ЗАКОН УКРАЇНИ

Про захист прав споживачів

Цей Закон регулює відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та суб'єктами господарювання незалежно від форми власності, які виробляють, продають товари чи харчові продукти, виконують роботи чи надають послуги, встановлює права споживачів, а також визначає механізми їх захисту та основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів.

Розділ I. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

Стаття 1. Визначення термінів

1. У цьому Законі терміни вживаються в такому значенні:

1) автоматизована система перевірених продавців – інформаційна система, яка є складовою частиною Єдиного державного веб-порталу для споживачів у сфері електронної комерції та містить інформацію про суб'єктів електронної комерції;

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

3) безоплатно – звільнення споживача від оплати будь-яких витрат, понесених суб'єктом господарювання для відновлення належної якості товару, зокрема вартості матеріалів, праці, перевезення, послуг поштового зв'язку;

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

5) виробник – суб'єкт господарювання, який виробляє товар/харчовий продукт або заявляє про себе як про виробника товару/харчового продукту чи про виробництво такого товару/харчового продукту на замовлення,

розміщуючи на товарі/харчовому продукті та/або на упаковці чи в супровідних документах, що передаються разом з товаром/харчовим продуктом споживачу, своє найменування (ім'я), торговельну марку або інший елемент, який ідентифікує такого суб'єкта господарювання, або який імпортує товар/харчовий продукт;

6) дистанційний договір – 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;

7) діагностика – перевірка суб'єктом господарювання товару щодо його відповідності встановленим вимогам, які пред'являються до нього, зокрема передбаченим умовами договору, інформації про товар, наданій суб'єктом господарювання;

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, в якому міститься інформація про якість, терміни, ціну та інші умови, за яких придбавається або реалізується продукція. Підтвердження вчинення усного правочину оформлюється квитанцією, товарним чи касовим чеком, квитком, талоном, розрахунковим документом, передбаченим Законом України "Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг", або іншим документом (далі – розрахунковий документ);

10) договір таймшеру – договір, строк дії якого перевищує один рік, згідно з яким споживач за винагороду отримує право користування одним або декількома місцями для ночівлі протягом більш як одного періоду проживання;

11) договір, що укладається поза торговельним чи офісним приміщенням, – договір:

укладений за одночасної фізичної присутності суб'єкта господарювання або його представника (уповноваженої особи) та споживача у місці, яке не є торговельним чи офісним приміщенням суб'єкта господарювання;

укладення якого у такому місці було запропоновано споживачем;

укладений у торговельному чи 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 чи офісним приміщенням суб'єкта господарювання, за одночасної фізичної присутності

суб'єкта господарювання або його представника (уповноваженої особи) та споживача;

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

12) Єдиний державний веб-портал для споживачів у сфері електронної комерції (далі – Портал е-покупець) – електронна інформаційно-комунікаційна система, в рамках якої здійснюються збирання, накопичення, обробка, захист, облік та надання споживачам інформації про суб'єктів електронної комерції, а також комунікація суб'єктів електронної комерції, споживачів, центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного нагляду (контролю) за додержанням законодавства про захист прав споживачів, та інших державних органів, які здійснюють захист прав споживачів у відповідних сферах у межах компетенції;

13) засоби дистанційного зв'язку – послуги поштового зв'язку, телекомунікаційні мережі, зокрема Інтернет, телемережі;

14) інтероперабельність цифрового вмісту – здатність товару з цифровим вмістом функціонувати з апаратними засобами чи програмним забезпеченням, відмінними від тих, з якими зазвичай використовуються товари з цифровим вмістом одного типу;

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

16) комерційна гарантія – будь-яка додаткова гарантія до передбаченого законодавством гарантійного зобов'язання, яка пропонується споживачу суб'єктом господарювання з власної ініціативи, безоплатно або за додаткову плату, та полягає, зокрема, у відшкодуванні вартості, заміні, ремонті чи будь-якому гарантійному обслуговуванні продукції відповідно до передбачених у комерційній гарантії умов;

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

18) компетентний орган – центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного нагляду (контролю) за додержанням законодавства про захист прав споживачів;

19) недолік – будь-яка невідповідність продукції вимогам законодавства, умовам договору, інформації про продукцію, наданій суб'єктом господарювання, або наявність дефекту в продукції у значенні, наведеному в Законі України "Про відповідальність за шкоду, завдану внаслідок дефекту в

продукції", підтверджена результатами діагностики, здійсненої суб'єктом господарювання, або результатами іншої незалежної експертизи (дослідження) продукції;

20) незалежна експертиза (дослідження) продукції – експертиза продукції, яка проводиться акредитованими лабораторіями, незалежними експертами, яким надано право на проведення експертизи згідно із законодавством, та оформлюється експертним висновком або іншим встановленим законодавством результатом дослідження;

21) перевірений продавець – статус, якого набуває суб'єкт електронної комерції, що пройшов електронну ідентифікацію, автентифікацію, зареєструвався на Порталі е-покупець та інформація про якого внесена до автоматизованої системи перевірених продавців;

22) позначення перевіреного продавця – графічне зображення, що містить гіперпосилання на веб-сторінку суб'єкта електронної комерції на Порталі е-покупець та підтверджує набуття таким суб'єктом статусу перевіреного продавця;

23) послуга – договір, укладений між суб'єктом господарювання і споживачем, про вчинення певних дій або здійснення певної діяльності за завданням споживача, який зобов'язується оплатити виконавцю зазначену послугу, якщо інше не встановлено договором;

24) продавець – суб'єкт господарювання, який згідно з договором реалізує споживачу товари/харчові продукти та/або пропонує їх для реалізації;

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

26) професійна сумлінність – рівень професійності та старанності суб'єкта господарювання, який відповідає очікуванням споживача та доброчесній комерційній практиці та/або загальним принципам добросовісності у сфері діяльності суб'єкта господарювання;

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

28) розстрочення платежу – здійснення споживачем оплати придбаної продукції безпосередньо суб'єкту господарювання частинами у строк та спосіб, узгоджені між суб'єктом господарювання та споживачем, без збільшення ціни на таку продукцію;

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

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

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

32) споживчі властивості товару – властивості щодо призначення, надійності, естетичності, ергономічності та безпечності товару, відповідності органолептичним показникам, які виявляються у процесі його споживання або використання споживачем для задоволення своїх потреб та визначають, зокрема, функціональність і зручність використання товару, його ремонтопридатність і довговічність, визначають споживчу вартість товару (цінність, корисність для споживача тощо);

33) строк (термін) придатності – строк (термін), визначений нормативно-правовими актами, умовами договору, протягом якого (до якого) у разі додержання відповідних умов зберігання та/або експлуатації чи споживання якісні показники і показники безпечності продукції повинні відповідати вимогам нормативно-правових актів та умовам договору;

34) строк служби – календарний строк використання продукції за призначенням, починаючи від введення в обіг чи після ремонту, протягом якого виробник (виконавець) гарантує її безпечність та несе відповідальність за істотні недоліки, що виникли з його вини;

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

36) сумісність цифрового вмісту – здатність товару з цифровим вмістом функціонувати з апаратними засобами чи програмним забезпеченням, з якими зазвичай використовуються товари з цифровим вмістом такого самого типу, без необхідності перетворення товарів, апаратних засобів чи програмного забезпечення;

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

38) товар – нехарчова продукція, а саме:

будь-яке рухоме майно, за винятком предметів, продаж яких необхідний для дотримання закону або іншим чином обумовлений законодавством;

будь-яке рухоме майно, яке включає або взаємопов'язане з цифровим вмістом або цифровою послугою таким чином, що відсутність цифрового

вмісту або цифрової послуги унеможливлює використання товару за призначенням (товари з цифровими елементами);

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

40) торговельне приміщення – це:

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-автопричепи, спеціальне технологічне обладнання (низькотемпературні лотки-прилавки), лотки);

41) функціональність товару – здатність товару виконувати свої функції з урахуванням призначення такого товару;

42) цифрова послуга – це послуга, що дає змогу:

споживачу створювати, обробляти, зберігати або отримувати доступ до даних у цифровій формі;

поширювати або будь-яким іншим чином використовувати дані у цифровій формі, що завантажені чи створені споживачем або іншими користувачами такої послуги;

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

44) ціна за одиницю продукції – кінцева ціна, включаючи податок на додану вартість та інші податки, за 1 кілограм, 1 літр, 1 метр, 1 квадратний метр, 1 кубічний метр або іншу одиницю вимірювання продукції, встановлену відповідно до законодавства про метрологію та метрологічну діяльність;

45) ціна продажу продукції – кінцева ціна за одиницю продукції чи задану кількість товару, включаючи податок на додану вартість та інші податки.

2. Інші терміни вживаються в цьому Законі у таких значеннях:

терміни "безпечний харчовий продукт", "харчовий продукт", "непридатний харчовий продукт", "небезпечний харчовий продукт" – у значеннях, наведених у Законі України "Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів";

терміни "комерційне електронне повідомлення", "послуга електронного сервісу порівняння продукції", "послуга електронного сервісу розміщення оголошень", "послуга електронного торговельного майданчика", "постачальник послуг прайс-агрегатора", "постачальник послуг маркетплейса", "постачальник послуг класифайда", "електронний договір", "інтернет-магазин" – у значеннях, наведених у Законі України "Про електронну комерцію";

терміни "введення в обіг", "розповсюдження", "ризик", "технічний регламент" – у значеннях, наведених у Законі України "Про технічні регламенти та оцінку відповідності";

терміни "контрафактні товари", "піратські товари" – у значеннях, наведених у Митному кодексі України;

термін "лікарський засіб" – у значенні, наведеному в Законі України "Про лікарські засоби";

терміни "вилучення з обігу", "відкликання" – у значеннях, наведених у Законі України "Про загальну безпечність нехарчової продукції".

3. Для цілей цього Закону термін "суб'єкт електронної комерції" вживається в такому значенні: суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми, що реалізує товари, виконує роботи, надає послуги з використанням інформаційно-комунікаційних систем.

У цьому Законі термін "день" означає календарний день.

Стаття 2. Сфера дії Закону

1. Цей Закон регулює 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. Норми цього Закону щодо захисту прав споживачів електронних комунікаційних послуг, житлово-комунальних послуг, фінансових послуг, послуг поштового зв'язку, а також у сферах пасажирських перевезень та туризму застосовуються з урахуванням особливостей, встановлених законами, що регулюють відносини у відповідній сфері.

Норми цього Закону, що регулюють відносини у сферах енергетики та комунальних послуг між суб'єктами господарювання та споживачами, застосовуються з урахуванням особливостей, визначених законами України "Про житлово-комунальні послуги", "Про ринок електричної енергії", "Про ринок природного газу", "Про теплопостачання", "Про питну воду та питне водопостачання", "Про державне регулювання у сфері комунальних послуг" та іншими законами України, що регулюють відносини у сферах енергетики та комунальних послуг, та у частині, що не суперечить нормам цих законів.

4. Дія цього Закону не поширюється на відносини 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, тоталізаторів та інших азартних ігор, або проведення лотерей;

4) надання медичних та/або соціальних послуг;

5) надання адміністративних послуг;

6) будівництва нових будівель, значного переобладнання існуючих будівель та оренди житлових приміщень;

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 і системності формування та реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів;

3) незалежності та неупередженості органів державної влади, органів місцевого самоврядування, які здійснюють захист прав споживачів;

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

5) прийняття рішення на користь споживача, якщо норма закону чи іншого нормативно-правового акта, виданого відповідно до 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 господарювання та споживачем передбачено нечіткі або двозначні положення;

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

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

8) сприяння заходам з розроблення, 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 ідентифікувати продукцію та простежити 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) безпечну та належної якості продукцію;

2) відшкодування шкоди, завданої внаслідок недоліків продукції;

3) вільний вибір продукції, запропонованої суб'єктом господарювання, та способу її оплати відповідно до законодавства;

4) споживчу освіту та/або просвіту;

5) своєчасне отримання повної, точної та достовірної інформації про продукцію;

6) ввічливе торговельне обслуговування;

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

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

2. Споживачі мають право здійснювати фото- та/або відеофіксацію порушення своїх прав, якщо це не суперечить закону.

3. Споживачі не можуть бути обмежені у реалізації інших прав, встановлених цим Законом, іншими актами законодавства України.

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

Стаття 5. Право споживача на безпечність товару та його належну якість

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

2. Споживач має право отримати, а суб'єкт господарювання зобов'язаний передати споживачу товар належної якості (якщо товар має характеристики, до яких застосовуються такі вимоги), який:

1) відповідає інформації про споживчі властивості, має кількісні, якісні та інші характеристики і ознаки, у тому числі щодо довговічності, функціональності, інтероперабельності або сумісності цифрового вмісту і безпечності, визначені договором;

2) відповідає цілям, для яких він придбавається споживачем, про які споживач повідомив суб'єкта господарювання до укладення договору і щодо яких суб'єкт господарювання надав згоду;

3) відповідає цілям, для яких призначений товар такого типу, з дотриманням вимог законодавства (якщо товар має характеристики, до яких застосовуються такі вимоги), а також технічних регламентів або національних стандартів, а в разі відсутності технічних регламентів, національних стандартів – кодексу поведінки, до якого приєднався суб'єкт господарювання;

4) має всі аксесуари та інструкції з використання, у тому числі з установки, визначені договором;

5) передається/надається споживачу з оновленнями, визначеними договором;

6) відповідає якості (якщо товар має характеристики, до яких застосовуються такі вимоги) та інформації про споживчі властивості зразка або моделі, які були продемонстровані суб'єктом господарювання споживачу до укладення договору;

7) передається/надається споживачу (якщо товар має характеристики, до яких застосовуються такі вимоги) разом з аксесуарами, включаючи пакування, інструкції з використання, у тому числі з установки, які відповідають обґрунтованим очікуванням споживача щодо їх отримання;

8) має кількісні, якісні та інші характеристики, у тому числі щодо довговічності, функціональності, інтероперабельності або сумісності цифрового вмісту і безпечності, які мають товари такого типу і на які обґрунтовано очікує споживач виходячи з природи такого товару та враховуючи інформацію про товар, надану споживачу до укладення договору суб'єктом господарювання або від його імені в рекламі, на етикетці або в інший спосіб;

9) не порушує прав третьої сторони, зокрема прав інтелектуальної власності та/або суміжних прав, під час його використання. У разі неможливості використання товару внаслідок порушення прав третьої сторони, зокрема прав інтелектуальної власності та/або суміжних прав, споживач має право скористатися правами, визначеними статтею 7 цього Закону.

3. Суб'єкт господарювання зобов'язаний видати споживачу розрахунковий документ, що засвідчує факт продажу товару чи харчового продукту.

4. Споживач має право обміняти товар належної якості на аналогічний товар у продавця, у якого він був придбаний, або повернути продавцю товар належної якості, якщо він не задовольняє споживача за формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин не може бути використаний споживачем за призначенням.

Споживач має право обміняти (повернути) товар належної якості протягом 14 днів з дня його отримання, не враховуючи день купівлі, у разі якщо день купівлі не збігається з днем отримання товару – з дня отримання, а якщо день отримання встановити неможливо – з дня укладення договору купівлі-продажу, якщо більш тривалий строк для обміну такого товару не встановлено продавцем.

Обмін (повернення) товару належної якості здійснюється за умови, що товар не використовувався, збережено його товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, а також розрахунковий документ, виданий споживачу 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 споживачу здійснювати його зчитування та ідентифікацію з розрахунковим документом за структурою даних, що в ньому містяться, або електронний розрахунковий документ, надісланий на надані споживачем абонентський номер чи адресу електронної пошти.

5. Не підлягають обміну (поверненню):

1) товари, виготовлені за індивідуальним замовленням споживача;

2) товари, які швидко псуються або втрачають свої споживчі властивості;

3) товари, придбані в запакованому вигляді та розпаковані споживачем, внаслідок чого порушено гігієнічні та інші властивості товару, пов'язані з охороною здоров'я, або властивості цифрового вмісту;

4) товари, які після придбання змішуються чи нерозривно з'єднуються з іншими товарами чи складовими, внаслідок чого товар втрачає свої вихідні властивості;

5) товари, які є друкованими медіа (газети, журнали, інші періодичні видання), за винятком можливості обміну (повернення) друкованих медіа відповідно до умов договору передплати та доставки періодичних видань;

6) товари, придбані на аукціоні, у тому числі шляхом проведення електронних торгів;

7) товари, які є аудіо-, відеозаписами або програмним забезпеченням, придбані у запакованому вигляді та розпаковані споживачем;

8) товари з цифровим вмістом, якщо 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 якщо 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;

9) товари, пошкоджені або зіпсовані з вини споживача;

10) товари, включені до переліку товарів, що не підлягають обміну (поверненню), який затверджується Кабінетом Міністрів України.

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

7. У разі відмови від договору купівлі-продажу товару, придбаного у торговельному приміщенні, розрахунки із споживачем проводяться виходячи з вартості товару на день його купівлі. Кошти, сплачені за товар, повертаються споживачу у день відмови від договору, а в разі неможливості – в інший строк за згодою споживача, але не пізніше семи днів з дня відмови від договору.

Суб'єкт господарювання зобов'язаний повернути суму, сплачену споживачем за товар, у спосіб, що відповідає способу оплати споживачем товару, крім випадку, якщо споживач погодився на інший спосіб повернення коштів.

8. Пошкодження упаковки під час її відкриття не позбавляє споживача права на обмін (повернення) товару належної якості або на відмову від договору, якщо таке пошкодження не вплинуло на товарний вигляд, ціну товару, його комплектність, якість або можливість його подальшого продажу відповідно до споживчих властивостей та призначення.

9. У разі виявлення споживачем невідповідності отриманого товару вимогам пункту 8 частини другої цієї статті суб'єкт господарювання не несе відповідальності, якщо:

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

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

3) розповсюджена суб'єктом господарювання або від його імені інформація не могла вплинути на рішення споживача щодо придбання товару.

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 частині шостій 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, передане/надане йому суб'єктом 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 споживачу 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 споживачу.

12. Товар не вважається товаром з недоліком, якщо при укладенні договору суб'єкт господарювання поінформував споживача про те, що конкретні характеристики товару не відповідають тим, які передбачені вимогами пунктів 5–8 частини другої та частини десятої цієї статті, а споживач при укладенні договору надав свою згоду у будь-якій формі, яка дає змогу ідентифікувати факт підтвердження ним згоди на отримання такого товару.

13. Введення в обіг, розповсюдження та реалізація контрафактних та/або піратських товарів забороняються.

Стаття 6. Гарантійні зобов'язання суб'єкта господарювання у разі виявлення недоліку товару

1. Суб'єкт господарювання протягом гарантійного строку несе перед споживачем відповідальність за будь-який недолік, що існував на момент передачі товару, у тому числі товару з цифровим вмістом. У разі виявлення споживачем недоліку товару протягом гарантійного строку суб'єкт господарювання зобов'язаний забезпечити здійснення його гарантійного ремонту, гарантійної заміни, зниження ціни або розірвання договору в порядку, встановленому статтею 7 цього Закону.

2. Гарантійний строк товару становить два роки з дня передачі товару споживачу, а вживаного товару (товару, що був у використанні) – не менше одного року з дня передачі споживачу. У разі якщо строк служби товару

становить менше двох років, гарантійний строк встановлюється на строк служби товару.

Гарантійний строк на нерухоме майно, нерухомість становить 10 років з дня передачі споживачу.

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

У разі виявлення споживачем недоліку товару протягом одного року з моменту передачі споживачу недолік вважається таким, що існував на момент передачі товару, якщо інше не доведено суб'єктом господарювання або якщо це не відповідає природі товару чи природі виявленого недоліку. У разі виявлення споживачем недоліку товару пізніше ніж через один рік з моменту його передачі споживачу споживач має довести, що недолік існував на момент передачі товару.

Споживач має повідомити суб'єкту господарювання про виявлення ним недоліку товару не пізніше ніж через два місяці з дня виявлення.

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

Суб'єкт господарювання зобов'язаний надати споживачу експлуатаційні документи на технічно складні побутові товари у паперовій або електронній формі.

4. Порядок здійснення гарантійного ремонту (обслуговування), гарантійної заміни технічно складних побутових товарів визначається Кабінетом Міністрів України.

5. Якщо договором про придбання товарів з цифровим вмістом передбачено неодноразове постачання цифрового вмісту або неодноразове надання 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 надання 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 постачання цифрового вмісту або надання цифрової послуги, встановленого договором.

6. У разі здійснення ремонту товару з недоліком гарантійний строк продовжується на час перебування товару в ремонті. Зазначений час обчислюється з дня, коли споживач звернувся з письмовою вимогою про усунення недоліку та передав товар для виконання гарантійних зобов'язань.

У разі усунення недоліку шляхом заміни комплектуючих або складових частин товару, на які встановлено гарантійний строк, гарантійний строк на нові комплектуючі або складові частини обчислюється починаючи з дня видачі споживачу товару після ремонту.

7. У разі гарантійної заміни товару новий гарантійний строк обчислюється з дня заміни.

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

9. Суб'єкт господарювання, крім обов'язкового гарантійного зобов'язання, може надавати додатково комерційну гарантію.

10. Будь-яка комерційна гарантія є обов'язковою для гаранта згідно з умовами, викладеними у 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 протягом періоду, на який надано таку гарантію, виробник здійснює гарантійний ремонт або гарантійну заміну товару відповідно до частин першої – четвертої статті 7 цього Закону.

Якщо умови, викладені у 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, якщо рекламу було виправлено до укладення договору купівлі-продажу у той самий або подібний спосіб, у який вона була розповсюджена.

11. Пропозиція про надання комерційної гарантії надається споживачу у паперовій або електронній формі не пізніше моменту передачі товару споживачу та має містити:

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

2) найменування та місцезнаходження гаранта;

3) процедуру реалізації прав, наданих комерційною гарантією;

4) найменування товару, на який поширюється комерційна гарантія;

5) умови комерційної гарантії.

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

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

14. Положення цієї статті не застосовуються щодо харчових продуктів.

15. Якщо суб'єкт господарювання несе перед споживачем відповідальність за передачу товару неналежної якості, що спричинено дією чи бездіяльністю, включаючи ненадання оновлень до товарів із цифровим вмістом, іншої особи в попередніх ланках ланцюга постачання товару, така особа на вимогу суб'єкта господарювання зобов'язана відшкодувати всі витрати, понесені суб'єктом господарювання для виконання своїх гарантійних зобов'язань перед споживачем.

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 гарантійного ремонту товару;

2) здійснення гарантійної заміни товару на такий самий або аналогічний товар.

2. Гарантійний ремонт або гарантійна заміна товару здійснюється:

1) безоплатно для споживача;

2) у строк, що не перевищує 14 днів з дня звернення споживача, або в інший строк за спільною домовленістю споживача та суб'єкта господарювання;

3) без будь-яких суттєвих незручностей для споживача з урахуванням природи товару та цілей, для яких споживач його придбав.

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

Споживач звільняється від оплати будь-яких витрат, пов'язаних з гарантійним ремонтом або гарантійною заміною товару.

4. У разі заміни товару з недоліком на такий самий товар (такої самої марки, моделі, артикула, модифікації) належної якості, ціна якого змінилася, перерахунок вартості не проводиться.

У разі заміни товару з недоліком на аналогічний товар (іншої марки, моделі, артикула, модифікації) належної якості перерахунок вартості товару з

недоліком у разі підвищення ціни проводиться виходячи з його вартості на час обміну, а в разі зниження ціни – виходячи з його вартості на час купівлі.

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

1) суб'єкт господарювання не здійснив гарантійний ремонт або гарантійну заміну товару або не виконав свої зобов'язання, пов'язані з ремонтом або заміною, передбачені частиною четвертою цієї статті;

2) той самий недолік з'явився після ремонту;

3) недолік товару є настільки суттєвим, що дає право споживачеві вимагати від суб'єкта господарювання зниження ціни товару неналежної якості або відмовитися від договору;

4) суб'єкт господарювання заявив або це підтверджується фактичними обставинами, що ремонт або заміна не можуть бути виконані у визначений законодавством або за домовленістю сторін строк або без створення будь-яких суттєвих незручностей для споживача;

5) суб'єкт господарювання заявив, що ремонт або заміна товару є для нього економічно невигідними.

6. Зниження ціни товару з недоліком повинно бути пропорційним зменшенню вартості отриманого споживачем товару порівняно з вартістю, яку він мав би сплатити у разі відсутності недоліку товару.

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

7. Споживач має право відмовитися від договору купівлі-продажу шляхом подання продавцю в паперовій або електронній формі заяви про відмову від такого договору.

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

8. У разі відмови від 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 споживачу сплачені за товар кошти після отримання товару або копії документа, що підтверджує надсилання товару суб'єкту господарювання.

9. У разі відмови від договору купівлі-продажу розрахунок із споживачем проводиться за умови підвищення ціни товару – виходячи з його вартості на час пред'явлення відповідної вимоги, а за умови зниження ціни товару – виходячи з вартості товару на час купівлі. Кошти, сплачені за товар, повертаються

споживачу у день відмови від договору, а в разі неможливості – в інший строк за домовленістю сторін, але не пізніше семи днів з дня відмови від договору.

10. Споживач не має права вимагати розірвання договору, якщо виявлений ним недолік є незначним та таким, що може бути легко усунутим і дає змогу споживачу використовувати товар за призначенням.

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

11. У разі укладення між суб'єктом господарювання та споживачем договору про придбання товару, оплата за який здійснюється частинами, зокрема придбання товару з розстроченням платежу, споживач має право не здійснювати черговий платіж до моменту виконання суб'єктом господарювання зобов'язань, передбачених цією статтею.

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 його неправильної установки, у разі якщо:

1) установка товару передбачена договором та здійснена суб'єктом господарювання або від його імені; або

2) установку товару, яку має право виконати споживач, здійснено споживачем неправильно через неповну інформацію в інструкції з установки, наданій суб'єктом господарювання, а щодо товару з цифровим вмістом – наданій суб'єктом господарювання або постачальником цифрового вмісту чи надавачем 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 від суб'єкта господарювання заміни його на харчовий продукт, що є придатним для споживання, або відмовитися від договору та вимагати повернення сплачених коштів.

Порядок повернення (заміни) непридатних та небезпечних харчових продуктів затверджується Кабінетом Міністрів України.

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

3. У разі відмови споживача від договору купівлі-продажу суб'єкт господарювання зобов'язаний повернути споживачу у день відмови від договору сплачені ним кошти, а в разі неможливості повернути кошти у день відмови від договору – в інший строк за домовленістю сторін, але не пізніше семи днів з дня відмови від договору.

4. Вимоги споживача задовольняються 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 в односторонньому порядку відмовитися від договору про виконання робіт (надання послуг) і вимагати відшкодування збитків, якщо виконавець своєчасно не приступив до виконання своїх зобов'язань за договором або виконує їх настільки повільно, що виконання зобов'язань у визначений договором строк є неможливим.

У разі якщо виконано більше 70 відсотків загального обсягу робіт (надання послуг), споживач має право відмовитися від договору лише в частині робіт (послуг), що залишилися невиконаними (ненаданими).

Споживач має право відмовитися від договору 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 послузі) споживач за власним вибором має право на:

1) безоплатне усунення недоліків у строк, що не перевищує 30 днів, або в інший строк за домовленістю сторін;

2) відповідне зменшення ціни виконаної роботи (наданої послуги);

3) відшкодування завданих йому збитків, пов'язаних з усуненням недоліків власними силами чи із залученням третьої особи;

4) відмову від договору в односторонньому порядку.

3. Вимоги, передбачені частиною другою цієї статті, підлягають задоволенню у разі виявлення недоліків під час виконання роботи (надання послуги), приймання виконаної роботи (наданої послуги), а у разі неможливості виявлення недоліків під час приймання – протягом гарантійного строку, встановленого законодавством або договором, а в 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 за недоліки у виконаній роботі (наданій послузі), якщо доведе, що такі недоліки виникли з вини споживача чи внаслідок випадку або дії непереборної сили.

5. Виконавець зобов'язаний протягом трьох днів відшкодувати збитки, що виникли у зв'язку із 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), не передбачених 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. Дія положень цієї статті не поширюється на виконання робіт з гарантійного ремонту.

8. У разі якщо виконавець не може виконати (прострочує виконання) роботу (надати послугу) згідно з договором, за кожний день (за кожну годину – якщо тривалість виконання визначено у годинах) прострочення споживачу сплачується пеня в розмірі 3 відсотки вартості роботи (послуги), якщо інше не передбачено законодавством. Якщо вартість роботи (послуги) не визначено, виконавець сплачує споживачу неустойку в розмірі 3 відсотки 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. Суб'єкт господарювання, який виконав роботу (надав послугу) згідно з договором у повному обсязі або частково, зобов'язаний після отримання оплати від споживача видати йому розрахунковий документ, що засвідчує факт виконання роботи (надання послуги).

10. Правила побутового обслуговування населення затверджуються Кабінетом Міністрів України.

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

1. Суб'єкт господарювання у разі здійснення споживачем попередньої оплати за продукцію укладає із 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 у передбачений договором строк, споживач за власним вибором має право:

1) змінити умови договору щодо строку постачання та отримання продукції від суб'єкта господарювання, установивши новий строк; або

2) відмовитися в односторонньому порядку від договору і вимагати повернення суми попередньої оплати за продукцію.

3. У разі відмови споживача від договору суб`єкт господарювання зобов'язаний повернути йому кошти в сумі попередньої оплати за продукцію у строк, що не перевищує 14 днів з моменту звернення споживача у паперовій 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 це сталося з вини споживача (споживач зазначив неправильну адресу, відмовився отримати поштове відправлення тощо) чи внаслідок випадку або дії непереборної сили.

Стаття 11. Вимоги до зазначення ціни продукції

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

Ціна за одиницю продукції не зазначається, якщо вона ідентична ціні продажу продукції. Якщо товар або харчовий продукт продаються на вагу, суб'єкт господарювання зазначає лише ціну за одиницю маси товару або 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 продукції 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 якщо до продажу пропонується набір товарів, харчових продуктів, робіт (послуг) чи їх поєднання, зазначаються вміст та ціна такого набору.

6. Якщо суб'єкт господарювання надає споживачу 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) умови прийняття пропозиції, зокрема строк її дії та будь-які інші обмеження, включаючи обмеження щодо кількості.

7. Застосовувати поняття "знижка", "зменшена ціна", "вигода", "низька ціна", "акція" або будь-які інші аналогічні за значеннями поняття дозволяється лише з додержанням таких умов:

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

2) вони застосовуються протягом визначеного та обмеженого періоду часу;

3) ціна продукції є нижчою за її звичайну ціну продажу.

8. Застосовувати поняття "розпродаж" або будь-які інші аналогічні поняття дозволяється лише з додержанням таких умов:

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

2) тривалість розпродажу обмежена в часі;

3) ціна продукції, що підлягає розпродажу, є меншою за її звичайну ціну продажу.

9. У разі проведення розпродажу, застосування знижок або зменшення ціни продажу продукції суб'єкт господарювання не пізніше дня початку та протягом дії відповідної акції повідомляє споживачам у будь-який спосіб інформацію про звичайну ціну продажу продукції, що була встановлена до початку проведення відповідного розпродажу, застосування знижок або зменшення ціни продажу, а також ціну продажу такої продукції, встановлену після їх початку.

10. Звичайна ціна продажу продукції – це найменша ціна, за якою суб'єкт господарювання пропонував придбати продукцію протягом останніх 30 днів до 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 продукції є найменша ціна, за якою суб'єкт господарювання пропонував придбати продукцію до 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 в закладах освіти, з питань реалізації прав споживачів та механізмів їх захисту, а також вживає заходів, спрямованих на доведення до відома суб`єктів господарювання інформації про права споживачів та механізми їх захисту.

2. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сферах освіти і науки, створює умови для здобуття споживачами в закладах освіти всіх рівнів (дошкільної, загальної середньої, професійної (професійно-технічної), фахової передвищої та вищої освіти), а також у закладах позашкільної та післядипломної освіти потрібних знань з питань реалізації прав споживачів та механізмів їх захисту.

3. Органи державної влади, органи місцевого самоврядування, які здійснюють захист прав споживачів, інформують споживачів з питань реалізації прав споживачів та механізмів їх захисту.

Стаття 13. Право споживача на інформацію про продукцію

1. Споживач має право на одержання необхідної, доступної, повної, достовірної і своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість здійснення ним свідомого вибору. Суб'єкт господарювання зобов'язаний своєчасно, до придбання продукції, надати споживачу інформацію про таку продукцію. Інформація про продукцію не вважається рекламою.

2. Інформація про продукцію вважається повною і достовірною, якщо вона містить:

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

2) дані про основні споживчі властивості товару 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 у випадку, якщо з різних об'єктивних причин до моменту постачання товару неможливо визначити кінцеву ціну продукції;

6) будь-які особливі умови зберігання та/або використання, а також можливі негативні наслідки споживання (використання), якщо вони визначені виробником або встановлені 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) строк придатності (служби) товару (наслідків роботи), відомості про необхідні дії споживача після його закінчення, а також про можливі наслідки у разі невиконання таких дій. Строк придатності (служби) може не зазначатися, якщо він є необмеженим.

3. Інформація про послуги з показу (проведення) гастрольних заходів, що 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, у тому числі технічними регламентами, можуть встановлюватися 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, у кольорі, шрифті та розмірі, за допомогою слів, цифр, піктограм, символів, графічних зображень, які не ускладнюють її сприйняття.

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 поширюються на продукцію, що є харчовим продуктом або кормом.

7. Суб'єкт господарювання зобов'язаний надати споживачу інформацію відповідно до вимог Закону України "Про забезпечення функціонування української мови як державної". Інформація про назву товару чи харчового продукту, дані про основні споживчі властивості товару чи харчового продукту, що розміщуються на поверхні, яка має найбільшу площу, товару чи харчового продукту та/або упаковки, етикетки, приєднаної до товару чи харчового продукту, не може надаватися державною мовою держави-агресора або держави-окупанта, не повинна приховуватися або спотворюватися іншою текстовою чи графічною інформацією.

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

Інформація про продукцію, передбачена частиною другою цієї статті, а також будь-яке інше маркування продукції надаються державною мовою та за потреби можуть дублюватися іншими мовами.

У разі розміщення інформації, зазначеної в абзаці другому цієї частини, безпосередньо на продукції та/або упаковці, етикетці, приєднаній до неї, інформація, що надається державною мовою, розміщується на поверхні, яка має найбільшу площу, продукції та/або упаковки, етикетки, приєднаної до продукції, яка має найбільшу площу, не повинна приховуватися або спотворюватися іншою текстовою чи графічною інформацією і при цьому розмір шрифту, яким наноситься інформація державною мовою, не може бути меншим за розмір шрифту, яким наноситься інформація іншою мовою.

Інформація про продукцію може розміщуватися в місці реалізації та/або може доводитися до споживача за допомогою засобів дистанційного зв'язку, зокрема шляхом розміщення на офіційних веб-сайтах виробника (виконавця), продавця.

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 розміщувати інформацію про продукцію на своєму веб-сайті у формі, легкодоступній для розуміння вразливими категоріями споживачів, зокрема особами з вадами розумового чи фізичного розвитку.

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

продавця товару, зокрема його місцезнаходження та контактні дані;

інтероперабельність або сумісність цифрового вмісту щодо функціонування з апаратними засобами чи програмним забезпеченням – у разі придбання товару з цифровим вмістом;

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

умови придбання продукції, зокрема умови доставки чи пересилання;

строк дії договору та умови відмови від договору;

можливість та порядок позасудового врегулювання споживчих спорів у разі їх виникнення.

Суб'єкт господарювання, який прийняв кодекс поведінки або приєднався до нього, інформує споживачів про наявність такого кодексу поведінки, способи ознайомлення з його змістом та забезпечує доступ до нього, у тому числі в електронній формі.

Суб'єкт господарювання, який заявив про дотримання ним кодексу поведінки, зобов'язаний реалізовувати продукцію з дотриманням вимог такого кодексу та враховувати положення такого кодексу при надсиланні комерційних електронних повідомлень.

11. Суб'єкт господарювання, що реалізує продукцію з використанням інформаційно-комунікаційних систем, при надсиланні комерційних електронних повідомлень зобов'язаний забезпечити прямий простий стабільний доступ споживача до інформації про себе, перелік якої визначено частиною першою статті 7 Закону України "Про електронну комерцію".

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.

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

Суб'єкт господарювання не може обмежувати у будь-який спосіб використання споживачем електронних платіжних засобів, якщо відповідно до законодавства він зобов'язаний приймати їх до сплати.

Суб'єкт господарювання не може встановлювати відмінні ціни на одну і ту саму продукцію залежно від способу оплати споживачем вартості продукції в готівковій або безготівковій формі.

2. Примушувати споживача придбавати продукцію з недоліками або непотрібного йому асортименту забороняється.

3. Обслуговування споживачів здійснюється державною мовою відповідно до вимог Закону України "Про забезпечення функціонування української мови як державної".

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

5. Торговельні 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.

За результатами обстеження будівлі та прилеглої території комісією, до складу якої входять представник органу місцевого самоврядування, фахівець, який має відповідні знання з проектування споруд класу, який відповідає класу будівлі, щодо якої здійснюється обстеження, представник громадськості від органу самоврядування населення, що включає в себе територію, на якій розташована така будівля, може бути прийнято обґрунтоване рішення про неможливість пристосування такої будівлі для потреб осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення відповідно до державних будівельних норм і правил.

Власники торговельних приміщень, у яких суб'єкти господарювання здійснюють свою діяльність, зобов'язані виконати вимоги, передбачені абзацом першим цієї частини, не пізніше ніж у шестимісячний строк з дня 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.

6. 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 його споживчих властивостей, справності, за умови що це не вплине на його товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, комплектність та на цільове призначення товару, надати контрольні засоби вимірювальної техніки для перевірки габаритів, маси або об'єму тощо.

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

8. Суб'єкту господарювання забороняється встановлювати будь-яку додаткову (супровідну) плату під час здійснення оплати за продукцію з використанням електронних платіжних засобів, платіжних застосунків або платіжних пристроїв, у тому числі плату за використання певного електронного платіжного засобу, платіжного застосунку або платіжного пристрою.

9. У разі якщо суб'єкт господарювання в рамках договору із споживачем пропонує використовувати телефонний зв'язок як засіб комунікації з ним, споживач не зобов'язаний сплачувати більшу вартість телефонного зв'язку, ніж розмір плати, встановлений оператором телекомунікацій.

10. Суб'єкт господарювання повинен до укладення договору отримати від споживача пряму письмову згоду на будь-яку додаткову плату, крім плати за договором.

У разі недотримання суб'єктом господарювання вимог абзацу першого цієї частини та застосування додаткової плати без згоди споживача споживачу відшкодовується сума відповідного платежу.

Стаття 15. Нікчемність умов договорів, що обмежують права споживача

1. Умови договору, які не обговорювалися індивідуально із споживачем та наслідком застосування яких є істотний дисбаланс прав та обов'язків сторін на користь суб'єкта господарювання, є нікчемними.

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

Обговорення із споживачем окремих умов договору, складеного суб'єктом господарювання заздалегідь, не виключає застосування положень цієї статті до інших умов такого договору.

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

3. Умови договору, які вважаються нікчемними:

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

2) позбавлення або обмеження прав споживача, пов'язаних із 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 укладати 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 укладати або не виконувати договір;

4) обов'язок споживача сплатити штраф, пеню, інші нарахування або компенсацію у непропорційно великому розмірі (більше 30 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 відмови від 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 до укладення договору;

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

11) надання можливості суб'єкту господарювання в односторонньому порядку без поважних причин змінювати характеристики продукції, що 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 відмовитися від договору;

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 таких зобов'язань виконанням конкретних умов;

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

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. Положення пункту 7 частини третьої цієї статті не застосовується до умов договорів, укладених 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 відмову від договору, а також до договорів про надання фінансових послуг, відповідно до яких за надавачем фінансових послуг закріплено право змінювати без попередження відсоткову ставку або суму інших платежів за фінансові послуги, що сплачуються 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 відмовитися від договору.

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) фінансових послуг, операцій з фінансовими інструментами та інших операцій з товарами або послугами, ціна яких залежить від зміни котирувань чи індексів на організованих ринках або від ставок на фінансових ринках, які не контролюються продавцем;

2) договорів про купівлю-продаж іноземної валюти або про транскордонний переказ коштів в іноземній валюті.

5. Нечіткі або двозначні положення договору із споживачем тлумачаться на користь споживача.

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

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

8. Наслідки визнання умови договору нікчемною поширюються на всі договори, у тому числі договори таймшеру, що містять таку умову.

Розділ III. ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У РАЗІ УКЛАДЕННЯ ДОГОВОРУ ПОЗА ТОРГОВЕЛЬНИМ ЧИ ОФІСНИМ ПРИМІЩЕННЯМ АБО ДИСТАНЦІЙНОГО ДОГОВОРУ

Стаття 16. Портал е-покупець

1. Портал е-покупець створюється з метою забезпечення взаємодії суб'єктів електронної комерції, споживачів, компетентного органу та інших державних органів, що здійснюють захист прав споживачів у відповідних сферах у межах компетенції.

2. До автоматизованої системи перевірених продавців, яка є складовою частиною Порталу е-покупець, вноситься інформація про суб'єктів електронної комерції.

3. Інформація, розміщена на Порталі е-покупець, захищається відповідно до вимог законодавства у сфері захисту інформації.

4. Доступ до Порталу е-покупець здійснюється через мережу Інтернет та є відкритим і безоплатним.

5. Портал е-покупець є об'єктом права державної власності.

6. Створення та функціонування Порталу е-покупець забезпечує центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері цифрової економіки.

7. Центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері цифрової економіки, призначає технічного адміністратора Порталу е-покупець, який здійснює заходи з його адміністрування і програмного супроводження, відповідає за збереження розміщеної інформації, захищає її від несанкціонованого доступу та знищення.

8. Порядок функціонування, експлуатації, технічного супроводу, структура та взаємодія з електронними інформаційними ресурсами, зміст інформації, що розміщується на Порталі е-покупець, та порядок її внесення, перелік користувачів та обсяг прав доступу для різних користувачів Порталу е-покупець, порядок набуття статусу перевіреного продавця, форма та зразок позначення "перевірений продавець", порядок інформаційної взаємодії Порталу е-покупець із суб'єктами електронної комерції, споживачами, компетентним органом та іншими державними органами, які здійснюють захист прав споживачів у відповідних сферах у межах компетенції, реєстрами, а також з автоматизованими інформаційними системами, держателями (розпорядниками, адміністраторами) яких є державні органи (підприємства, установи, організації), порядок виключення суб'єктів електронної комерції з Порталу е-покупець затверджуються Кабінетом Міністрів України.

9. Завданнями Порталу е-покупець є:

1) відображення інформації про суб'єктів електронної комерції, яка міститься в автоматизованій системі перевірених продавців;

2) створення та функціонування електронного кабінету користувача для здійснення комунікації суб'єктів електронної комерції, споживачів, компетентного органу та інших державних органів, які здійснюють захист прав споживачів у відповідних сферах у межах компетенції;

3) забезпечення споживачам можливості подання звернень про порушення їхніх прав при придбанні продукції у суб'єктів електронної комерції, а також надсилання комерційних повідомлень та інформування про перебіг та результати розгляду звернень;

4) збирання, накопичення, обробка, захист, облік та надання споживачам інформації про дані суб'єктів електронної комерції;

5) забезпечення отримання суб'єктом електронної комерції позначення "перевірений продавець", що підтверджує набуття ним статусу перевіреного продавця;

6) здійснення моніторингу та оцінки якості послуг, що надаються з використанням Порталу е-покупець;

7) виконання інших завдань, визначених законодавством.

10. Суб'єкт електронної комерції, що реалізує продукцію з використанням інформаційно-комунікаційних систем, зобов'язаний протягом 10 днів з дня початку провадження такої діяльності зареєструватися на Порталі е-покупець та надати інформацію, передбачену частиною одинадцятою цієї статті.

День початку провадження суб'єктом електронної комерції діяльності з реалізації продукції з використанням інформаційно-комунікаційних систем визначається за сукупністю таких критеріїв:

державна реєстрація фізичної особи – підприємця або юридичної особи;

реалізація продукції з використанням інформаційно-комунікаційних систем шляхом розміщення пропозиції (оферти) про укладення електронного дистанційного договору.

У разі зміни інформації, передбаченої частиною одинадцятою цієї статті, суб'єкт електронної комерції зобов'язаний повідомити про це на Порталі е-покупець протягом п'яти робочих днів з дня виникнення зміни.

Такий суб'єкт зобов'язаний підтверджувати інформацію, зазначену у частині одинадцятій цієї статті, щороку, протягом місяця починаючи з наступного року з дати реєстрації на Порталі е-покупець.

11. Для реєстрації на Порталі е-покупець суб'єкт електронної комерції повинен надати інформацію, передбачену частиною першою (крім абзацу

сьомого) статті 7 Закону України "Про електронну комерцію", а також: назву інтернет-магазину (за наявності), веб-адресу інтернет-магазину та/або посилання на веб-сторінку суб'єкта електронної комерції в інформаційно-комунікаційній системі постачальника послуг електронного торговельного майданчика (далі – маркетплейс), постачальника послуг електронного сервісу розміщення оголошень (далі – класифайд) та/або постачальника послуг електронного сервісу порівняння продукції (далі – прайс-агрегатор), на яких такий суб'єкт реалізує продукцію, контактний номер телефону.

12. Суб'єкт електронної комерції, який пройшов ідентифікацію, автентифікацію на Порталі е-покупець та набув статусу перевіреного продавця, зобов'язаний:

розмістити позначення "перевірений продавець" в інтернет-магазині, з використанням якого він реалізує продукцію;

повідомити маркетплейс, класифайд, прайс-агрегатор, в інформаційно-комунікаційних системах яких він реалізує продукцію, про набуття статусу перевіреного продавця.

Розміщення позначення "перевірений продавець" без реєстрації на Порталі е-покупець є підставою для притягнення суб'єкта електронної комерції до відповідальності, передбаченої цим Законом.

Маркетплейс, класифайд, прайс-агрегатор після отримання від суб'єкта електронної комерції повідомлення про набуття ним статусу перевіреного продавця та/або у разі самостійного встановлення факту набуття ним такого статусу зобов'язані розмістити на веб-сторінці такого суб'єкта електронної комерції, який реалізує продукцію в їхніх інформаційно-комунікаційних системах, позначення "перевірений продавець". Розміщення такого позначення вважається виконанням вимог частини сьомої статті 18 цього Закону.

Розміщення позначення "перевірений продавець" на веб-сторінці суб'єкта електронної комерції без його реєстрації на Порталі е-покупець є підставою для притягнення маркетплейса, класифайда, прайс-агрегатора до відповідальності, передбаченої цим Законом.

13. Маркетплейс, класифайд, прайс-агрегатор зобов'язані обмежити доступ суб'єктів електронної комерції, не зареєстрованих на Порталі е-покупець, до своїх інформаційно-комунікаційних систем.

14. Рішення про виключення суб'єкта електронної комерції з Порталу е-покупець та втрату ним статусу перевіреного продавця може бути прийняте компетентним органом за наявності таких підстав:

1) державна реєстрація припинення юридичної особи (крім перетворення);

2) державна реєстрація припинення підприємницької діяльності фізичною особою – підприємцем;

3) за рішенням компетентного органу за результатами проведених заходів державного нагляду (контролю), у разі порушення суб'єктом електронної комерції вимог частини одинадцятої цієї статті та/або непідтвердження суб'єктом електронної комерції інформації, передбаченої частиною одинадцятою цієї статті, у строки, передбачені абзацом п'ятим частини десятої цієї статті.

Стаття 17. Право споживача на інформацію у разі укладення договору поза торговельним чи офісним приміщенням або дистанційного договору

1. До укладення договору поза торговельним чи офісним приміщенням або дистанційного договору продавець повинен надати споживачу в чіткій та зрозумілій для сприйняття формі таку інформацію, яка є невід'ємною частиною договору:

1) найменування та споживчі властивості товару або основні характеристики роботи (послуги);

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

а) для юридичних осіб: повне найменування юридичної особи (відокремленого підрозділу), адреса реєстрації юридичної особи та її фактичне місцезнаходження, ідентифікаційний код згідно з ЄДРПОУ та індивідуальний податковий номер згідно з даними реєстру платників податку на додану вартість (за наявності), відомості про документ дозвільного характеру чи ліцензію (якщо це передбачено законодавством);

б) для фізичних осіб – підприємців: прізвище, власне ім'я та по батькові (за наявності), адреса реєстрації, реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку в паспорті), відомості про документ дозвільного характеру чи ліцензію (якщо це передбачено законодавством);

в) номер телефону, адреса електронної пошти 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 зазначеної у підпунктах "а" і "б" цього пункту;

3) ціна продукції або спосіб її розрахунку, а також інформація щодо включення податків до розрахунку вартості продукції. Спосіб розрахунку ціни надається лише в тому випадку, якщо з різних об'єктивних причин до моменту постачання товару, виконання робіт, надання послуг неможливо визначити

кінцеву ціну продукції. У разі укладення договору на невизначений строк або договору, що містить підписку на постачання певної продукції, ціна включає загальні витрати за розрахунковий період. Якщо такий договір передбачає оплату за фіксованою ціною, загальна ціна включає загальні місячні витрати за один місяць;

4) автоматично сформована на індивідуальній основі ціна для конкретного споживача;

5) додаткові витрати на перевезення, доставку товару, харчового продукту, послуги поштового зв'язку чи будь-які інші витрати;

6) порядок оплати продукції, а також строк та порядок доставки товару, харчового продукту чи виконання робіт, надання послуг;

7) вартість електронних комунікаційних послуг, якщо вона відмінна від вартості за тарифами (тарифними планами) відповідно до договору, на підставі якого споживач отримує електронні комунікаційні послуги;

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 передбачено договором, порядок та спосіб повернення коштів за повернутий товар, можливі витрати споживача, пов'язані з поверненням товару в разі відмови від договору, а також умови, за яких споживач не може відмовитися від договору;

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 з кодексом поведінки, у разі його наявності;

13) строк дії договору, порядок та умови відмови від 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 інтероперабельність або сумісність цифрового вмісту щодо функціонування з апаратними засобами або програмним забезпеченням, у разі придбання товару з цифровим вмістом;

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

2. У разі придбання споживачем радіообладнання він має право на отримання інформації щодо документа про відповідність та про порядок користування радіочастотним ресурсом при застосуванні цього радіообладнання.

3. Дія положень частини першої цієї статті також застосовується до договорів, що стосуються постачання цифрового вмісту, який не постачається на матеріальному носії.

4. Умови договору можуть відрізнятися від інформації, наданої споживачу до його укладення, якщо такі умови погоджені сторонами.

5. У разі ненадання суб'єктом господарювання інформації про додаткові витрати на перевезення, доставку товару, харчового продукту, послуги поштового зв'язку чи будь-які інші витрати споживач має право не оплачувати такі витрати.

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

7. Дія положень цієї статті поширюється на відносини, 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 18. Права споживача під час придбання продукції у суб'єкта електронної комерції

1. Споживач перед прийняттям рішення про придбання продукції та укладення відповідного договору має право ознайомитися з інформацією про продукцію, що міститься в інтернет-магазині суб'єкта електронної комерції, який пропонує таку продукцію для реалізації, або в інформаційно-комунікаційній системі маркетплейса, класифайда, прайс-агрегатора.

2. Суб'єкт електронної комерції зобов'язаний забезпечити доступ споживача до умов договору, які повинні бути розміщені в інформаційно-комунікаційній системі у легкодоступному для споживача місці так, щоб це дало змогу споживачу ознайомитися з договором до оформлення свого замовлення на придбання продукції.

3. З метою отримання від суб'єкта електронної комерції інформації про продукцію споживач може надати згоду на поширення таким суб'єктом на його електронну адресу відповідних комерційних електронних повідомлень щодо продукції, рішення про придбання якої споживачем не приймалося.

Комерційні електронні повідомлення не можуть надсилатися без згоди на їх отримання, наданої особою, якій такі повідомлення адресовані, та без можливості відмовитися від подальшого надсилання таких повідомлень, у тому

числі з використанням автоматизованих засобів. Така можливість повинна надаватися з кожним надсиланням комерційного електронного повідомлення.

Інформація про можливість особи відмовитися від подальшого отримання комерційних електронних повідомлень повинна міститися в такому комерційному електронному повідомленні та бути викладена у спосіб, який забезпечить переважну помітність такої інформації порівняно з текстом комерційного електронного повідомлення. Комерційне електронне повідомлення має містити технічну можливість для особи, якій воно адресоване, відмовитися від подальшого отримання таких повідомлень.

4. У разі отримання споживачем комерційного електронного повідомлення після його відмови від подальшого отримання таких повідомлень споживач має право подати суб'єкту електронної комерції, який здійснює розсилання таких комерційних електронних повідомлень, заяву про відмову від подальшого отримання комерційних електронних повідомлень на Порталі е-покупець.

Суб'єкт електронної комерції, який здійснює розсилання комерційних електронних повідомлень, після отримання ним інформації в електронному кабінеті на Порталі е-покупець про подання споживачем заяви про відмову від подальшого отримання комерційних електронних повідомлень протягом 10 днів має вчинити всі дії для припинення надсилання таких комерційних електронних повідомлень споживачу.

У разі невчинення суб'єктом електронної комерції дій, передбачених абзацом другим цієї частини, споживач має право через Портал е-покупець подати скаргу на такого суб'єкта електронної комерції до компетентного органу, що є підставою для притягнення такого суб'єкта до відповідальності, передбаченої цим Законом.

5. Суб'єкт електронної комерції, який пропонує продукцію для реалізації через інформаційно-комунікаційну систему, зокрема через інформаційно-комунікаційну систему маркетплейса, класифайда, або розміщує інформацію про продукцію в інформаційно-комунікаційній системі прайс-агрегатора, зобов'язаний розмістити в такій системі інформацію, передбачену частиною першою статті 7 Закону України "Про електронну комерцію".

6. Суб'єкт електронної комерції, який пропонує продукцію для реалізації через інтернет-магазин, несе відповідальність за наявність та достовірність інформації, яка стосується даних про такого суб'єкта електронної комерції та запропоновану ним для реалізації продукцію.

7. Маркетплейс, класифайд, прайс-агрегатор зобов'язані розмістити у своїх інформаційно-комунікаційних системах інформацію про суб'єктів електронної комерції, що реалізують продукцію з використанням таких систем, передбачену частиною першою статті 7 Закону України "Про електронну комерцію", та перевірити достовірність інформації про таких суб'єктів

електронної комерції, визначеної абзацами другим і п'ятим частини першої статті 7 Закону України "Про електронну комерцію".

8. У разі пропонування для реалізації продукції в інформаційно-комунікаційній системі класифайда фізичною особою класифайд зобов'язаний поінформувати споживача про те, що особа, яка пропонує продукцію для реалізації в такій інформаційно-комунікаційній системі, є фізичною особою.

9. У разі укладення споживачем договору щодо придбання продукції споживач має право на інформацію про розподіл обов'язків та відповідальності між маркетплейсом, класифайдом чи прайс-агрегатором та суб'єктом електронної комерції, який пропонує для реалізації таку продукцію через інформаційно-комунікаційну систему такого маркетплейса, класифайда чи прайс-агрегатора.

Стаття 19. Вимоги до договору, який укладається поза торговельним чи офісним приміщенням, або дистанційного договору

1. У разі укладення договору поза торговельним чи офісним приміщенням суб'єкт господарювання надає споживачу інформацію, передбачену частиною першою статті 17 цього Закону, разом з примірником підписаного договору у паперовій або, за згодою споживача, в електронній формі.

У разі укладення дистанційного договору суб'єкт господарювання надає споживачу інформацію, передбачену частиною першою статті 17 цього Закону, відповідними засобами дистанційного, у тому числі електронного, зв'язку.

2. 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 17 цього Закону;

2) передбачити на своєму офіційному веб-сайті розміщення кнопки або іншої програмної функції, яку споживач активує з метою замовлення продукції. Така кнопка або інша програмна функція повинна містити напис "замовлення з оплатою" або інше подібне формулювання, яке однозначно вказує, що замовлення продукції передбачає її оплату. У разі недотримання продавцем вимоги, передбаченої цим пунктом, споживач не має зобов'язань з оплати за відповідним замовленням чи договором;

3) до початку здійснення замовлення зазначити способи доставки та оплати продукції, а також, у разі наявності, обмеження щодо способів доставки, які споживач може обрати до оформлення відповідного замовлення;

4) надати споживачу підтвердження, що договір укладено, а саме: надати копію підписаного договору в паперовій або електронній формі та

підтвердження попередньої прямої згоди споживача (якщо така згода передбачена законодавством чи умовами договору).

Таке підтвердження повинно бути надано не пізніше ніж під час доставки товару чи до початку виконання послуг та містити інформацію, зазначену в частині першій статті 17 цього Закону, крім випадків надання продавцем такої інформації споживачу до укладення дистанційного договору.

У разі постачання цифрового вмісту не на матеріальному носії суб'єкт господарювання зобов'язаний надати споживачу в паперовій або електронній формі підтвердження попередньої згоди споживача на постачання цифрового вмісту (контенту), наданої відповідно до вимог цього Закону та інших законодавчих актів.

3. Суб'єкт господарювання, який телефонує споживачу 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 укладення договору, такий договір стане дійсним лише після письмового підтвердження його укладення споживачем у паперовій або електронній формі.

4. Укладення дистанційних договорів в електронному вигляді повинно також відповідати вимогам Закону України "Про електронну комерцію".

Стаття 20. Право споживача на доставку товару, придбаного шляхом укладення договору поза торговельним чи офісним приміщенням або дистанційного договору

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

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

Продовження строку доставки понад 30 днів може бути лише за згодою споживача.

2. Товар доставляється в узгоджений між суб'єктом господарювання і споживачем спосіб, зокрема оператором поштового зв'язку до зазначеного споживачем відділення або кур'єром на зазначену під час замовлення адресу доставки. Спосіб доставки може бути змінено за згодою сторін.

3. У разі неможливості доставки товару суб'єкт господарювання зобов'язаний повідомити про це споживача до укладення договору купівлі-продажу.

4. Суб'єкт господарювання, який уклав договір купівлі-продажу, але не може доставити товар у дату та строк, передбачені частиною першою цієї статті, повідомляє про це споживача та узгоджує з ним інший строк доставки. У разі незгоди з доставкою в інший строк споживач має право відмовитися від договору купівлі-продажу.

5. У разі якщо доставка товару є важливою для споживача у визначений час, він зобов'язаний повідомити про це суб'єкту господарювання до укладення договору.

Якщо суб'єкт господарювання підтвердив готовність доставити товар у визначений споживачем час, але не доставив товар, споживач має право відмовитися від договору.

6. Суб'єкт господарювання зобов'язаний повернути споживачу протягом 14 днів усю суму, сплачену ним за договором купівлі-продажу, від якого споживач відмовився відповідно до частин четвертої і п'ятої цієї статті.

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

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

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

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

Стаття 21. Право споживача на відмову від договору, укладеного поза торговельним чи офісним приміщенням, або дистанційного договору

1. Споживач має право в односторонньому порядку відмовитися від договору, укладеного поза торговельним чи офісним приміщенням, або дистанційного договору, а також відмовитися від отримання товару (крім товарів, визначених частиною п'ятою статті 5 цього Закону) протягом 14 днів:

1) з дня укладення договору (у тому числі договору з постачання цифрового вмісту, який не постачається на матеріальному носії);

2) з дня отримання товару споживачем або визначеною ним третьою особою (для товару чи замовлення, що доставляється частинами, – з дня отримання останньої частини товару чи замовлення);

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

Здійснення споживачем права на відмову припиняє зобов'язання сторін з укладення або виконання дистанційного договору або договору, укладеного поза торговельним чи офісним приміщенням.

2. Суб'єкт господарювання з метою забезпечення вимог цього Закону розміщує на своєму веб-сайті форму заявки для оформлення відмови від договору, а також інструкцію про порядок відмови, типові форми яких затверджуються компетентним органом.

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 строк, визначений частиною першою цієї статті.

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, інші платежі, у тому числі 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 9 частини першої статті 17 цього Закону строк, встановлений частиною першою цієї статті, становитиме 12 місяців.

Якщо суб'єкт господарювання, який на момент продажу товару не виконав вимогу пункту 9 частини першої статті 17 цього Закону, виконає її протягом 12 місяців після продажу товару, строк, встановлений частиною першою цієї статті, становитиме 14 днів з дня отримання споживачем відповідної інформації.

6. Споживач може реалізувати своє право на відмову від договору у строк, встановлений частинами першою і п'ятою цієї статті, якщо повідомлення про відмову від договору буде надіслане ним суб'єкту господарювання до закінчення такого строку.

7. Тягар доведення, що споживач скористався своїм правом на відмову від договору, покладається на споживача.

8. Повернення товару суб'єкту господарювання у разі відмови від договору здійснюється споживачем за власний рахунок, за винятком таких випадків:

1) суб'єкт господарювання запропонував самостійно та за власний рахунок забрати у споживача товар;

2) під час укладення договору суб'єкт господарювання не повідомив про спосіб та витрати споживача у разі повернення ним товару відповідно до вимог пункту 9 частини першої статті 17 цього Закону;

3) постачання, повністю або частково, цифрового вмісту, який не надається на матеріальному носії, якщо:

споживач не надав попередньої прямої згоди на початок постачання до закінчення 14-денного строку для відмови;

споживач не повідомив про відмову від свого права на відмову при наданні попередньої згоди;

продавець не надав підтвердження відповідно до частин першої і другої статті 19 цього Закону.

Споживач повинен повернути товар суб'єкту господарювання протягом 14 днів з дня повідомлення йому про прийняття рішення про відмову від договору.

У разі доставки споживачу товару до визначеного ним місця під час укладення договору поза торговельним чи офісним приміщенням (на підставі такого договору) продавець за власний рахунок забирає товар, якщо за своєю природою такий товар не може бути повернутий шляхом пересилання поштового відправлення.

Споживач несе відповідальність лише за зменшення вартості товару у результаті поводження з ним, відмінного від призначення товару чи вимог інструкції (за наявності). Споживач не несе відповідальності за зменшення вартості товару, якщо продавець не надав повідомлення про право на відмову відповідно до пункту 9 частини першої статті 17 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 з цифровим вмістом (крім персональних даних). Повернення суб'єктом господарювання цифрового вмісту здійснюється безоплатно, у форматі, що дає змогу його оброблення електронними засобами, не пізніше семи днів з дня відмови або в інший строк за домовленістю із споживачем. У разі вимоги продавця про повернення матеріального носія така вимога повинна бути подана протягом 14 днів з дня, коли продавець був поінформований про рішення споживача розірвати договір.

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

11. Якщо споживач має намір, щоб виконання робіт (надання послуг) розпочалося у період відмови, суб'єкт господарювання вимагає від споживача письмове підтвердження про ознайомлення споживача з тим фактом, що в

такому разі він втрачає право на відмову, за умови повного виконання договору суб`єктом господарювання.

12. У разі відмови від договору про виконання робіт (надання послуг) споживач повинен сплатити виконавцю кошти у сумі, пропорційній вартості виконаної роботи або наданої послуги виконавцем до моменту відмови споживача від договору.

13. 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 в повному обсязі;

2) споживач уклав договір щодо замовлення послуг з термінового ремонту товару або з технічного чи іншого обслуговування, що здійснюється у приміщенні споживача, крім випадку, якщо під час термінового ремонту чи обслуговування між споживачем і суб'єктом господарювання укладено інший договір про виконання робіт (надання послуг) чи придбання товарів, які не стосуються такого термінового ремонту чи обслуговування;

3) договором передбачено надання послуг з розміщення у житловому приміщенні (крім послуг з проживання), транспортування товарів, прокату автомобілів, громадського харчування, показу (проведення) гастрольних заходів та/або послуг, пов'язаних із дозвіллям, у разі якщо зазначено конкретну дату або період його виконання.

14. Якщо споживач відмовляється від договору, припиняється виконання договорів, пов'язаних з виконанням цього договору та укладених з метою його реалізації, щодо отримання товарів або робіт (послуг), що постачаються, виконуються (надаються) суб'єктом господарювання або третьою стороною на підставі домовленості між ними. Таке припинення здійснюється без витрат для споживача, крім випадку, якщо споживач обрав спосіб доставки, відмінний та дорожчий від способу доставки, запропонованого продавцем.

Стаття 22. Обов'язки споживача під час придбання продукції у суб'єктів електронної комерції

1. Споживач зобов'язаний надати згоду на придбання продукції у суб'єкта електронної комерції, повідомивши його у визначений таким суб'єктом спосіб. Спосіб повідомлення визначається суб'єктом електронної комерції у зрозумілій для споживача формі.

2. У разі реалізації споживачу продукції, яку він не замовляв, у тому числі постачання цифрового вмісту, споживач не несе зобов'язань за витратами суб'єкта електронної комерції.

3. Відсутність відповіді споживача суб'єкту електронної комерції стосовно прийняття пропозиції про придбання продукції не може вважатися згодою споживача.

4. У разі якщо споживач реалізує своє право на відмову від договору, він зобов'язаний повернути (відправити) товар суб'єкту електронної комерції або уповноваженій ним особі протягом 14 днів з дня повідомлення такому суб'єкту про 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 23. Захист персональних даних під час здійснення електронної комерції

1. Захист персональних даних в електронній комерції здійснюється відповідно до вимог Закону України "Про захист персональних даних" та Закону України "Про електронну комерцію".

2. Під час здійснення електронної комерції споживач повинен повідомити суб'єкту електронної комерції про себе такі персональні дані:

1) прізвище, власне ім'я та по батькові (за наявності);

2) контактний номер телефону та/або адреса електронної пошти;

3) поштова адреса, за якою очікується доставка, у разі оформлення доставки оператором поштового зв'язку або кур'єром;

4) інші дані, передбачені законодавством.

3. Суб'єкт електронної комерції, який здійснює електронну торгівлю, має право вимагати лише ті персональні дані споживача, без яких він не зможе укласти договір та/або виконати свої зобов'язання.

Відмова споживача від надання персональних даних, зазначених у частині другій цієї статті, означає відмову споживача від укладення договору.

4. Суб'єкту електронної комерції забороняється використовувати персональні дані сторін у будь-яких інших цілях, що виходять за рамки його зобов'язань, без згоди на таке від споживача.

5. З метою недопущення несанкціонованого доступу третіх осіб до інформаційно-комунікаційної системи автентифікації споживачів, яка ведеться суб'єктом електронної комерції, сторони можуть додатково передбачити інші засоби автентифікації споживача шляхом надсилання (надання) споживачем

унікального набору електронних даних, які використовуються суб'єктом електронної комерції додатково до реєстраційних даних споживача.

Розділ IV. НЕЧЕСНА КОМЕРЦІЙНА ПРАКТИКА

Стаття 24. 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, спонукає або може спонукати споживача дати згоду на здійснення правочину, на який в іншому випадку він не погодився б, 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 він не прийняв би за інших умов;

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

4. Порядок оцінки застосування суб'єктами господарювання нечесних комерційних практик розробляється центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного нагляду (контролю) за додержанням законодавства про захист прав споживачів, та затверджується Кабінетом Міністрів України.

Стаття 25. Вимоги щодо вразливих категорій споживачів

1. Комерційна практика суб'єкта господарювання щодо окремих груп споживачів, які є вразливими через вік, вади розумового або фізичного розвитку, повинна враховувати:

1) особливі характеристики такої групи споживачів;

2) високу ймовірність здійснення споживачами такої групи несвідомого вибору або допущення помилки під час вчинення правочину щодо обставин, які мають істотне значення.

2. Якщо суб'єкт господарювання під час здійснення господарської діяльності не враховує вимоги частини першої 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 висловів, які не повинні сприйматися буквально.

Стаття 26. Комерційна практика, що вводить в оману

1. Комерційна практика суб'єкта господарювання вважається такою, що вводить споживача в оману, якщо вона відповідає хоча б одній із таких ознак:

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

2) передбачає:

а) будь-яке пропонування продукції, яке створює можливість сплутати продукцію з іншою продукцією або продукцією, що продається під іншою торговельною 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 суттєвої інформації про продукцію або приховує, надає несвоєчасно чи надає у нечіткий, незрозумілий чи двозначний спосіб інформацію про продукцію, необхідну споживачу для ознайомлення до моменту прийняття ним зваженого рішення про купівлю продукції;

2) поширюється неправдива інформація.

3. Неправдива інформація – це інформація, що не відповідає дійсності або викладена у спосіб, що має або може мати наслідком її неправильне сприйняття споживачем, яка стосується (може стосуватися), зокрема:

1) існування продукції або її природи;

2) основних відомостей про продукцію, а саме про її наявність, переваги, ризики, порядок користування радіочастотним ресурсом України, склад, обслуговування після продажу, наявність аксесуарів, спосіб та дату виготовлення або надання, доставку, кількість, специфікацію, 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) щодо спонсорства 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 інформація про особу та активи, кваліфікацію, статус, наявність документа дозвільного характеру чи ліцензії, афілійованість чи зв'язки, володіння правами інтелектуальної або промислової власності, відзнаки та нагороди;

8) прав споживача, у тому числі передбачених статтею 7 цього Закону;

9) порядку розгляду скарг суб'єктом господарювання;

10) будь-якого твердження (використання позначення) про отримання погодження (схвалення) авторитетної для споживача організації або особи щодо продукції чи суб'єкта господарювання.

4. Комерційна практика є такою, що вводить в оману, якщо під час пропонування продукції суб'єкт господарювання приховує або не надає споживачу, або надає у нечіткий, незрозумілий чи двозначний спосіб інформацію, передбачену законодавством, зокрема частинами першою – десятою статті 13 та частиною першою статті 17 цього Закону.

Стаття 27. Види комерційної практики, що вводить в оману

1. Видами комерційної практики, що вводить в оману, 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 чи 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 такого знака;

4) недостовірне твердження про те, що суб'єкт господарювання, його продукція або його господарська діяльність схвалені, рекомендовані чи погоджені органом державної влади або іншою юридичною особою, а також якщо таке твердження не відповідає умовам схвалення, рекомендації чи 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 продукції для реалізації за спеціальною ціною, якщо:

а) така продукція відсутня у продажу;

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 для 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 ступеня 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 продукції;

12) утворення, експлуатація або сприяння розвитку пірамідальних схем продажу, коли споживач сплачує за можливість одержання компенсації, яка надається переважно за рахунок залучення до такої схеми активів інших споживачів, 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 в лотереї;

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

16) поширення недостовірної інформації про стан ринку або можливість придбання продукції 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 подальшого вручення таких подарунків або їх еквівалента;

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

19) включення до маркетингових матеріалів рахунка-фактури або аналогічного документа, який передбачає оплату продукції, що створює у споживача хибне враження, ніби він уже замовив продукцію;

20) недостовірне твердження про те, що суб'єкт господарювання діє не в торговельних, ділових чи професійних інтересах, або якщо 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 вищий рейтинг без зазначення, що це є рекламою або що досягнення високого рейтингу продукції за результатами пошуку в Інтернеті оплачено суб'єктом господарювання;

25) перепродаж споживачам квитків на спортивні, культурні та інші заходи, які суб'єкт господарювання отримав з використанням автоматизованих засобів 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;

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 28. Агресивна комерційна практика

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

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

1) час, місце, характер та повторюваність пропозицій про придбання продукції;

2) образливі або погрозливі вислови чи поведінка;

3) використання тяжкої для споживача обставини, про яку було відомо суб`єкту господарювання, для впливу на рішення споживача;

4) встановлення обтяжливих або непропорційних позадоговірних перешкод для реалізації споживачем своїх прав за договором, включаючи положення про право споживача на відмову від договору або про заміну продукції чи укладення договору з іншим суб'єктом господарювання;

5) погроза вчинення незаконних або неправомірних дій.

Стаття 29. Види 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, якщо це здійснюється з метою виконання зобов'язань споживача за договором;

3) постійні телефонні, електронні або інші повідомлення без згоди на це споживача, крім випадків, якщо 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, що передбачені договором страхування та/або законом;

5) систематичне ігнорування звернень споживача для створення перешкод у реалізації ним прав, передбачених законодавством та договором;

6) вимога до споживача про здійснення оплати продукції або оплати повернення чи зберігання товару, якщо це не було погоджено споживачем;

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

8) створення хибного враження, що споживач вже виграв, виграє або може виграти приз чи 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 30. 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) компетентний орган;

3) інші державні органи, які здійснюють захист прав споживачів у відповідних сферах;

4) органи місцевого самоврядування;

5) органи позасудового врегулювання спорів;

6) суди;

7) громадські об'єднання споживачів;

8) саморегулівні організації.

Стаття 31. 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 32. Повноваження компетентного органу

1. Компетентний орган здійснює державний контроль за додержанням законодавства про захист прав споживачів відповідно до Закону України "Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності".

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 суб'єктів господарювання, а також контрольні перевірки правильності розрахунків із споживачами за реалізовану продукцію, у тому числі харчові продукти, відповідно до закону;

2) надає суб'єктам господарювання обов'язкові для виконання приписи, розпорядження або інші розпорядчі документи 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 споживачем 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) здійснюються 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 споживачем, суб'єкт господарювання, що перевірявся, відшкодовує здійснені на 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) відповідно до Порядку обліку, зберігання, оцінки конфіскованого та іншого майна, що переходить у власність держави, і розпорядження ним, затвердженого Кабінетом Міністрів України. Зразки продукції, стосовно яких за результатами експертизи (випробування) встановлено, що вони є небезпечними, становлять ризик та/або не відповідають установленим вимогам щодо їх безпечності, вилучаються з обігу відповідно до Закону України "Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції";

4) подає до суду позови про захист прав споживачів, у тому числі щодо невизначеного кола споживачів;

5) у разі ненадання суб'єктом господарювання достовірної інформації на веб-сайті про його найменування, місцезнаходження, що унеможливлює здійснення заходу державного нагляду (контролю) відповідно до вимог Закону України "Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності" з метою поновлення порушених прав споживачів, має право звертатися до провайдера інтернет-послуг щодо обмеження доступу до веб-сайту (частини веб-сайту, програмного забезпечення) такого суб'єкта господарювання.

У разі отримання компетентним органом від суб'єкта господарювання заяви про відновлення доступу до веб-сайту у зв'язку з розміщенням інформації про його найменування, місцезнаходження компетентний орган протягом двох робочих днів звертається до провайдера інтернет-послуг з метою відновлення доступу до веб-сайту.

Порядок обмеження та відновлення доступу до веб-сайту суб'єкта господарювання затверджується Кабінетом Міністрів України;

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

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

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

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

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

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

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

13) звертається до адміністраторів доменів, реєстраторів доменних імен, інших суб'єктів господарювання, у тому числі іноземних, для встановлення особи суб'єкта електронної комерції, який порушив вимоги цього Закону щодо надання інформації, передбаченої частиною першою статті 7 Закону України "Про електронну комерцію";

14) веде реєстр рішень органів позасудового врегулювання споживчих спорів;

15) може залучати громадські об'єднання споживачів та/або третіх осіб (юридичних та фізичних осіб) до участі в заходах державного нагляду (контролю) щодо додержання суб'єктами господарювання вимог законодавства про захист прав споживачів;

16) розглядає пропозиції щодо обмеження чи заборони введення в обіг або реалізації, вилучення з обігу чи відкликання небезпечних та/або контрафактних чи піратських товарів з доданими підтвердними документами або їх копіями та вживає передбачених законодавством заходів реагування;

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

18) 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;

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

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

Стаття 33. Повноваження інших державних органів, які здійснюють захист прав споживачів у відповідних сферах

1. Повноваження інших державних органів, які здійснюють захист прав споживачів у відповідних сферах, не зазначених у статтях 30 і 31 цього Закону, визначаються відповідними законами.

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

Стаття 34. 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 та/або просвітницькі заходи, спрямовані на набуття споживачем знань, умінь та навичок з питань реалізації прав споживачів та механізмів їх захисту, а також на доведення до відома суб'єктів господарювання інформації про права споживачів та механізми їх захисту;

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, небезпечної для життя, здоров'я, майна споживачів чи навколишнього природного середовища, а також фактів реалізації продукції, яка не супроводжується необхідною, доступною, достовірною і своєчасною інформацією та/або відповідними документами, контрафактних товарів, піратських товарів чи продукції з простроченим строком придатності терміново повідомляють про це компетентний орган та/або інші органи, наділені повноваженнями контролю у відповідній сфері.

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

Стаття 35. Розгляд скарг на дії або бездіяльність державних органів, які здійснюють захист прав споживачів у відповідних сферах, органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб

1. Скарги на дії або бездіяльність державних органів, які здійснюють захист прав споживачів у відповідних сферах, органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб розглядаються в порядку, визначеному законодавством.

Стаття 36. 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, саморегулівними 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 або відкликання небезпечної продукції та/або контрафактних чи піратських товарів з додаванням підтвердних документів або їх копій;

8) подавати до суду позови з питань захисту прав споживачів, у тому числі щодо невизначеного кола споживачів.

При задоволенні такого позову суд зобов'язує суб'єкта господарювання, дії якого визнані протиправними, довести до відома споживачів рішення суду у встановлений ним строк через медіа або в інший спосіб.

Рішення суду, що набрало законної сили, про визнання дій суб'єктів господарювання протиправними щодо невизначеного кола споживачів є обов'язковим для суду, що розглядає позов споживача щодо цивільно-правових наслідків їхніх дій з питань, чи мали місце такі дії і чи були вони здійснені такими 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 37. 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 38. Суб'єкти розгляду скарг у сфері захисту прав споживачів

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

суб'єктом господарювання;

компетентним органом;

іншими державними органами, які здійснюють захист прав споживачів у відповідній сфері;

органом місцевого самоврядування;

органом позасудового врегулювання спорів;

судом.

Стаття 39. Порядок подання скарги споживачем суб'єкту господарювання

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

господарювання, з яким було укладено письмовий чи усний договір, у тому числі якщо такий договір укладено поза торговельним чи офісним приміщенням або якщо укладено дистанційний договір.

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.

Споживач має право звертатися до суб'єкта господарювання особисто або через уповноважену на це іншу особу на підставі документів, оформлених відповідно до законодавства.

2. Споживач має право звертатися до суб'єкта господарювання із скаргою через Портал е-покупець для врегулювання споживчого спору.

3. Суб'єкт господарювання повинен розглянути скаргу споживача у строки, визначені Законом України "Про звернення громадян".

Скарга споживача повинна містити такі відомості:

прізвище, власне ім'я та по батькові (за наявності) споживача, місце проживання, номер телефону та/або поштову адресу, та/або адресу електронної пошти, та/або інформацію про інші засоби зв'язку;

дату подання скарги та підпис споживача;

обставини споживчого спору, свої вимоги та їх обґрунтування.

4. Застосування споживачем кваліфікованого або удосконаленого електронного підпису при надсиланні електронної скарги не вимагається, крім подання такої скарги через Портал е-покупець.

5. До скарги додаються копії документів, що підтверджують вчинення правочину, а також інші документи, що підтверджують обставини споживчого спору (за наявності).

6. 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 врегулювання споживчого спору.

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

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

компетентного органу;

інших державних органів, які здійснюють захист прав споживачів у відповідній сфері;

органу місцевого самоврядування;

органу позасудового врегулювання споживчих спорів;

суду.

Стаття 40. Порядок позасудового врегулювання спорів

1. Захист прав споживачів може здійснюватися органами позасудового врегулювання спорів між споживачем та суб'єктом господарювання, порядок створення, статус та умови функціонування яких визначаються окремим законодавством.

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

1) продукції, придбаної на суму не більше ніж 50 тисяч гривень;

2) порушень порядку гарантійного ремонту або заміни продукції;

3) порушень умов доставки товарів, придбаних за договорами, укладеними поза офісним чи торговельним приміщенням.

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

У разі незгоди однієї із сторін з рішенням органу позасудового врегулювання спорів така сторона звертається з відповідним позовом до суду, до якого додається винесене по справі рішення органу позасудового врегулювання спорів. При цьому споживач має право звернутися до компетентного органу.

Стаття 41. Розгляд скарг компетентним органом

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

Стаття 42. 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. Від сплати судового збору в усіх судових інстанціях звільняються споживачі у справах, пов'язаних з порушенням їхніх прав, а також компетентний орган та громадські об'єднання споживачів у справах щодо захисту прав споживачів, у тому числі щодо невизначеного кола споживачів.

Розділ VII. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Стаття 43. 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 в разі:

1) відмови споживачу в реалізації його прав, установлених частиною третьою статті 5, частинами першою, п'ятою, тринадцятою і чотирнадцятою статті 7, частинами першою і третьою статті 8, частинами першою, другою і шостою статті 9, частиною другою статті 10, частиною першою статті 21 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 300 відсотків вартості виготовленої та/або одержаної для реалізації партії товару, але не менше двадцяти п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а в разі якщо 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 безпечності для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища, – у розмірі 300 відсотків вартості виконаної роботи (наданої послуги), але не менше двадцяти п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а в разі якщо 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 500 відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи (наданої послуги), але не менше ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а в разі якщо відповідно до

закону суб'єкт господарювання не веде обов'язковий облік доходів і витрат – у розмірі ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

5) відмови посадовим особам компетентного органу у допуску до проведення заходів державного нагляду (контролю) за наявності законних підстав для їх проведення або 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, – у розмірі двохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Повторне протягом року вчинення порушення, передбаченого абзацом першим цього пункту, за яке суб'єкта господарювання вже було притягнуто до відповідальності, – тягне за собою накладення штрафу у розмірі однієї тисячі 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 100 відсотків суми, зазначеної в договорі на виконання робіт (надання послуг), а за ті самі дії, вчинені щодо групи споживачів, – у розмірі 3 відсотки суми, зазначеної в 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 і несвоєчасної інформації про продукцію (крім харчових продуктів), передбаченої цим Законом, – у розмірі 30 відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи (наданої послуги), але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а в разі якщо 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 одинадцятою статті 13, абзацом першим частини десятої статті 16, частинами п'ятою і сьомою статті 18 цього Закону, – у розмірі п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Те саме порушення вимог, вчинене повторно протягом року після застосування санкцій у вигляді штрафу у разі неусунення протягом 10 днів обставин, які стали підставою для накладення такого штрафу, – у розмірі однієї тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

11) порушення вимог, передбачених абзацом п'ятим частини десятої статті 16, – у розмірі п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Те саме порушення вимог, вчинене повторно протягом року після застосування санкцій у вигляді штрафу в разі неусунення протягом 10 днів обставин, які стали підставою для накладення такого штрафу, – у розмірі ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

12) порушення вимог, передбачених абзацами другим і четвертим частини дванадцятої статті 16, – у розмірі п'ятисот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

13) порушення вимог, передбачених абзацами другим і п'ятим частини дванадцятої та частиною тринадцятою статті 16 цього Закону, – у розмірі однієї тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

14) порушення вимог, передбачених абзацом третім частини четвертої статті 18 цього Закону, – у розмірі десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

15) порушення вимог, передбачених частиною восьмою статті 18 цього Закону, – у розмірі двохсот неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

16) реалізації товару, строк (термін) придатності (служби) якого минув, – у розмірі 200 відсотків вартості залишку одержаної для реалізації партії товару, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

17) включення до договору із споживачами умов, визначених частиною третьою статті 15 цього Закону, – у розмірі 200 відсотків вартості предмета договору (товару, роботи, послуги), але не менше ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а в разі якщо відповідно до закону суб'єкт господарювання не веде обов'язковий облік доходів і витрат – у розмірі п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

18) здійснення нечесної комерційної практики, визначеної статтями 24–29 цього Закону, – у розмірі однієї тисячі неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

2. Відповідальність за порушення прав споживачів фінансових послуг, не врегульована цим Законом, встановлюється іншими законодавчими актами.

3. Якщо Законом України "Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров'я та благополуччя тварин" щодо захисту прав споживачів харчового продукту та кормів встановлена інша відповідальність за порушення, визначені частиною першою цієї статті, застосовуються норми зазначеного 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 оскаржити їх 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, якщо 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 у встановлений строк рішення (постанова) про застосування штрафних санкцій набуває статусу виконавчого документа та пред'являється до органу державної виконавчої служби для примусового виконання у порядку, встановленому Законом України "Про виконавче провадження".

Рішення (постанова) про застосування штрафних санкцій має відповідати вимогам до виконавчого документа, визначеним 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 44. 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 порушення 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.

Розділ IX. ПРИКІНЦЕВІ ТА ПЕРЕХІДНІ ПОЛОЖЕННЯ

1. Цей Закон набирає чинності через один рік з дня його опублікування, але не раніше дня припинення чи скасування воєнного стану, введеного Указом Президента України від 24 лютого 2022 року № 64/2022 "Про введення воєнного стану в Україні", затвердженого Законом України від 24 лютого 2022 року № 2102–IX, крім:

частин сьомої – одинадцятої статті 11 цього Закону, які набирають чинності через рік з дня набрання чинності цим Законом;

положень про Портал е-покупець, які набирають чинності з дня введення в експлуатацію Порталу е-покупець відповідним рішенням центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері цифрової економіки, але не пізніше ніж через три роки з дня набрання чинності цим Законом. Після введення в експлуатацію Порталу е-покупець суб'єкти електронної комерції, що реалізують товари, виконують роботи, надають послуги з використанням інформаційно-комунікаційних систем, зобов'язані зареєструватися на Порталі е-покупець протягом шести місяців з дня введення його в експлуатацію.

2. Тимчасово, у період шести місяців з дня набрання чинності цим Законом, передбачається, що положення частини другої статті 6 цього Закону застосовується з особливістю, що недолік товару вважається таким, що існував на момент передачі товару споживачу, у разі якщо такий недолік було виявлено протягом шести місяців після його передачі споживачу.

3. Визнати такими, що втратили чинність з дня набрання чинності цим Законом:

Закон України "Про захист прав споживачів" (Відомості Верховної Ради УРСР, 1991 р., № 30, ст. 379 із наступними змінами);

Постанову Верховної Ради Української РСР "Про порядок введення в дію Закону Української РСР "Про захист прав споживачів" (Відомості Верховної Ради УРСР, 1991 р., № 30, ст. 380).

4. Внести зміни до таких законодавчих актів України:

1) у Цивільному кодексі України (Відомості Верховної Ради України, 2003 р., №№ 40–44, ст. 356):

частину другу статті 627 викласти в такій редакції:

"2. Особливості укладення, зміни і розірвання договорів за участю фізичної особи – споживача встановлюються відповідно до Закону України "Про захист прав споживачів";

частину третю статті 698 виключити;

2) статтю 2 Закону України "Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності" (Відомості Верховної Ради України, 2007 р., № 29, ст. 389 із наступними змінами) доповнити частиною такого змісту:

"Контроль за додержанням законодавства у сфері захисту прав споживачів здійснюється у встановленому цим Законом порядку з урахуванням особливостей, визначених Законом України "Про захист прав споживачів";

3) частину першу статті 5 Закону України "Про судовий збір" (Відомості Верховної Ради України, 2012 р., № 14, ст. 87 із наступними змінами) доповнити пунктами 29 і 30 такого змісту:

"29) фізичні особи – споживачі – у справах, пов'язаних з порушенням їхніх прав як споживачів;

30) центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного нагляду (контролю) за додержанням законодавства про захист прав споживачів, громадські об'єднання споживачів – у справах щодо захисту прав споживачів, у тому числі щодо невизначеного кола споживачів";

4) у Законі України "Про електронну комерцію" (Відомості Верховної Ради України, 2015 р., № 45, ст. 410 із наступними змінами):

у частині першій статті 3:

пункт 8 викласти в такій редакції:

"8) інтернет-магазин – засіб для реалізації продавцем (виконавцем, постачальником) товарів, робіт чи послуг шляхом вчинення електронного правочину, який є інформаційно-комунікаційною системою, що належить такому продавцю (виконавцю, постачальнику) на праві власності чи володіння та/або адміністрування якої він забезпечує";

доповнити пунктами 16–21 такого змісту:

"16) послуга електронного сервісу розміщення оголошень (послуга класифайда) – послуга щодо надання фізичним та юридичним особам, а також фізичним особам – підприємцям можливості розміщувати через інформаційно-комунікаційну систему постачальника послуги класифайда оголошення щодо

реалізації продукції, яку покупець (замовник, споживач) може придбати як через таку систему, так і поза її межами;

17) послуга електронного сервісу порівняння продукції (послуга прайс-агрегатора) – послуга щодо надання покупцям (замовникам, споживачам) можливості порівнювати інформацію про продукцію, зокрема стосовно ціни, споживчих властивостей та інших характеристик продукції, представленої до реалізації суб'єктами електронної комерції через інтернет-магазини, але не забезпечує здійснення її продажу, яка надається з використанням інформаційно-комунікаційної системи постачальника послуги прайс-агрегатора;

18) послуга електронного торговельного майданчика (послуга маркетплейса) – послуга щодо надання покупцям (замовникам, споживачам) інформації про продукцію суб'єктів електронної комерції та/або надання можливості дистанційним способом вчиняти електронні правочини щодо придбання продукції таких суб'єктів з використанням інформаційно-комунікаційної системи постачальника послуги маркетплейса;

19) постачальник послуг класифайда (далі – класифайд) – суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми, якому належить на праві власності чи володіння інформаційно-комунікаційна система (веб-сайт, частина веб-сайту, мобільний застосунок тощо), яка використовується таким суб'єктом для надання послуг класифайда та адміністрування якої він забезпечує;

20) постачальник послуг маркетплейса (далі – маркетплейс) – суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми, якому належить на праві власності чи володіння інформаційно-комунікаційна система (веб-сайт, частина веб-сайту, мобільний застосунок тощо), яка використовується таким суб'єктом для надання послуг маркетплейса та адміністрування якої він забезпечує;

21) постачальник послуг прайс-агрегатора (далі – прайс-агрегатор) – суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми, якому належить на праві власності чи володіння інформаційно-комунікаційна система (веб-сайт, частина веб-сайту, мобільний застосунок тощо), яка використовується таким суб'єктом для надання послуг прайс-агрегатора та адміністрування якої він забезпечує";

частину третю статті 6 доповнити абзацом другим такого змісту:

"У разі застосування правил професійної етики учасник відносин у сфері електронної комерції зобов'язаний враховувати такі правила та дотримуватися їх під час реалізації продукції та при надсиланні комерційних електронних повідомлень, а також забезпечувати доступ покупця (замовника, споживача) до змісту таких правил, у тому числі в електронній формі";

у частині першій статті 7:

в абзаці першому слово "інформації" замінити словами "достовірної інформації";

абзац другий після слів "повне найменування юридичної особи" доповнити словами "чи її відокремленого підрозділу";

абзац третій викласти в такій редакції:

"адреса реєстрації юридичної особи та її фактичне місцезнаходження, адреса реєстрації фізичної особи – підприємця";

абзац п'ятий після слів "ідентифікаційний код для юридичної особи" доповнити словами "та індивідуальний податковий номер згідно з даними реєстру платників податку на додану вартість (за наявності)";

у частині п'ятій статті 9:

абзац другий після слів "повне найменування юридичної особи" доповнити словами "чи її відокремленого підрозділу";

абзац третій викласти в такій редакції:

"адреса реєстрації юридичної особи та її фактичне місцезнаходження, адреса реєстрації фізичної особи – підприємця";

абзац п'ятий після слів "ідентифікаційний код юридичної особи" доповнити словами "та індивідуальний податковий номер згідно з даними реєстру платників податку на додану вартість (за наявності)";

частину четверту статті 10 після абзацу третього доповнити новим абзацом такого змісту:

"стосовно професій, для яких запроваджено додаткове регулювання, відповідно до переліку, що затверджується центральним органом виконавчої влади у сфері освіти і науки, суб'єкт електронної комерції у разі поширення комерційного електронного повідомлення забезпечує прямий простий доступ осіб, яким воно адресоване, до відомостей про будь-який професійний орган чи установу, в якій зареєстрований суб'єкт електронної комерції, професійну назву роботи та посилання на професійні правила, що застосовуються до суб'єкта електронної комерції".

У зв'язку з цим абзаци четвертий і п'ятий вважати відповідно абзацами п'ятим і шостим.

5. Кабінету Міністрів України у шестимісячний строк з дня набрання чинності цим Законом:

1) подати на розгляд Верховної Ради України:

проект закону про позасудове врегулювання спорів між споживачем та суб'єктом господарювання;

проект закону щодо надання забудовником гарантійних зобов'язань на об'єкти будівництва на строк не менше 10 років з дня передачі їх споживачу;

проект закону щодо внесення змін до Закону України "Про державне регулювання діяльності щодо організації та проведення азартних ігор" у частині захисту прав гравців;

2) прийняти нормативно-правові акти, необхідні для реалізації цього Закону;

3) привести свої нормативно-правові акти у відповідність із цим Законом;

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

6. Кабінету Міністрів України у 2024 році поінформувати Верховну Раду України про стан виконання цього Закону.

Президент України В. ЗЕЛЕНСЬКИЙ

м. Київ
10 червня 2023 року
№ 3153–IX