджуються Кабінетом Міністрів України.

7. Суб'єкти господарювання не мають права стягувати зі споживачів плату за використання платіжних засобів, яка перевищує витрати суб'єкта господарювання за використання платіжних засобів.

8. У разі, коли суб'єкт господарювання в рамках договору зі споживачем пропонує використовувати телефонний зв'язок в якості засобу комунікації з ним, споживач не зобов'язаний сплачувати більшу вартість телефонного зв'язку, ніж розмір плати, встановлений оператором телекомунікацій.

9. Суб'єкт господарювання повинен до укладання договору отримати від споживача пряму письмову згоду на будь-яку додаткову оплату крім оплати за основним договором. Якщо суб'єкт господарювання застосовує мовчазну згоду споживача на здійснення додаткової оплати, споживач, який не давав прямої згоди на неї, має право на відшкодування відповідного платежу.

Стаття 15. Нікчемність умов договорів, які обмежують права споживача

1. Несправедливі умови договору зі споживачем є нікчемними.

2. Умови договору є несправедливими, якщо вони не обговорювалися індивідуально зі споживачем та їх наслідком є істотний дисбаланс прав та обов'язків сторін на користь суб'єкта господарювання.

Умова договору є такою, що не обговорювалася індивідуально, якщо вона була складена заздалегідь, а споживач не міг вплинути на її зміст.

Обговорення зі споживачем окремих умов договору, складеного суб'єктом господарювання заздалегідь, не виключає застосування положень статті 15 цього Закону до інших умов такого договору.

Тягар доведення того, що умова договору обговорювалася зі споживачем індивідуально покладається на суб'єкта господарювання.

3. Несправедливими є умови договору про:

1) звільнення суб'єкта господарювання від відповідальності або обмеження такої відповідальності у разі смерті споживача або завдання шкоди його здоров'ю, спричинених діями чи бездіяльністю суб'єкта господарювання;

2) позбавлення або обмеження прав споживача, які пов'язані з невиконанням чи неналежним виконанням суб'єктом господарювання зобов'язань за договором;

3) право суб'єкта господарювання не повертати завдаток споживачу, якщо споживач прийняв рішення не укласти або не виконувати договір, за відсутності умови у договорі про право споживача отримати суму завдатку у подвійному розмірі, якщо суб'єкт господарювання прийняв рішення не укласти або не виконувати договір;

4) обов'язок споживача сплатити штраф у непропорційно великому розмірі (понад тридцять відсотків вартості продукції) за невиконання зобов'язань за договором;

5) право суб'єкта господарювання розірвати договір із споживачем на власний розсуд за відсутності аналогічного права у споживача;

6) право суб'єкта господарювання не повертати кошти, сплачені за ненадану продукцію, у разі розірвання договору з ініціативи суб'єкта господарювання;

7) право суб'єкта господарювання розірвати договір, укладений на невизначений строк, без повідомлення споживача не менше ніж за 14 днів до моменту його розірвання, крім випадків, передбачених законом;

8) встановлення необґрунтовано завчасного та/або короткого строку для відмови споживача від автоматичного продовження дії договору, укладеного на визначений строк;

9) обов'язки споживача, з якими він не мав можливості ознайомитися перед укладенням договору;

10) право суб'єкта господарювання в односторонньому порядку змінювати умови договору на підставах, не визначених договором;

11) надання можливості суб'єкту господарювання в односторонньому порядку без поважних причин змінювати характеристики продукції, яка є предметом договору;

12) право суб'єкта господарювання визначати ціну товару або харчового продукту в момент доставки або право суб'єкта господарювання підвищувати зазначену у договорі ціну продукції без надання споживачу у таких випадках права розірвати договір;

13) право суб'єкта господарювання визначати відповідність продукції умовам договору;

14) виключне право суб'єкта господарювання тлумачити умови договору;

15) обмеження відповідальності суб'єкта господарювання за зобов'язаннями, прийнятими його представником, або обумовлення прийняття ним таких зобов'язань виконанням конкретних умов;

16) зобов'язання споживача виконувати обов'язки за договором у повному обсязі у випадку, коли суб'єкт господарювання не виконує власні;

17) обов'язковість умов договору виключно для споживача, у той час як суб'єкт господарювання може виконувати умови такого договору на власний розсуд;

18) право суб'єкта господарювання без згоди споживача передавати свої права та обов'язки за договором третій особі, якщо це може обмежити права споживача за договором;

19) позбавлення споживача прав, передбачених цим Законом.

4. Перелік несправедливих умов договорів, встановлений частиною третьою цієї статті, не є вичерпним.

Положення пункту 7 частини третьої цієї статті не застосовується до умов договорів на невизначений строк про надання фінансових послуг, відповідно до яких надавач фінансових послуг (фінансова установа) встановлює право розірвати договір в односторонньому порядку за наявності підстав, визначених законодавством, та за умови негайного повідомлення кожної із сторін про розірвання договору.

Положення пункту 10 частини третьої цієї статті не застосовується до договорів, укладених на невизначений строк, якими передбачено право суб'єкта господарювання в односторонньому порядку змінювати умови договору, у разі обов'язкового повідомлення споживача про зміну умов договору у розумний строк та надання йому права на розірвання договору, а також до договорів про надання фінансових послуг, відповідно до яких за

надавачем фінансових послуг закріплено право змінювати без попередження процентну ставку або суму інших платежів за фінансові послуги, що сплачується споживачем, за наявності у надавача фінансових послуг (фінансової установи) підстав, визначених законодавством, та за умови негайного повідомлення кожної із сторін про таку зміну та про право споживача негайно розірвати договір.

Положення пункту 12 частини третьої цієї статті не застосовується до положень договорів про індексацію ціни, що відповідають законодавству, якщо умови та метод розрахунку ціни чітко і недвозначно визначено у договорі.

Положення пунктів 7, 10 і 12 частини третьої цієї статті не застосовуються до:

1) операцій із цінними паперами, фінансовими послугами та іншими товарами або послугами, ціна яких залежить від зміни котировок або індексів на біржах чи ставок на фінансових ринках, які не контролюються продавцем;

2) договорів про купівлю чи продаж іноземної валюти, дорожніх чеків або про міжнародні грошові перекази, здійснені в іноземній валюті.

5. Нечіткі або двозначні положення договорів із споживачами тлумачаться на користь споживача.

6. Збитки, завдані споживачу застосуванням несправедливих умов договору, відшкодовуються суб'єктом господарювання.

7. Для визнання умови договору несправедливою враховуються:

характер продукції, що є предметом договору;

особливі обставини, які існували на момент укладення договору;

всі інші умови договору або іншого пов'язаного договору.

8. Предмет та/або ціна договору не можуть бути визнані несправедливими, якщо такі умови договору сформульовані простою та зрозумілою мовою.

9. Наслідки визнання умови договору несправедливою поширюються на всі договори, які містять таку умову.

Розділ III
Права та обов'язки споживачів у разі укладання
договорів поза торговельним чи офісним приміщенням
або дистанційних договорів

Стаття 16. Права споживача на інформацію у разі укладання договору поза торговельними чи офісними приміщеннями або дистанційного договору

1. Договір, який укладається поза торговельними чи офісними приміщеннями, або дистанційний договір повинен містити інформацію про:

1) споживчі властивості товарів або основні характеристики робіт (послуг);

2) загальні відомості про суб'єкта господарювання, достатні для його ідентифікації:

а) для юридичних осіб: найменування юридичної особи (відокремленого підрозділу), її місцезнаходження, ідентифікаційний код згідно з ЄДРПОУ, наявність дозволу чи ліцензії (якщо це передбачено законодавством);

б) для фізичних осіб – підприємців: прізвище, ім'я та по батькові (за наявності) фізичної особи – підприємця, її місце проживання, реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта/номер ID картки (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовилися від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомили про це відповідному контролюючому органу і мають відповідну відмітку в паспорті), наявність дозволу чи ліцензії (якщо передбачено законодавством);

в) інформація для здійснення зв'язку: номер телефону, адрес електронної пошти у разі її наявності або інші засоби зв'язку;

г) найменування та місцезнаходження суб'єктів господарювання, відповідальних за прийняття та розгляд вимог про виконання гарантійних зобов'язань та/або комерційної гарантії, якщо така інформація відрізняється від інформації, передбаченої в підпунктах "а" і "б" цієї частини;

3) ціну продукції або спосіб її розрахунку. Спосіб розрахунку ціни надається лише в тому випадку, якщо з різних об'єктивних причин до моменту постачання товару не можна визначити кінцеву ціну продукції;

4) автоматично сформовану на індивідуальній основі для конкретного споживача ціну;

5) додаткові витрати на перевезення, доставку товару, харчового продукту або поштові чи будь-які інші витрати;

6) порядок оплати продукції, а також строк та порядок доставки товарів, харчових продуктів чи виконання робіт (надання послуг);

7) вартість телекомунікаційних послуг, якщо вона відрізняється від тарифу, встановленого оператором телекомунікацій;

8) порядок розгляду суб'єктом господарювання скарг споживача;

9) порядок та умови реалізації права споживача на відмову від договору та повернення товару, харчового продукту, якщо таке право передбачене договором, можливі витрати споживача, пов'язані із поверненням товару в разі розірвання ним договору, а також умови, за яких споживач не може розірвати договір;

10) відомості про гарантійні зобов'язання суб'єкта господарювання та комерційну гарантію, у разі її надання;

11) порядок та умови обслуговування продукції після її продажу, якщо це передбачено договором;

12) спосіб ознайомлення із кодексом поведінки у разі його наявності;

13) строк дії та порядок і умови розірвання договору;

14) мінімальний строк зобов'язань споживача за договором у разі їх наявності;

15) наявність та умови попередньої оплати чи інших фінансових гарантій, які надаються споживачем на вимогу суб'єкта господарювання;

16) функціональність цифрового вмісту продукції, включаючи заходи його технічного захисту;

17) дані про сумісність цифрового вмісту із апаратними засобами або програмним забезпеченням, у разі придбання товару з цифровим вмістом;

18) можливість застосування механізму позасудового вирішення спорів, до якого приєднався суб'єкт господарювання, а також способи звернення споживача до органу позасудового вирішення спорів.

2. Положення частини першої цієї статті також застосовуються до договорів, що стосуються водо-, газо-, тепло та енергопостачання, у випадках, коли вони не виставлені на продаж в обмеженому обсязі або в установленій кількості у частині, що не суперечить законам України «Про питну воду, питне водопостачання та водовідведення», «Про ринок природного газу», «Про ринок електричної енергії», «Про теплопостачання», «Про державне регулювання у сфері комунальних послуг» та «Про житлово-комунальні послуги», а також з постачання цифрового вмісту, який не постачається на матеріальному носії.

3. Умови договору повинні відповідати інформації, наданій споживачу до його укладення, крім випадків, коли сторони прямо домовилися про інше.

4. У разі ненадання суб'єктом господарювання інформації, передбаченої пунктами 4 та/або 5 частини першої цієї статті, споживач має право не сплачувати додаткові витрати.

5. Тягар доведення факту надання інформації, передбаченої частиною першою цієї статті, покладається на суб'єкта господарювання.

6. Положення цієї статті застосовуються до відносин, які виникають між споживачем та суб'єктом господарювання щодо харчових продуктів, у частині, що не суперечить Закону України "Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів".

Стаття 17. Права споживача під час придбання продукції шляхом електронної торгівлі

1. Споживач має право ознайомитися з інформацією про продукцію на веб-сайті інтернет-магазину суб'єкта господарювання, який пропонує таку продукцію для продажу, або на веб-сайтах електронного торговельного майданчику чи електронного сервісу порівняння продукції перед прийняттям рішення про придбання продукції та укладення відповідного договору.

2. Суб'єкт господарювання зобов'язаний забезпечити доступ споживача до умов договору, які повинні бути розміщені на веб-сайті у легкодоступному для споживача місці так, щоб це дозволяло споживачу ознайомитися із договором до того як оформити своє замовлення на придбання продукції.

3. З метою отримання від суб'єкта господарювання інформації про продукцію споживач може надати згоду на поширення суб'єктом господарювання на його електронну адресу відповідних електронних повідомлень стосовно продукції, рішення про купівлю якої споживачем не приймалося. Суб'єкту господарювання забороняється надсилати споживачу такі електронні повідомлення без його попередньої згоди або без можливості відмовитися у подальшому від такого надсилання.

4. Суб'єкт господарювання, який має намір здійснювати електронну торгівлю, подає у добровільному порядку на безоплатній основі центральному органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері захисту прав споживачів, відповідну декларацію із зазначенням зокрема інформації, передбаченої пунктом 2 частини першої статті 16 цього Закону.

Реєстр декларацій є відкритим.

5. Суб'єкти господарювання, які пропонують продукцію для продажу через інтернет-магазин, зокрема електронний торговельний майданчик або розміщують інформацію про продукцію через електронний сервіс порівняння

продукції, зобов'язані розмістити на відповідному веб-сайті інформацію, передбачену пунктом 2 частини першої статті 16 цього Закону.

6. Суб'єкт господарювання, який пропонує до продажу продукцію через інтернет-магазин без використання послуг електронного торговельного майданчику, несе відповідальність за наявність та достовірність інформації, яка стосується даних про такого суб'єкта господарювання та запропоновану ним до продажу продукцію.

Суб'єкт господарювання, що надає послуги електронного торговельного майданчику для розміщення відомостей про продукцію інших суб'єктів господарювання, або надає послуги електронного сервісу порівняння продукції, несе відповідальність за наявність інформації, яка стосується даних про таких суб'єктів господарювання та даних про запропоновану ними до продажу продукцію. За достовірність такої інформації відповідальність несе суб'єкт господарювання, який пропонує до продажу продукцію через електронний торговельний майданчик або реєструється на ресурсі електронного сервісу порівняння продукції.

7. Споживач має право на інформацію про розподіл обов'язків та відповідальності між суб'єктом господарювання, що надає послуги електронного торговельного майданчику та суб'єктом господарювання, який пропонує до продажу продукцію через такий майданчик, у разі укладання споживачем договору стосовно придбання продукції.

Стаття 18. Вимоги до договорів, які укладаються поза торговельними чи офісними приміщеннями або дистанційних договорів

1. З метою вчинення правочинів поза торговельними чи офісними приміщеннями або дистанційних правочинів між суб'єктом господарювання та споживачем може бути укладено один з таких договорів:

1) договір, укладений поза торговельним або офісним приміщенням:

а) за фізичної присутності суб'єкта господарювання та споживача у місці, яке не є торговельним або офісним приміщенням суб'єкта господарювання,

б) укладення якого у такому місці було запропоновано споживачем;

в) укладений у торговельному або офісному приміщенні суб'єкта господарювання або з використанням будь-яких засобів дистанційного зв'язку, у тому числі електронного, відразу після особистого та індивідуального звернення до споживача у місці, яке не є торговельним або офісним приміщенням суб'єкта господарювання, за одночасної фізичної присутності суб'єкта господарювання і споживача;

г) укладений під час заходів, організованих суб'єктом господарювання з метою рекламування та/або реалізації продукції споживачу;

2) дистанційний договір, укладений без одночасної фізичної присутності суб'єкта господарювання і споживача з використанням виключно засобів дистанційного зв'язку, у тому числі електронного, до та під час його укладення.

2. У разі укладання договору поза торговельним або офісним приміщенням, суб'єкт господарювання надає споживачу інформацію, передбачену частиною першою статті 16 цього Закону, разом з копією підписаного договору – у паперовому або, за згодою споживача, в електронному вигляді на довговічному носії інформації.

У разі укладання дистанційного договору, суб'єкт господарювання надає споживачу інформацію, передбачену частиною першою статті 16 цього Закону, відповідними засобами дистанційного, у тому числі електронного, зв'язку.

3. Якщо дистанційний договір укладається виключно засобами електронного зв'язку, суб'єкт господарювання зобов'язаний:

1) повідомити споживачу інформацію, передбачену пунктами 1, 3 і 12 частини першої статті 16 цього Закону;

2) передбачити на своєму офіційному веб-сайті розміщення у зрозумілій для споживача спосіб функції, яка передбачає обов'язок споживача провести оплату вартості продукції;

3) вказати способи доставки та оплати за продукцію, які споживач може обрати до оформлення відповідного замовлення;

4) надати споживачу підтвердження, що договір укладено.

4. Суб'єкт господарювання, який телефонує споживачеві з метою укладення договору, повинен на початку розмови повідомити своє ім'я, або найменування суб'єкта господарювання, якого він представляє, а також пояснити комерційну мету з якою він здійснює такий телефонний дзвінок.

Якщо суб'єкт господарювання та споживач під час телефонної розмови домовилися про укладання договору, такий договір стане дійсним лише після письмового підтвердження його укладання споживачем у паперовому чи електронному вигляді.

Стаття 19. Право споживача на доставку товару придбаного шляхом укладання договору поза торговельними або офісними приміщеннями або дистанційного договору

1. Під час укладання договору про купівлю-продаж товару визначається дата, час, спосіб та ціна доставки товару.

Якщо дату доставки товару у договорі купівлі-продажу не визначено, суб'єкт господарювання повинен доставити товар споживачу у строк не пізніше ніж через 30 днів з моменту укладення договору.

2. Товар доставляється в узгоджений між суб'єктом господарювання і споживачем спосіб, зокрема поштою до зазначеного споживачем відділення або кур'єром на вказану під час замовлення адресу доставки. Спосіб доставки може бути змінено за узгодженням сторін.

3. Суб'єкт господарювання може відмовитися доставити товар споживачу, про що він зобов'язаний повідомити споживача до укладання договору.

4. У разі коли суб'єкт господарювання не доставив товар у дату та строк, передбачений частиною першою цієї статті, додатковий строк доставки з урахуванням об'єктивних причин, які зумовили затримку доставки, узгоджується із споживачем, але він не може бути більше 30 днів, за умови якщо сторони не погодили більш тривалий строк.

Якщо суб'єкт господарювання не забезпечив доставку товару протягом додаткового строку, споживач має право розірвати договір купівлі-продажу .

5. Стосовно товару, доставка якого з об'єктивних причин є важливою для споживача у визначений час, він зобов'язаний попередньо повідомити про це суб'єкту господарювання до укладання договору.

Якщо суб'єкт господарювання підтвердив готовність здійснити доставку у важливий для споживача час але не доставив товар, споживач має право розірвати договір.

6. Суб'єкт господарювання зобов'язаний повернути споживачеві усі кошти, сплачені ним за договором купівлі-продажу, якій розірвано відповідно до положень частин четвертої і п'ятої цієї статті.

7. Споживач може дозволити третій особі (уповноважити третю особу) отримати від свого імені товар, придбаний споживачем.

Право власності на товар переходить від суб'єкта господарювання до споживача в момент передачі товару споживачу чи визначений ним третій особі під час його доставки.

8. Витрати, пов'язані з втратою чи пошкодженням товару під час його доставки несе суб'єкт господарювання, крім випадків, коли споживач самостійно організовує доставку придбаного товару.

Стаття 20. Право споживача на відмову від договору, укладеного поза торговельним або офісним приміщенням або дистанційного договору

1. Споживач має право в односторонньому порядку розірвати договір та відмовитися від отримання товару або повернути отриманий товар протягом 14 днів з:

1) дня укладання договору (у тому числі договору на постачання води, газу, теплової енергії чи електроенергії у випадках, коли вони не виставлені на продаж в обмеженому обсязі або в установленій кількості, а також з постачання цифрового вмісту, який не постачається на матеріальному носії);

2) дня, коли споживач або визначена ним третя особа отримав товар (для товару чи замовлення, що доставляється частинами – з дня отримання останньої частини);

3) першого дня доставки товару, який за договором повинен доставлятися регулярно протягом певного періоду часу.

2. Суб'єкт господарювання з метою забезпечення вимог цього Закону передбачає на своєму веб-сайті форму заявки для оформлення відмови від договору, типова форма якої затверджується центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері захисту прав споживачів.

Якщо споживач оформив заявку про відмову від договору через веб-сайт суб'єкта господарювання, суб'єкт господарювання повинен невідкладно повідомити споживачу про отримання його заявки.

3. Споживач повинен повідомити суб'єкта господарювання про відмову від договору у визначений частиною першою цієї статті строк.

4. Суб'єкт господарювання зобов'язаний протягом 14 днів з дня отримання товару від споживача повернути суму, сплачену споживачем за товар, а також, якщо це передбачено договором, кошти за доставку товару споживачу.

Якщо споживач обрав спосіб доставки товару вартістю більшою, ніж найдешевший спосіб доставки, запропонований суб'єктом господарювання, додаткові кошти, сплачені ним за доставку, відшкодуванню не підлягають.

5. У разі недотримання суб'єктом господарювання вимог пункту 8 частини першої статті 16 цього Закону, строк, установлений частиною першою цієї статті становитиме 12 місяців.

Якщо суб'єкт господарювання, який на момент продажу товару не виконав вимогу пункту 8 частини першої статті 16 цього Закону, виконає її протягом 12 місяців після продажу товару, строк, установлений частиною першою цієї статті становитиме 14 днів з дня отримання споживачем відповідної інформації.

6. Споживач може реалізувати своє право на відмову від договору у строки, встановлені частинами першою та п'ятою цієї статті, якщо повідомлення про відмову від договору буде надіслане ним суб'єкту господарювання до закінчення таких строків.

7. Тягар доведення, що споживач скористався своїм правом на відмову від договору лежить на споживачеві.

8. Повернення товару суб'єкту господарювання у разі відмови від договору здійснюється за рахунок споживача, за виключенням випадку коли суб'єкт господарювання бере на себе такі витрати добровільно, або у випадку коли суб'єкт господарювання не повідомив про такі витрати споживача під час укладання договору, з урахуванням вимог пункту 8 частини першої статті 16 цього Закону.

9. У разі відмови від договору щодо товару з цифровим вмістом або цифрової послуги, суб'єкт господарювання на вимогу споживача повертає цифровий вміст, наданий або створений споживачем під час використання товару із цифровим вмістом (окрім персональних даних). Повернення суб'єктом господарювання цифрового вмісту здійснюється безкоштовно, у строк не пізніше 7 днів з дня відмови або в інший строк за домовленістю зі споживачем та у форматі, що дозволяє його оброблення електронними засобами.

10. Суб'єкт господарювання, який виконує роботи (надає послуги) за договором, укладеним поза торговельним або офісним приміщенням, або за дистанційним договором може передбачити у такому договорі право споживача на відмову від договору.

11. Якщо споживач має намір, щоб виконання робіт (надання послуг) у тому числі виконання договору на постачання води, газу, теплової енергії чи електроенергії у випадках, коли вони не виставлені на продаж в обмеженому обсязі або в установленій кількості, розпочалося у період відмови, суб'єкт господарювання вимагає від споживача письмове підтвердження про ознайомлення споживача із тим фактом, що в цьому разі він втрачає право на відмову за умови повного виконання договору суб'єктом господарювання.

12. Споживач не може відмовитися від договору про виконання робіт (надання послуг), укладеного поза торговельним чи офісним приміщенням, або відповідного дистанційного договору, якщо:

1) умовами договору передбачено, що споживач втрачає таке право після виконання суб'єктом господарювання договору у повному обсязі;

2) споживач уклав договір щодо замовлення послуг з термінового ремонту товарів або з технічного чи іншого обслуговування, що здійснюються у приміщенні споживача, крім випадків коли під час термінового ремонту чи обслуговування між споживачем і суб'єктом господарювання укладено інші договори щодо виконання робіт (надання

послуг) чи придбання товарів, які не стосуються таких термінового ремонту чи обслуговування;

3) договором передбачено надання послуг з розміщення у житловому приміщенні (крім послуг з проживання), транспортування товарів, з прокату автомобілів, громадського харчування або послуг, пов'язаних із дозвіллям, у разі, коли вказана конкретна дата або період його виконання.

13. Якщо споживач відмовляється від основного договору то припиняється дія допоміжного договору.

Стаття 21. Обов'язки споживачів в електронній торгівлі

1. Споживач зобов'язаний надати згоду на придбання продукції шляхом електронної торгівлі, про що він повідомляє суб'єкта господарювання у визначений таким суб'єктом господарювання спосіб. Спосіб повідомлення визначається суб'єктом господарювання у формі зрозумілій для споживача.

2. У разі постачання споживачу товарів, виконання робіт (надання послуг), які він не замовляв, у тому числі постачання води, газу, теплової енергії, електроенергії чи цифрового вмісту, споживач не несе зобов'язань за витратами суб'єкта господарювання.

3. Відсутність відповіді споживача стосовно пропозиції суб'єкта господарювання щодо купівлі-продажу товарів, харчових продуктів, виконання робіт (надання послуг) / придбання продукції / не може вважатися суб'єктом господарювання згодою споживача.

4. У разі, коли споживач реалізує своє право на відмову від договору, він зобов'язаний повернути (відправити) товар суб'єкту господарювання або уповноваженій ним особі протягом 14 днів з дня повідомлення суб'єкту господарювання про свою відмову від договору.

5. У разі відмови від договору купівлі-продажу товару з цифровим вмістом споживач зобов'язаний утримуватися від використання цифрового вмісту або цифрової послуги та не надавати доступ до них третім особам.

Стаття 22. Захист персональних даних під час електронної торгівлі

1. Захист персональних даних в електронній торгівлі здійснюється відповідно до вимог Закону України "Про захист персональних даних".

2. Під час електронної торгівлі споживач повинен повідомити суб'єкту господарювання про себе наступні персональні дані:

- 1) прізвище, ім'я та по-батькові (за наявності);
- 2) контактний номер телефону та/або адресу електронної пошти;

3) поштову адресу, за якою очікується доставка, у разі оформлення доставки поштою або кур'єром;

4) інші дані передбачені законодавством.

3. Суб'єкти господарювання, які здійснюють електронну торгівлю, мають право вимагати лише ті персональні дані споживача, без яких вони не зможуть укласти договір та/або виконати свої зобов'язання.

Відмова споживача надавати персональні дані, зазначені у частині другій цієї статті, означає відмову споживача укласти договір.

4. Суб'єктам електронної торгівлі забороняється використовувати персональні дані сторін в будь-яких інших цілях, що виходять за рамки їх зобов'язань.

5. З метою недопущення несанкціонованого доступу третіх осіб до інформаційно-телекомунікаційної системи автентифікації споживачів, яка ведеться суб'єктом електронної торгівлі, сторони можуть додатково передбачати додаткові засоби автентифікації споживача шляхом надсилання (надання) споживачем унікального набору електронних даних, які використовуються суб'єктом електронної торгівлі додатково до реєстраційних даних споживача.

Розділ IV

Нечесна комерційна практика

Стаття 23. Заборона нечесної комерційної практики

1. Комерційна практика суб'єкта господарювання по відношенню до споживача вважається нечесною, якщо її здійснення завдає (може завдавати) шкоди економічним інтересам або спотворює економічну поведінку споживача щодо певної продукції та, зокрема, вводить споживача в оману або є стосовно нього агресивною.

2. Нечесна комерційна практика забороняється.

Правочини, здійснені з використанням нечесної комерційної практики, є недійсними.

3. Нечесною є комерційна практика, яка:

1) негативно впливає на здатність споживача приймати будь-яке свідоме рішення щодо наміру та умов придбання продукції, яке б він не прийняв за інших умов;

2) не відповідає або суперечить усталеним стандартам, нормам та/або правилам професійної сумлінності.

Стаття 24. Вимоги щодо вразливих категорій споживачів

1. Комерційна практика суб'єкта господарювання щодо окремих груп споживачів, які є вразливими через їх вік, розумові або фізичні вади, повинна враховувати:

- 1) особливі характеристики такої групи споживачів;
- 2) високу ймовірність здійснення споживачами такої групи несвідомого вибору або допущення помилки під час укладання правочину щодо обставин, які мають істотне значення.

2. Якщо суб'єктом господарювання під час своєї господарської діяльності не враховуються вимоги, зазначені у частині першій цієї статті, вважається, що він свідомо провадить нечесну комерційну практику стосовно вразливих груп споживачів.

3. Зазначені вимоги не стосуються правомірної рекламної діяльності, зокрема з використанням виразів, які не повинні сприйматися буквально.

Стаття 25. Комерційна практика, що вводить в оману

1. Комерційна практика суб'єкта господарювання вважається оманливою, якщо вона:

1) здійснюється у спосіб, який впливає (може вплинути) на наміри або змушує споживача прийняти невиправдане рішення про купівлю продукції, яке в іншому (протилежному) випадку він би не прийняв;

2) передбачає:

а) будь-яке пропонування продукції, яке створює можливість сплутати продукцію з іншою продукцією або продукцією, що продається під іншою торговою маркою, торговою назвою або іншими ознаками конкурента;

б) дії суб'єкта господарювання, які не відповідають кодексу поведінки, про приєднання до якого заявляє суб'єкт господарювання.

2. Комерційна практика є такою, що вводить в оману, якщо під час її провадження:

1) суб'єкт господарювання не надає суттєву інформацію про продукцію, або приховує, надає несвоєчасно або надає у нечіткій, незрозумілій чи двозначній спосіб інформацію щодо продукції, необхідну споживачу для ознайомлення, до моменту прийняття ним зваженого рішення про купівлю продукції;

2) поширюється неправдива інформація.

3. Неправдивою є інформація, що не відповідає дійсності або інформація викладена у спосіб, що має або може мати наслідком її

неправильне сприйняття споживачем та яка стосується (може стосуватися), зокрема:

- 1) існування продукції або її природи;
- 2) основних відомостей про продукцію, таких як: її наявність, переваги, ризики, склад, обслуговування після продажу, наявність аксесуарів, спосіб та дата виготовлення або надання, доставка, кількість, специфікація, географічне або інше походження, очікувані результати споживання чи результати та основні характеристики тестів або перевірок продукції;
- 3) обсягу зобов'язань суб'єкта господарювання та мотивів здійснення господарської діяльності;
- 4) будь-якого твердження (використання позначення) стосовно спонсорства щодо суб'єкта господарювання;
- 5) ціни продукції, способу її формування або наявності цінових переваг;
- 6) необхідності обслуговування, ремонту, заміни складових частин;
- 7) характеру, атрибутів та прав суб'єкта господарювання або його представника, зокрема інформації про особу та активи, кваліфікацію, статус, наявність ліцензії, афілійованість чи зв'язки, володіння правами інтелектуальної або промислової власності, відзнаки та нагороди;
- 8) прав споживача, включаючи права, встановлені статтею 7 цього Закону;
- 9) порядку розгляду скарг;
- 10) будь-якого твердження (використання позначення) щодо отримання погодження (схвалення) авторитетної для споживача організації або особи стосовно продукції чи суб'єкта господарювання.

4. Комерційна практика є такою, що вводить в оману, якщо під час пропонування продукції суб'єкт господарювання приховує або споживачу не надається або надається у нечіткий, незрозумілий або двозначний спосіб інформація, передбачена законодавством, зокрема статтями 13, 16 та частиною п'ятою статті 17 цього Закону.

Стаття 26. Перелік видів комерційної практики, що вводить в оману

1. Видами оманливої комерційної практики зокрема є:
 - 1) недостовірне твердження про те, що суб'єкт господарювання підписав та дотримується кодексу поведінки;
 - 2) недостовірне твердження про те, що кодекс поведінки затверджено або погоджено органом державної влади або іншою юридичною особою;

3) позначення продукції знаком довіри, знаком якості або знаком відповідності без отримання на це відповідного дозволу уповноваженої особи чи власника таких знаків;

4) недостовірне твердження про те, що суб'єкт господарювання (його продукція або його господарська діяльність) схвалені, рекомендовані або погоджені органом державної влади або іншою юридичною особою, а також якщо таке твердження не відповідає умовам схвалення, рекомендації або погодження;

5) пропонування продукції за визначеною ціною без повідомлення споживача до моменту укладення договору купівлі-продажу про відомі суб'єкту господарювання обставини, які можуть обмежити або перешкодити виконанню наданої пропозиції за запропонованою ціною;

6) пропонування до продажу продукції за спеціальною ціною, якщо:

а) у продажу така продукція відсутня;

б) продавець відмовляється прийняти замовлення на таку продукцію або доставити її у розумний строк;

в) продавець демонструє та/або пропонує неякісні екземпляри такої продукції з наміром продати іншу продукцію;

7) недостовірне повідомлення про наявність обмеженої кількості продукції або про продаж продукції протягом обмеженого строку, що спонукає споживачів до прийняття швидкого рішення і позбавляє їх достатнього періоду часу для прийняття свідомого рішення;

8) пропонування до вільної реалізації продукції, яка вилучена з обігу або щодо обігу якої існують обмеження;

9) представлення встановленого законодавством права споживача як наданого продавцем продукції привілею;

10) надання недостовірного твердження щодо природи або ступеню ризику для особистої безпеки споживача або його сім'ї, якщо він не придбає чи не замовить продукцію;

11) просування продукції, подібної до продукції, виготовленої іншим виробником, таким чином, щоб навмисно ввести споживача в оману щодо виробника цієї продукції;

12) утворення, експлуатація або сприяння розвитку пірамідальних схем продажу, коли споживач сплачує за можливість одержання компенсації, яка надається переважно за рахунок залучення активів інших споживачів до такої схеми, а не за рахунок активів, отриманих від продажу або споживання продукції;

13) неправдива заява про припинення суб'єктом господарювання торговельної діяльності або його переїзд;

14) заява про те, що придбання продукції може сприяти виграшу у лотереї;

15) хибне твердження, що продукція може вилікувати захворювання або має інші лікувальні якості (крім лікарських засобів та продукції медичного призначення);

16) поширення недостовірної інформації про стан ринку або можливість придбати продукцію з метою спонукання споживача до придбання продукції на менш вигідних для нього умовах порівняно із звичайними ринковими умовами;

17) твердження про проведення конкурсу або розіграшу подарунків без наступного вручення таких подарунків або їх еквівалента;

18) опис продукції словами “безкоштовно”, “безоплатно” або іншими, аналогічними за змістом, якщо споживач несе витрати більші за неминучі витрати на доставку такої продукції;

19) включення до маркетингових матеріалів рахунку-фактури за продукцію або аналогічного документу, який передбачає оплату, що створює у споживача хибне враження, що він вже замовив продукцію;

20) недостовірне твердження про те, що суб'єкт господарювання діє не в торговельних, ділових чи професійних інтересах, або представляє себе як споживача;

21) недостовірне твердження про те, що обслуговування після продажу продукції можливе в інших країнах;

22) нав'язування споживачу умови щодо придбання додаткової продукції разом з придбанням продукції, необхідної споживачу;

23) зазначення в назві продукції характеристик, які не відповідають дійсності;

24) виведення за результатами пошукового запиту споживача в Інтернеті інформації про запитувану продукцію у вищій рейтинг без вказівки, що це є рекламою або що досягнення високого рейтингу продукції за результатами пошуку в Інтернеті сплачено суб'єктом господарювання;

25) перепродаж споживачам квитків на спортивні, культурні та інші події, які суб'єкт господарювання отримав, використовуючи автоматизовані засоби з метою подолання обмежень, накладених на кількість квитків, які особа може придбати, або уникнення виконання інших правил щодо придбання квитків;

26) твердження про те, що відгуки про продукцію надаються споживачами, які придбали чи використовують таку продукцію, без перевірки достовірності походження таких відгуків від споживачів, які придбали чи використовують таку продукцію;

27) просування продукції шляхом залучення інших юридичних чи фізичних осіб з метою поширення ними неправдивих відгуків про продукцію або спотворення відгуків інших споживачів чи соціальних груп.

Стаття 27. Агресивна комерційна практика

1. Агресивною вважається комерційна практика, яка містить елементи переслідування, примусу, зокрема із застосуванням фізичної сили або іншого надмірного впливу, а також впливає або може вплинути на наміри споживача укласти правочин, на який в іншому випадку він би не погодився.

2. Для встановлення того, чи містить комерційна практика елементи переслідування, примусу або надмірного впливу, враховується:

- 1) час, місце, характер та повторюваність пропозицій щодо придбання продукції;
- 2) образливі або погрозові вислови або поведінка;
- 3) використання тяжкої для споживача обставини, про яку суб'єкту господарювання було відомо, для впливу на рішення споживача;
- 4) встановлення обтяжливих або непропорційних позадоговірних перешкод для здійснення споживачем своїх прав за договором, включаючи положення про право споживача розірвати договір або замінити продукцію чи укласти договір з іншим суб'єктом господарювання;
- 5) погроза здійснити незаконні або неправомірні дії.

Стаття 28. Перелік видів агресивної комерційної практики

1. Видами агресивної комерційної практики, зокрема є:

- 1) створення враження, що споживач не може залишити приміщення суб'єкта господарювання без укладення договору або здійснення оплати;
- 2) відвідування житла споживача, незважаючи на вимогу споживача про припинення таких дій або залишення житла, крім випадків коли це здійснюється з метою виконання зобов'язань споживача за договором;
- 3) постійні телефонні, електронні або інші повідомлення без згоди на це споживача, крім випадків коли це здійснюється з метою виконання зобов'язань споживача за договором;
- 4) вимога до споживача, який звертається за відшкодуванням на підставі договору страхування, надати будь-які інші документи, крім тих, які є необхідними для підтвердження настання страхового випадку;
- 5) систематичне ігнорування звернень споживача для створення перешкод у користуванні правами, передбаченими законодавством та договором;

6) вимога до споживача здійснити оплату за продукцію або за повернення чи зберігання товару, що не було погоджено споживачем;

7) повідомлення споживачу, що відмова придбати продукцію у суб'єкта господарювання негативно позначиться на його роботі або благополуччі;

8) створення хибного враження, що споживач вже виграв, виграє або може виграти приз або отримати іншу еквівалентну вигоду, виконавши певну дію, якщо:

а) приз або інша еквівалентна вигода не існує; або

б) отримання призу зумовлено здійсненням оплати або іншими витратами для споживача.

Розділ V

Система захисту прав споживачів

Стаття 29. Суб'єкти системи захисту прав споживачів

1. До суб'єктів системи захисту прав споживачів належать:

1) центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері захисту прав споживачів;

2) центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері захисту прав споживачів (далі – компетентний орган);

3) інші державні органи, наділені повноваженнями у сфері захисту прав споживачів;

4) органи місцевого самоврядування;

5) суди;

6) органи позасудового вирішення спорів;

7) громадські об'єднання споживачів;

8) саморегулівні організації.

Стаття 30. Повноваження центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері захисту прав споживачів

1. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері захисту прав споживачів:

1) координує роботу центральних та місцевих органів виконавчої влади, інших державних органів та органів місцевого самоврядування з питань захисту прав споживачів;

- 2) визначає пріоритетні напрями розвитку державної політики у сфері захисту прав споживачів;
- 3) забезпечує нормативно-правове регулювання у сфері захисту прав споживачів;
- 4) здійснює експертизу проектів законів, інших нормативно-правових актів на їх відповідність законодавству про захист прав споживачів;
- 5) узагальнює практику застосування законодавства у сфері захисту прав споживачів, розробляє пропозиції щодо вдосконалення відповідного законодавства;
- 6) надає рекомендації та роз'яснення з питань захисту прав споживачів;
- 7) здійснює інші повноваження відповідно до цього Закону та інших законів України.

Стаття 31. Повноваження компетентного органу

1. Компетентний орган здійснює державний контроль за додержанням законодавства про захист прав споживачів.

2. З метою реалізації повноважень у сфері захисту прав споживачів компетентний орган:

1) проводить позапланові заходи державного нагляду (контролю) щодо додержання суб'єктами господарювання незалежно від форми власності вимог законодавства про захист прав споживачів шляхом безперешкодного відвідування та обстеження будь-яких виробничих, торговельних офісних та складських приміщень таких суб'єктів;

2) надає суб'єктам господарювання обов'язкові для виконання приписи про усунення порушень прав споживачів та перевіряє стан їх виконання;

3) відбирає у суб'єктів господарювання зразки товарів, сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих товарів для їх перевірки на відповідність вимогам законодавства та умовам договору із споживачами на місці або для проведення незалежної експертизи (дослідження) продукції у відповідних лабораторіях та інших установах, акредитованих на право проведення таких робіт згідно із законодавством. Оплата вартості зразків, їх транспортування, а також проведення незалежної експертизи (дослідження) здійснюється за рахунок видатків, передбачених у Державному бюджеті України на відповідний рік, для утримання компетентного органу.

У разі встановлення за результатами проведеної незалежної експертизи (дослідження) факту реалізації продукції, яка не відповідає вимогам законодавства та умовам договору із споживачами, суб'єкт господарювання, що перевірявся, відшкодовує здійснені за це витрати. Кошти, отримані внаслідок відшкодування витрат, зараховуються до державного бюджету.

Зразки продукції (крім зразків продукції, що є небезпечними, становлять ризик та/або не відповідають установленим вимогам щодо їх безпечності) реалізуються компетентним органом шляхом продажу на прилюдних торгах (аукціонах). Зразки продукції, стосовно яких за результатами їх експертизи (випробування) встановлено, що вони є небезпечними, становлять та/або не відповідають установленим вимогам щодо їх безпечності, підлягають знищенню відповідно до Порядку обліку, зберігання, оцінки конфіскованого та іншого майна, що переходить у власність держави, і розпорядження ним, затвердженого Кабінетом Міністрів України;

4) проводить контрольні перевірки правильності розрахунків із споживачами за реалізовану продукцію, у тому числі харчові продукти, відповідно до закону;

5) подає до суду позови щодо захисту прав споживачів, у тому числі щодо невизначеного кола споживачів;

6) у разі порушення суб'єктами електронної торгівлі вимог пункту 2 частини першої статті 16 цього Закону має право у порядку встановленому Кабінетом Міністрів України:

звертатися до провайдера інтернет-послуг з вимогою щодо обмеження доступу до веб-сайту;

звертатися до провайдера інтернет-послуг з метою блокування доменного імені;

7) накладає на суб'єктів господарювання санкції у вигляді штрафу за порушення законодавства про захист прав споживачів;

8) надсилає матеріали перевірок до правоохоронних органів для вирішення питань про притягнення до кримінальної відповідальності осіб, у діях яких містяться ознаки кримінального правопорушення;

9) інформує споживачів про суб'єктів господарювання, які порушують права споживачів;

10) вживає заходів стосовно запобігання порушенням суб'єктами господарювання вимог законодавства про захист прав споживачів;

11) узагальнює практику застосування законодавства про захист прав споживачів, розробляє пропозиції щодо його вдосконалення та надає їх на розгляд до центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері захисту прав споживачів;

12) узагальнює результати своєї діяльності, аналізує причини виявлених під час здійснення контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів порушень;

13) забезпечує підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації посадових осіб, відповідальних за захист прав споживачів;

14) інформує державні органи, органи місцевого самоврядування та громадськість про результати своєї діяльності та виявлені порушення законодавства про захист прав споживачів;

15) розробляє методичні рекомендації у сфері позасудового вирішення споживчих спорів та подає їх центральному органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері захисту прав споживачів, на затвердження;

16) веде у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, реєстр декларацій суб'єктів електронної торгівлі, які мають намір здійснювати інтернет-торгівлю;

17) веде реєстр рішень органів позасудового вирішення споживчих спорів;

18) може залучати громадські об'єднання споживачів до участі у заходах державного нагляду (контролю) щодо додержання суб'єктами господарювання вимог законодавства про захист прав споживачів;

19) розглядає пропозиції щодо обмеження чи заборони введення в обіг або реалізації, вилучення з обігу чи відкликання небезпечної та/або фальсифікованої продукції з додаванням підтверджуючих документів чи їх копій та вживає передбачені законодавством заходи реагування;

20) розглядає звернення споживачів та громадських об'єднань споживачів щодо порушень прав споживачів;

21) має право одержувати безоплатно від суб'єктів господарювання, що перевіряються, копії необхідних документів, що стосуються перевірки, у тому числі прибуткових документів із зазначенням у них кількості та вартості одержаної для реалізації партії товару, який на час здійснення заходу державного нагляду (контролю) або за результатами лабораторних випробувань не відповідав вимогам нормативно-правових актів;

22) накладає на винних осіб у випадках, передбачених законодавством, адміністративні стягнення;

23) здійснює інші повноваження відповідно до цього Закону та інших законів України.

3. Систему компетентного органу складають компетентний орган та його територіальні органи.

4. Територіальні органи виконують повноваження компетентного органу в межах відповідних адміністративно-територіальних одиниць.

Стаття 32. Повноваження інших державних органів у сфері захисту прав споживачів

1. Повноваження державних органів, не зазначених у статтях 30 і 31 цього Закону, щодо захисту прав споживачів у віднесених до їх компетенції сферах, визначаються відповідними законами.

Антимонопольний комітет України відповідно до законодавства про захист від недобросовісної конкуренції здійснює контроль за діяльністю суб'єктів господарювання щодо їх комерційної практики, яка вводить споживача в оману, у частині захисту споживача від недобросовісної конкуренції.

Стаття 33. Повноваження органів місцевого самоврядування щодо захисту прав споживачів

1. Органи місцевого самоврядування з метою захисту прав споживачів:

1) розглядають звернення споживачів;

2) надають консультації з питань захисту прав споживачів;

3) здійснюють освітні заходи та/або заходи просвіти, спрямовані на доведення до споживача знань, умінь та навичок з питань реалізації прав споживачів та механізмів їх захисту, а також доведення інформації про права споживачів та механізми їх захисту до відома суб'єктів господарювання;

4) аналізують договори, що укладаються суб'єктами господарювання із споживачами, з метою виявлення умов, які обмежують права споживачів;

5) у разі виявлення продукції неналежної якості, фальсифікованої, небезпечної для життя, здоров'я, майна споживачів і навколишнього природного середовища, а також фактів реалізації продукції, яка не супроводжується необхідною, доступною, достовірною, своєчасною інформацією та/або відповідними документами, або продукції з простроченим строком придатності терміново повідомляють про це компетентний орган та/або інші органи, що наділені повноваженнями контролю у відповідній сфері;

6) подають до суду позови щодо захисту прав споживачів.

2. Органи місцевого самоврядування з метою реалізації повноважень щодо захисту прав споживачів, визначених у частині першій цієї статті, можуть створювати при їх виконавчих органах відповідні структурні підрозділи.

Стаття 34. Розгляд скарг на дії або бездіяльність державних органів, наділених повноваженнями у сфері захисту прав споживачів, органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб

1. Скарги на дії або бездіяльність державних органів, наділених повноваженнями у сфері захисту прав споживачів, органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб розглядаються в порядку, визначеному законодавством.

Стаття 35. Громадські об'єднання споживачів

1. З метою захисту своїх законних прав та інтересів споживачі мають право утворювати громадські об'єднання споживачів відповідно до законодавства.

2. Громадські об'єднання споживачів мають право:

1) брати участь у процесі формування та реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів;

2) інформувати громадськість про права споживачів, про результати своєї діяльності, а також надавати консультації та організовувати тренінги з питань захисту прав споживачів;

3) представляти споживачів у відносинах з органами державної влади, органами місцевого самоврядування, їх посадовими особами, підприємствами, установами, організаціями незалежно від форми власності, саморегулювальними організаціями відповідно до законодавства;

4) вивчати споживчі властивості продукції, попит на неї, проводити опитування населення для виявлення громадської думки про якість та безпечність продукції, що виробляється і реалізується;

5) проводити самостійно або звертатися до уповноважених державних органів щодо проведення незалежної експертизи (дослідження) та випробування продукції;

6) одержувати від органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування інформацію, необхідну для реалізації своїх цілей і завдань;

7) вносити компетентному органу і суб'єктам господарювання пропозиції щодо обмеження чи заборони введення в обіг або реалізації, вилучення з обігу чи відкликання небезпечної та/або фальсифікованої продукції з додаванням підтверджуючих документів чи їх копій;

8) звертатися з позовом до суду про визнання дій суб'єктів господарювання протиправними щодо невизначеного кола споживачів і припинення цих дій.

При задоволенні такого позову суд зобов'язує суб'єкта господарювання, дії якого визнані протиправними, довести рішення суду у встановлений ним строк через засоби масової інформації або іншим способом до відома споживачів.

Рішення суду, що набрало законної сили, про визнання дій суб'єкта господарювання протиправними щодо невизначеного кола споживачів є обов'язковим для суду, що розглядає позов споживача щодо цивільно-правових наслідків їх дій з питань, чи мали місце ці дії і чи були здійснені вони цими особами;

9) сприяти розвитку міжнародного співробітництва у сфері захисту прав споживачів.

3. Держава підтримує у порядку, визначеному законодавством, діяльність громадських об'єднань споживачів, які здійснюють свою діяльність у сфері захисту прав споживачів.

Стаття 36. Саморегулівні організації

1. Захист прав споживачів, передбачених законодавством, у певній сфері (галузі) господарської діяльності, або певного виду (видів), або на певному ринку може здійснюватися організаціями господарського саморегулювання або організаціями професійного самоврядування, які створені та діють відповідно до законодавства.

2. Суб'єкти господарювання, які є членами саморегулівної організації, повинні надавати інформацію про своє членство в такій організації споживачам.

3. Саморегулівні організації розглядають скарги з питань захисту прав споживачів, якщо це передбачено законом або статутом саморегулівної організації.

Розділ VI

Врегулювання споживчих спорів

Стаття 37. Суб'єкти розгляду скарг у сфері захисту прав споживачів

1. Розгляд скарг споживачів щодо захисту їх прав, визначених законодавством, здійснюється:

суб'єктом господарювання;

органом позасудового вирішення спорів;

компетентним органом (органом місцевого самоврядування у разі делегування йому відповідних повноважень);

судом.

Стаття 38. Порядок подання скарги споживачем суб'єкту господарювання

1. Якщо споживач вважає, що його права порушені, він звертається в усній формі до суб'єкта господарювання щодо відновлення своїх прав.

Якщо права споживача не можуть бути відновлені невідкладно або споживач не згоден з відмовою суб'єкта господарювання у відновленні його прав, споживач звертається до такого суб'єкта господарювання письмово.

2. Суб'єкт господарювання повинен розглянути скаргу споживача у терміни, визначені Законом України «Про звернення громадян».

Скарга споживача повинна містити:

1) прізвище, ім'я та по батькові (за наявності), номер телефону, та/або адресу для поштового листування, та/або адресу електронної пошти, та/або інші засоби зв'язку;

2) дату подання скарги;

3) обставини споживчого спору, свої вимоги та їх обґрунтування.

3. Застосування споживачем кваліфікованого або удосконаленого електронного підпису при надсиланні електронної скарги не вимагається.

4. До скарги додаються копії документів, що підтверджують укладення правочину, а також інші документи, що підтверджують обставини споживчого спору (якщо наявні).

Якщо суб'єкт господарювання не надав відповідь на скаргу споживача у термін, встановлений Законом України «Про звернення громадян», вважається, що суб'єкт господарювання відмовив у задоволенні вимог споживача.

5. Відповідь на скаргу може містити:

1) повідомлення про задоволення скарги споживача;

2) пропозиції щодо врегулювання споживчого спору;

3) відмову у задоволенні скарги споживача з наданням інформації про інші шляхи вирішення споживчого спору.

6. Якщо споживач приймає пропозиції суб'єкта господарювання, споживчий спір вважається врегульованим.

7. Якщо суб'єкт господарювання відмовив у задоволенні вимог споживача або споживач не згоден з пропозицією суб'єкта господарювання щодо вирішення споживчого спору, споживач має право звернутися в порядку, визначеному законодавством, до:

органу позасудового вирішення споживчих спорів;
компетентного органу (органу місцевого самоврядування у разі делегування йому відповідних повноважень);
суду.

Стаття 39. Порядок позасудового вирішення спорів

1. Захист прав споживачів може здійснюватися органами позасудового вирішення спорів між споживачем та суб'єктом господарювання.

2. Органи позасудового вирішення спорів розглядають справи, які стосуються:

- 1) продукції, придбаної на суму не більш ніж 50 тисяч гривень;
- 2) порушень порядку гарантійного ремонту або заміни продукції;
- 3) порушень умов доставки товарів, придбаних за договорами, укладеними поза офісними та торговельними приміщеннями.

3. Рішення, винесені органами позасудового вирішення спорів відповідно до їх компетенції, є обов'язковими для виконання суб'єктами господарювання.

У разі незгоди однієї із сторін з рішенням органу позасудового вирішення спорів, така сторона звертається з відповідним позовом до суду, до якого додається винесене по справі рішення органу позасудового вирішення спорів.

4. Суб'єкт господарювання повинен повідомити компетентному органу про виконання рішення органу позасудового вирішення спорів із відповідним документальним підтвердженням його виконання.

Стаття 40. Розгляд скарг компетентним органом

1. Компетентний орган розглядає скарги споживачів у порядку встановленому законодавством.

Стаття 41. Судовий захист прав споживачів

1. Захист прав споживачів здійснюється судом у порядку, встановленому законодавством.

2. При задоволенні вимог споживача суд одночасно вирішує питання щодо відшкодування моральної (немайнової) та/або майнової шкоди.

3. Споживачі звільняються від сплати судового збору за позовами, апеляційними скаргами, касаційними скаргами в справах, що пов'язані з порушенням їх прав.

Розділ VII

Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів

Стаття 42. Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів

1. За порушення законодавства про захист прав споживачів до суб'єктів господарювання застосовуються санкції у вигляді штрафу у разі:

1) відмови споживачу в реалізації його прав, установлених частиною третьою статті 5, частинами першою, п'ятою, тринадцятою та чотирнадцятою статті 7, частинами першою, третьою статті 8, частинами першою, другою та шостою статті 9, частиною другою статті 10, частиною першою статті 20 цього Закону, – у десятикратному розмірі вартості продукції виходячи з цін, що діяли на час придбання цієї продукції, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

2) виготовлення та/або реалізації товару, що не відповідає вимогам нормативно-правових актів, – у розмірі трьохсот відсотків вартості виготовленої та/або одержаної для реалізації партії товару, але не менше двадцяти п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарювання не веде обов'язковий облік доходів і витрат, – у розмірі п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

3) виконання робіт (надання послуг), що не відповідають вимогам нормативно-правових актів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища, – у розмірі трьохсот відсотків вартості виконаної роботи (наданої послуги), але не менше двадцяти п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарювання не веде обов'язковий облік доходів і витрат, – у розмірі п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

4) виготовлення та/або реалізації продукції (крім харчового продукту), забороненої відповідно до закону для виготовлення та реалізації (виконання, надання), – у розмірі п'ятисот відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи (наданої послуги), але не менше ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарювання не веде обов'язковий облік доходів і витрат, – у розмірі ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

5) створення перешкод посадовим особам компетентного органу під час здійснення ними заходів державного нагляду (контролю), або невиконання суб'єктом господарювання під час проведення заходу державного нагляду (контролю) встановлених законом вимог посадових осіб, які здійснюють державний нагляд (контроль) у сфері захисту прав споживачів, а також створення перешкод посадовим особам структурного підрозділу з питань захисту прав споживачів органу місцевого самоврядування у проведенні перевірки якості продукції, а також правил торговельного, побутового та інших видів обслуговування, – у розмірі однієї тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарювання не веде обов'язковий облік доходів і витрат, – у розмірі двохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

6) невиконання або несвоєчасного виконання припису посадових осіб компетентного органу про усунення порушень прав споживачів – у розмірі п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

7) порушення умов договору між споживачем і виконавцем про виконання роботи (надання послуги) – у розмірі ста відсотків суми, зазначеної у договорі на виконання робіт (надання послуг), а за ті самі дії, вчинені щодо групи споживачів, – у розмірі від одного до десяти відсотків суми, зазначеної у договорі на виконання робіт (надання послуг) за попередній календарний місяць, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

8) обмеження або відмови в реалізації прав споживачів, установлених частинами першою і другою статті 14 цього Закону, – у розмірі п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

9) ненадання необхідної інформації або надання неповної, недоступної, недостовірної та несвоєчасної інформації про продукцію (крім харчових продуктів), передбаченої цим Законом, – у розмірі тридцяти відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи (наданої послуги), але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарювання не веде обов'язковий облік доходів і витрат, – у розмірі п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

10) порушення вимог, передбачених частиною п'ятою статті 17 цього Закону – у розмірі десяти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

11) реалізації товару, строк придатності (служби) якого минув, – у розмірі двохсот відсотків вартості залишку одержаної для реалізації партії товару, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

12) включення у договори із споживачами умов, які є несправедливими – у розмірі двохсот відсотків вартості предмету договору (товару, роботи, послуги), але не менше ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарювання не веде обов'язковий облік доходів і витрат, – у розмірі п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

13) здійснення нечесної комерційної практики, визначеної статтями 23 – 28 цього Закону, – у розмірі тисячі п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

2. Відповідальність за порушення прав споживачів фінансових послуг, не врегульована цим Законом, встановлюється Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», Кодексом України про адміністративні правопорушення, Кримінальним кодексом України.

3. Якщо Законом України «Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин» стосовно захисту прав споживачів харчового продукту та кормів встановлена інша відповідальність за порушення, визначені у частині першій цієї статті, застосовуються норми вказаного Закону.

4. Суми штрафів зараховуються до державного бюджету.

5. Суб'єкт господарювання несе відповідальність за своєчасне та повне погашення нарахованих штрафних санкцій і має право їх оскаржити в адміністративному та/або судовому порядку.

6. Суми штрафних санкцій підлягають погашенню протягом 15 днів після отримання суб'єктом господарювання відповідного рішення (постанови) про їх застосування, крім випадків, коли протягом цього строку суб'єкт господарювання розпочинає процедуру адміністративного або судового оскарження відповідного рішення (постанови).

У разі залишення без змін рішення (постанови) про застосування штрафних санкцій за результатами його оскарження, суб'єкт господарювання зобов'язаний самостійно погасити нараховані штрафні санкції протягом 15 днів, наступних за днем отримання рішення компетентного органу про результати розгляду скарги суб'єкта господарювання або набрання законної сили відповідним рішенням суду.

7. У разі несплати штрафу в зазначений строк примусове виконання рішення (постанови) про застосування штрафних санкцій здійснюється центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері організації примусового виконання рішень судів та інших органів (посадових осіб), у порядку, встановленому Законом України «Про виконавче провадження».

8. Сплата штрафу не звільняє суб'єкта господарювання від відповідальності за шкоду, заподіяну споживачам продукції.

Розділ VIII

Міжнародне співробітництво у сфері захисту прав споживачів

Стаття 43. Міжнародне співробітництво у сфері захисту прав споживачів

1. Суб'єкти системи захисту прав споживачів співпрацюють з відповідними органами інших держав і міжнародними організаціями з питань, пов'язаних із захистом прав споживачів.

2. Міжнародне співробітництво у сфері захисту прав споживачів здійснюється шляхом:

- 1) укладення міжнародних договорів та участі в роботі відповідних міжнародних і регіональних організацій;
- 2) обміну інформацією про випадки порушень прав споживачів, а також іншими даними у сфері захисту прав споживачів;
- 3) обміну професійним досвідом та кращими практиками;
- 4) надання експертних послуг;
- 5) навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців;
- 6) участі у виконанні спільних проектів у сфері захисту прав споживачів, у тому числі спільних інформаційних кампаніях;
- 7) удосконалення співпраці та обміну інформацією з іноземними органами захисту прав споживачів з питань захисту прав споживачів.

Голова
Верховної Ради України

Розділ IX

ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

1. Цей Закон набирає чинності з 1 січня 2023 року, крім пункту 17 частини першої статті 31 та статей 39 і 40, які набирають чинності та застосовується після прийняття відповідного законодавчого акта, що визначатиме порядок створення та умови функціонування органів позасудового вирішення спорів між споживачем та суб'єктом господарювання.

2. Визнати таким, що втратив чинність з дня набрання чинності цим Законом, Закон України “Про захист прав споживачів” (Відомості Верховної Ради України, 2006 р., № 7, ст. 84 із наступними змінами).

3. Кабінету Міністрів України протягом шести місяців з дня опублікування цього Закону:

привести свої нормативно-правові акти у відповідність до вимог цього Закону;

забезпечити приведення міністерствами та іншими центральними органами виконавчої влади своїх нормативно-правових актів у відповідність із цим Законом.

**Голова
Верховної Ради України**