ПРОЕКТ

Вноситься
Кабінетом Міністрів України

Д. ШМИГАЛЬ

“ ” 2020 р.

**Закон України**

**Про захист прав споживачів**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

# Розділ IЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

## Стаття 1. Визначення термінів

1. У цьому Законі терміни вживаються в такому значенні:

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

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

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

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

5) гарантійний строк – строк, протягом якого суб’єкт господарювання бере на себе зобов’язання про здійснення безоплатного ремонту або заміни, зниження ціни відповідної продукції або розірвання договору, у порядку встановленому цим Законом;

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

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

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

9) договір – усний чи письмовий правочин між суб’єктом господарювання та споживачем щодо купівлі-продажу продукції, у якому міститься інформація про якість, терміни, ціну та інші умови, за яких придбавається або реалізується продукція. Підтвердження вчинення усного правочину оформляється розрахунковим документом;

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

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

12) електронний торговельний майданчик – послуга, яка надається суб’єктом господарювання за допомогою програмного забезпечення, зокрема веб-сайту, та дозволяє споживачам укладати з іншими суб’єктами господарювання договори щодо придбання продукції, інформація про яку надається ними для розміщення на такому електронному торговельному майданчику;

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

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

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

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

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

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

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

20) незначний недолік – недолік товару, існування якого не суперечить характеристикам згідно технічної документації або інформації про товар, зазначеній на етикетці, і допускає її використання відповідно до цільового призначення;

21) торговельне приміщення означає:

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

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

22) послуга – діяльність виконавця, спрямована на задоволення особистих потреб споживача, що здійснюється за винагороду;

23) продавець – суб’єкт господарювання, який згідно з договором реалізує споживачеві товари або пропонує їх до реалізації;

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

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

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

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

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

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

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

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

32) суб’єкт господарювання – виробник, продавець, виконавець;

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

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

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

36) товар – це нехарчова продукція, а саме:

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

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

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

38) фальсифікована продукція – продукція, виготовлена з порушенням технології або з неправомірним використанням знаку для товарів та послуг, чи копіюванням форми, упаковки, зовнішнього оформлення, а також неправомірне відтворення товару іншої особи;

39) цифрова послуга – це:

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

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

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

41) ціна за одиницю товару – кінцева ціна включаючи ПДВ та всі інші податки за один кілограм, один літр, один метр, один квадратний метр, один кубічний метр та іншу загально прийняту одиницю вимірювання товару;

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

2. Терміни “безпечний харчовий продукт”, “харчовий продукт”, “непридатний харчовий продукт”, “неправильно маркований харчовий продукт”, “небезпечний харчовий продукт” вживаються у значенні, наведеному в Законі України “Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів”; термін “нормативний документ” вживається у значенні, наведеному у Законі України “Про стандартизацію”; термін “прихована реклама” вживається у значенні, наведеному у Законі України “Про рекламу”; терміни “електронна торгівля”, “електронне повідомлення”, “електронний договір”, “інтернет-магазин” вживаються у значеннях, наведених в Законі України “Про електронну комерцію”; терміни “введення в обіг”, “розповсюдження”, “ризик”, “технічний регламент” вживаються у значеннях, наведених в Законі України “Про технічні регламенти та оцінку відповідності”; терміни “розрахунковий документ” вживається у значенні, наведеному в Законі України “Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг”; термін “країна походження” вживається у значенні, наведеному в Митному кодексі України; термін “лікарські засоби” вживається у значенні, наведеному в [Законі України](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123/96-%D0%B2%D1%80) “Про лікарські засоби”; терміни “вилучення з обігу”, “відкликання” вживаються у значеннях, наведених у Законі України “Про загальну безпеку нехарчової продукції”.

## Стаття 2. Сфера дії цього Закону

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

2. Дія цього Закону не поширюється на правовідносини щодо:

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

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

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

4)  надання фінансових послуг;

5)  надання медичних та/або соціальних послуг;

6)  надання адміністративних послуг;

7)  правочинів, укладених з використанням торговельних автоматів;

8)  послуг зв’язку у громадських місцях;

9)  здійснення електронної торгівлі якщо продавцем є суб’єкт господарювання, не зареєстрований в установленому порядку в Україні, крім випадків, коли сторони прямо не домовились про застосування норм цього Закону до їх правовідносин;

10)  продажу товарів у розстрочку шляхом оформлення в фінансових установах відповідного споживчого кредиту;

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

12)  реалізації майна, на яке звернено стягнення.

## Стаття 3. Принципи здійснення захисту прав споживачів

1. Захист прав споживачів здійснюється за принципами:

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

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

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

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

5)  прийняття рішення на користь споживача у разі, якщо норма закону чи іншого нормативно-правового акта, виданого на підставі закону, або якщо норми різних законів чи різних нормативно-правових актів допускають неоднозначне (множинне) тлумачення прав та обов’язків споживача або суб’єкта господарювання, а також якщо договором між суб’єктом та споживачем передбачені нечіткі або двозначні положення;

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

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

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

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

10)  врахування потреб вразливих категорій споживачів;

11)  забезпечення захисту персональних даних споживачів.

# Розділ ІI ПРАВА СПОЖИВАЧІВ

## Стаття 4. Права та обов’язки споживачів

1. Споживачі мають право на:

1) безпечність та належну якість продукції;

2) відшкодування шкоди, завданої внаслідок недоліків продукції;

3) вільний вибір продукції та способів її оплати;

4) споживчу освіту та/або просвіту;

5) отримання інформації про продукцію;

6) ввічливе торговельне обслуговування;

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

8) об’єднання в громадські об’єднання споживачів (об’єднання споживачів);

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3. Споживач має право обміняти товар належної якості на аналогічний у продавця, у якого він був придбаний, якщо товар не задовольнив його за формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром, або з інших причин не може бути ним використаний за призначенням.

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

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

Перелік товарів, що не підлягають обміну (поверненню) з підстав, зазначених у цій статті, затверджується Кабінетом Міністрів України.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Стаття 6. Гарантійні зобов’язання суб’єкта господарювання

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

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

2. Гарантійний строк на товар повинен становити не менше двох років з моменту передачі товару споживачу, а для вживаного товару (товару, що був у використанні) – не менше одного року.

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

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

4. Суб’єкт господарювання може надавати споживачеві доступ до експлуатаційних документів на технічно складні побутові товари (паспорту або будь-якого іншого документу, що додається до товару) в електронному вигляді на офіційному веб-сайті виробника.

У разі надання гарантійних зобов’язань в електронному вигляді виробник забезпечує можливість реєстрації придбаного товару на офіційному веб-сайті виробника в установленому ним порядку.

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

На вимогу споживача продавець повинен надати експлуатаційні документи на технічно складні побутові товари (паспорт або будь-який інший документ, що додається до товару) в паперовому вигляді.

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

7. Якщо договір про придбання товарів з цифровим вмістом передбачає неодноразове постачання цифрового вмісту або цифрової послуги, суб’єкт господарювання несе відповідальність за будь-який недолік цифрового вмісту або цифрової послуги, виявлений споживачем протягом 2 років з моменту постачання такого товару.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2) найменування та адресу гаранта;

3) процедуру реалізації прав, наданих комерційною гарантією;

4) найменування товарів, на які поширюється комерційна гарантія;

5) умови комерційної гарантії.

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

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

## Стаття 7. Права споживача у разі придбання товару з недоліком

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

1) проведення ремонту товару;

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

2. Ремонт або заміна товару здійснюється:

1) безкоштовно;

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

3. У разі ремонту або заміни товару, який був встановлений до моменту виявлення недоліку, ремонт або заміна товару також включає демонтаж товару з недоліком та повторне встановлення відремонтованого або заміненого товару за рахунок суб'єкта господарювання.

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

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

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

1) суб’єкт господарювання не здійснив ремонт чи заміну або не виконав свої зобов’язання, пов’язані з ремонтом або заміною;

2) недолік з’являється після ремонту;

3) недолік не може бути усунений;

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

5) ремонт або заміна є економічно невигідні для суб’єкта господарювання.

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

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

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

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

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

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

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

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

11. У разі укладання між суб’єктом господарювання та споживачем договору про придбання товару, оплата за який здійснюється частинами, зокрема придбання товару у розстрочку, споживач має право не здійснювати черговий платіж до моменту виконання суб’єктом господарювання зобов’язань, передбачених таким договором.

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

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

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

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

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

## Стаття 8. Права споживача у разі придбання непридатного, небезпечного або неправильно маркованого харчового продукту

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

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

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

4. Вимоги споживача розглядаються суб’єктом господарювання після пред’явлення споживачем розрахункового документа.

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

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

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

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

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

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

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

3) відшкодування завданих йому збитків з усуненням недоліків власними силами чи із залученням третьої особи.

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

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

5. Виконавець зобов’язаний видати споживачеві розрахунковий документ, що засвідчує факт виконання роботи (надання послуги).

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

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

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

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

1. Суб’єкт господарювання у разі здійснення споживачем попередньої оплати за продукцію повинен укласти 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 в передбачений договором строк, споживач на свій вибір має право на:

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

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

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

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

## Стаття 11. Вимоги до позначення ціни продукції

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

Суб’єкт господарювання, який реалізує продукцію споживачеві, зазначає ціну продажу продукції. У разі реалізації товару та харчового продукту зазначається ціна продажу товару та харчового продукту і ціна за одиницю такого товару чи харчового продукту

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

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

3. Реклама, в якій повідомляється ціна продажу товару та харчового продукту, повинна містити також ціну за одиницю товару та харчового продукту.

4. Написи щодо ціни продажу і ціни за одиницю товару та харчового продукту мають бути чіткими і простими для розуміння.

5. У разі коли за одну ціну пропонується кілька товарів, харчових продуктів, робіт (послуг) чи їх поєднання або якщо суб'єкт господарювання надає споживачеві при реалізації однієї продукції право одержати іншу продукцію за зниженою ціною, до споживача доводиться інформація щодо:

1) змісту та ціни пропозиції або у разі пропонування товарів, харчових продуктів, робіт (послуг) за одну ціну – ціни таких товарів, харчових продуктів, робіт (послуг), взятих окремо;

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

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

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

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

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

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

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

2) якщо тривалість розпродажу обмежено в часі;

3) якщо ціни продукції, що підлягає розпродажу, є меншими від її звичайної ціни продажу.

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

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

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

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

1. Держава створює умови для здобуття споживачами потрібних знань з питань реалізації їх прав та механізмів їх захисту, а також вживає заходів щодо доведення інформації про права споживачів та механізми їх захисту до відома суб’єктів господарювання.

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

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

## Стаття 13. Право споживача на інформацію про продукцію

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

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

Інформація про продукцію не вважається рекламою.

2. Інформація про продукцію повинна містити:

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

2) дані про країну походження або виробництва продукції;

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

4) кількість продукції в установлених одиницях вимірювання залежно від виду продукції;

5) 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;

6) ціну продукції або спосіб її розрахунку;

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

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

9) найменування, номер контактного телефону та місцезнаходження виробника, а також суб’єктів господарювання, відповідальних за прийняття та розгляд вимог про виконання гарантійних зобов’язань та/або комерційної гарантії;

10) дату виготовлення або кінцеву дату споживання або строк придатності або строк служби, якщо його використання понад установлений строк може становити небезпеку для життя, здоров’я споживача, навколишнього природного середовища або може завдати шкоду майну споживача, відомості про необхідні дії споживача після закінчення такого строку, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій. Якщо строк придатності (строк служби) товару є необмеженим, то така інформація може не зазначатися;

11) можливість застосування механізму позасудового вирішення спорів (у тому числі шляхом медіації), до якого приєднався суб’єкт господарювання, а також способи звернення споживача до органу позасудового вирішення спорів.

3. Інформація про послуги, пов’язані з концертною, гастрольно-концертною, конкурсною, фестивальною діяльністю, повинна містити дані про використання чи невикористання виконавцями музичних творів фонограм власного вокального, інструментального, вокально-інструментального виконання музичного твору з музичним супроводом або без нього чи фонограм музичного супроводу до власного вокального, інструментального, вокально-інструментального виконання музичного твору.

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

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

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

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

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

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

Інформація про продукцію може бути розміщена у місцях, де вона реалізується, а також може доводитися до споживача за допомогою засобів дистанційного зв’язку.

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

9. Суб’єкт господарювання може розмістити інформацію про продукцію на своєму веб-сайті у форматі, доступному для вразливих категорій споживачів зокрема осіб з вадами розумового та фізичного розвитку.

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

11. Суб’єкт господарювання одночасно з наданням інформації про продукцію інформує споживача про:

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

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

умови придбання продукції;

строк дії договору та умови його розірвання;

можливість та порядок позасудового вирішення споживчих спорів (у тому числі шляхом медіації), у разі їх виникнення.

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

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

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

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

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

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

4. Будівлі, торговельні та офісні приміщення суб’єктів господарювання, в яких вони здійснюють свою діяльність, повинні бути пристосовані до потреб осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення відповідно до державних будівельних норм і правил.

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

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

На вимогу споживача суб’єкт господарювання зобов’язаний розпакувати товар для огляду та демонстрації споживчих властивостей товару, його справності, за умови, якщо це не вплине на його товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, комплектність та на цільове призначення товару, надати йому контрольно-вимірювальні прилади для перевірки габаритів, ваги або об’єму тощо.

6. У разі, якщо нормативно-правовими актами, у тому числі технічними регламентами, передбачено супроводження товару документами про відповідність та/або безпечність товару, суб’єкт господарювання зобов’язаний на вимогу споживача надати споживачеві такі документи або їх копії для ознайомлення.

7. Правила провадження торговельної, виробничо-торговельної діяльності та торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів затверджуються Кабінетом Міністрів України.

8. При використанні платіжних засобів суб’єкт господарювання не має права зобов'язати споживача нести витрати за використання таких платіжних засобів більше від витрат, що несе сам суб’єкт господарювання під час їх використання.

9. У разі, коли суб’єкт господарювання пропонує споживачеві застосовувати стосовно укладеного договору телефонний зв’язок, споживач не зобов’язаний платити більше, ніж за тарифом, встановленим відповідним оператором телекомунікацій.

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

## Стаття 15. Нікчемність умов договорів, які обмежують права споживача

1. Несправедливі умови договору зі споживачем є нікчемними.

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

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

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

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

3. Несправедливими є умови договору про:

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

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

3) право суб’єкта господарювання не повертати завдаток споживачу, якщо споживач прийняв рішення не 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 у непропорційно великому розмірі (понад тридцять відсотків вартості продукції) за невиконання зобов'язань за договором;

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

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

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

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

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

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

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

12) право суб’єкта господарювання визначати ціну товару або харчового продукту в момент доставки або право суб’єкта господарювання підвищувати ціну продукції без надання споживачу у таких випадках права розірвати договір, якщо ціна продукції стала вищою за ціну, визначену договором;

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

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

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

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

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

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

19) позбавлення споживача прав, передбачених цим Законом.

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

Положення [пункту 10 частини третьої](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1023-12/ed20170610/page2#n427) цієї статті не застосовується до укладеного на невизначений строк договору, яким передбачено право суб’єкта господарювання в односторонньому порядку змінювати умови такого договору, якщо суб’єкта господарювання зобов’язано повідомити у розумний строк споживача про зміну умов договору та споживач має право розірвати договір на цій підставі.

Положення [пунктів 12 та 13 частини третьої](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1023-12/ed20170610/page2#n429) 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.

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

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

7. Для визнання умови договору несправедливою враховуються:

характер продукції, що є предметом договору;

особливі обставини, які існували на момент укладення договору;

всі інші умови договору або іншого пов’язаного договору.

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

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

# Розділ IІІПрава та обов’язки споживачів у разі укладаннядоговорів поза торговельним або офісним приміщенням чи договорів на відстані

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

1. Договір, який укладається поза торговельними або офісними приміщеннями або договір, який укладається на відстаніповинен містити інформацію про:

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

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

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

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

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

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

3) ціну продукції або спосіб її розрахунку;

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

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

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

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

8) порядок розгляду суб’єктом господарювання скарг споживача;

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

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

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

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

13) строк дії та порядок і умови розірвання договору;

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

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

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

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

18) можливість застосування механізму позасудового вирішення спорів (у тому числі шляхом медіації), до якого приєднався суб’єкт господарювання, а також способи звернення споживача до органу позасудового вирішення спорів.

2. Положення частини першої цієї статті також застосовуються до договорів, що стосуються водо-, газо- та енергопостачання, у випадках, коли вони не виставлені на продаж в обмеженому обсязі або в установленій кількості, та до договорів про надання послуг з централізованого опалення, а також з постачання цифрового вмісту, який не постачається на матеріальному носії.

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

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

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

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

## Стаття 17. Права споживача під час придбання товару шляхом електронної торгівлі

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

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

3. З метою отримання від суб’єкта господарювання інформації про продукцію споживач може надати згоду на поширення суб’єктом господарювання на його електронну адресу відповідних електронних рекламних повідомлень.

Суб’єкту господарювання забороняється надсилати споживачу будь які електронні рекламні повідомлення без його попередньої згоди або без можливості відмовитися у подальшому від такого надсилання.

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

Реєстр декларацій є відкритим.

5. Суб’єкти господарювання, які пропонують продукцію для продажу через інтернет-магазин, зокрема електронний торговельний майданчик або розміщують інформацію про продукцію через електронний сервіс порівняння продукції, зобов’язані розмістити на відповідному веб-сайті інформацію, передбачену пунктом 2 частини першої статті 16 цього Закону.

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

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

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

## Стаття 18. Вимоги до договорів, які укладаються поза торговельними або офісними приміщеннями або договорів, які укладаються на відстані

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

1) договір, укладений поза торговельним або офісним приміщенням:

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

б) укладення якого у такому місці було запропоновано споживачем;

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

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

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

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

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

3. Якщо договір укладається на відстані виключно засобами електронного зв’язку, суб’єкт господарювання зобов’язаний:

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

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

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

4) надати споживачу підтвердження, що договір укладено.

4. Суб'єкт господарювання зобов’язаний видати споживачеві розрахунковий документ, що засвідчує факт укладання договору.

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

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

## Стаття 19. Право споживача на доставку товару придбаного шляхом укладання договору поза торговельними або офісними приміщеннями або договору, укладеного на відстані

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

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

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

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

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

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

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

Якщо суб’єкт господарювання не доставив товар у важливий для споживача час, споживач має право розірвати договір.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2. Суб’єкт господарювання з метою забезпечення вимог цього Закону передбачає на своєму веб-сайті форму заявки для оформлення відмови від договору, формат якої затверджується Мінекономіки.

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

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

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

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

5. Споживач не може скористатися правом на відмову від договору та повернути товар, якщо:

1) ціна за товар або послугу залежить від коливань на фінансовому ринку або з інших, зокрема сезонних причин або причин які не залежать від суб’єкта господарювання та можуть статися протягом періоду відмови від договору;

2) товар виготовлено за індивідуальним замовленням споживача;

3) товар швидко псується або втрачає свої споживчі властивості;

4) товар повинен доставлятися у запакованому вигляди та після доставки його було розпаковано внаслідок чого порушено його гігієнічні властивості, інші властивості, пов’язані із охороною здоров’я або властивості цифрового вмісту;

5) товар після доставки повинен бути змішаним чи з’єднаним нерозривно з іншими товарами чи складовими, внаслідок чого товар втратив свої вихідні властивості;

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

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

8) якщо доставлені споживачу у запакованому вигляді аудіо-, відеозаписи або програмне забезпечення були ним розпаковані;

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

10) товар було знищено, пошкоджено або зіпсовано з вини споживача;

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

6. У разі недотримання суб’єктом господарювання вимог пункту 8 частини1 статті 16 цього Закону, строк, установлений частиною першою цієї статті становитиме 12 місяців.

Якщо суб’єкт господарювання, який на момент продажу товару не виконав вимогу пункту 8 частини 1 статті 16 цього Закону, виконає її протягом 12 місяців після продажу товару, строк, установлений частиною першою цієї статті становитиме 14 днів з дня отримання споживачем відповідної інформації.

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

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

9. Повернення товару суб'єкту господарювання у разі відмови від договору здійснюється за рахунок споживача, за виключенням випадку коли суб’єкт господарювання бере на себе такі витрати добровільно, або випадку коли суб’єкт господарювання не повідомив про такі витрати споживача під час укладання договору, з урахуванням вимог пункту 8 частини 1 статті 16 цього Закону.

10. У разі відмови від договору щодо товару з цифровим вмістом або цифрової послуги, суб’єкт господарювання на вимогу споживача повертає цифровий вміст, наданий або створений споживачем під час використання товару із цифровим вмістом (окрім персональних даних). Повернення суб’єктом господарювання цифрового вмісту здійснюється безкоштовно, у розумні строки та у форматі, що дозволяє його оброблення електронними засобами.

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

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

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

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

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

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

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

## Стаття 21. Обов’язки споживачів в електронній торгівлі

1. Споживач зобов’язаний надати згоду на придбання продукції, про що він повинен повідомити суб’єкта господарювання у визначений суб’єктом господарювання та зрозумілий для споживача спосіб.

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

3. Суб’єкт господарювання у разі небажаного постачання продукції не може вважати відсутність відповіді споживача його згодою.

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

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

6. Споживач не несе відповідальності за відмову від договору відповідно до частини першої статті 20 цього Закону, крім відповідальності, передбаченої цією статтею.

## Стаття 22. Захист персональних даних під час електронної торгівлі

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

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

1) прізвище, ім’я та по-батькові (за наявності);

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

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

4) інші дані передбачені законодавством.

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

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

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

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

# Розділ ІVНечесна комерційна практика

## Стаття 23. Заборона нечесної комерційної практики

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

2. Нечесна комерційна практика забороняється.

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

3. Нечесною є комерційна практика, яка:

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

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

## Стаття 24. Вимоги щодо вразливих категорій споживачів

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

1) особливі характеристики такої групи споживачів;

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

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

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

## Стаття 25. Комерційна практика, що вводить в оману

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

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

2) передбачає:

а) будь-яке пропонування товару, яке створює можливість сплутати товар з іншим товаром або товаром, що продається під іншою торговою маркою, торговою назвою або іншими ознаками конкурента;

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

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

1) суб’єкт господарювання не надає суттєву інформацію про товар, або приховує, надає несвоєчасно або надає у нечіткий, незрозумілий чи двозначний спосіб інформацію щодо товару, необхідну пересічному споживачу для ознайомлення, до моменту прийняття ним зваженого рішення про купівлю товару;

2) поширюється неправдива інформація.

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

1) існування товару або його природи;

2) основних відомостей про товар, таких як: його наявність, переваги, ризики, склад, обслуговування після продажу, наявність аксесуарів, спосіб та дата виготовлення або надання, доставка, кількість, специфікація, географічне або інше походження, очікувані результати споживання чи результати та основні характеристики тестів або перевірок продукції;

3) обсягу зобов’язань суб’єкта господарювання та мотивів здійснення господарської діяльності;

4) будь-якого твердження (використання позначення) стосовно спонсорства щодо суб’єкта господарювання;

5) ціни товару, способу її формування або наявності цінових переваг;

6) необхідності обслуговування, ремонту, заміни складових частин;

7) характеру, атрибутів та прав суб'єкта господарювання або його представника, зокрема інформації про особу та активи, кваліфікацію, статус, наявність ліцензії, афілійованість чи зв’язки, володіння правами інтелектуальної або промислової власності, відзнаки та нагороди;

8) прав споживача, включаючи права, встановлені статтею 7 цього Закону;

9) порядку розгляду скарг;

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

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

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

1. Видами оманливої комерційної практики зокрема є:

1) недостовірне твердження про те, що суб’єкт господарювання підписав та дотримується кодексу поведінки;

2) недостовірне твердження про те, що кодекс поведінки затверджено або погоджено органом державної влади або іншою юридичною особою;

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

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

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

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

а) у продажу така продукція відсутня;

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

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

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

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

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

10) надання суб’єктом господарювання у засобах масової інформації проплаченої ним прихованої реклами;

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

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

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

14) неправдива заява про припинення суб’єктом господарювання торговельної діяльності або його переїзд;

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

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

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

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

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

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

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

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

23) нав’язування споживачу умови щодо придбання додаткової продукції разом з придбанням продукції, необхідної споживачу;

24) зазначення в назві продукції характеристик, які не відповідають дійсності.

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

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

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

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

## Стаття 27. Агресивна комерційна практика

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

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

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

2) образливі або погрозливі вислови або поведінка;

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

4) встановлення обтяжливих або непропорційних позадоговірних перешкод для здійснення споживачем своїх прав за договором, включаючи положення про право споживача розірвати договір або замінити продукцію чи укласти договір з іншим суб’єктом господарювання;

5) погроза здійснити незаконні або неправомірні дії.

## Стаття 28. Перелік видів агресивної комерційної практики

1. Видами агресивної комерційної практики, зокрема є:

1) створення враження, що споживач не може залишити приміщення суб'єкта господарювання без укладення договору або здійснення оплати;

2) відвідування житла споживача, незважаючи на вимогу споживача про припинення таких дій або залишення житла, крім випадків коли це здійснюється з метою виконання зобов’язань споживача за договором;

3) постійні телефонні, електронні або інші повідомлення без згоди на це споживача, крім випадків коли це здійснюється з метою виконання зобов’язань споживача за договором;

4) вимога до споживача, який звертається за відшкодуванням на підставі договору страхування, надати будь-які інші документи, крім тих, які є необхідними для підтвердження настання страхового випадку;

5) систематичне ігнорування звернень споживача для створення перешкод у користуванні правами, передбаченими законодавством та договором;

6) включення до реклами прямих закликів до дітей придбати продукцію або звернутися до третіх осіб з таким проханням;

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

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

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

а) приз або інша еквівалентна вигода не існує; або

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

# Розділ VСистема захисту прав споживачів

## Стаття 29. Суб’єкти системи захисту прав споживачів

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

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

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

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

4) органи місцевого самоврядування;

5) суди;

6) органи позасудового вирішення спорів;

7) громадські об’єднання споживачів;

8) саморегулівні організації.

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

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

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

2) визначає пріоритетні напрями розвитку державної політики у сфері захисту прав споживачів;

3) забезпечує нормативно-правове регулювання у сфері захисту прав споживачів;

4) здійснює експертизу проектів законів, інших нормативно-правових актів на їх відповідність законодавству про захист прав споживачів;

5) узагальнює практику застосування законодавства у сфері захисту прав споживачів, розробляє пропозиції щодо вдосконалення відповідного законодавства;

6) надає рекомендації та роз’яснення з питань захисту прав споживачів;

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

## Стаття 31. Повноваження компетентного органу

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

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

1) проводить позапланові заходи державного нагляду (контролю) щодо додержання суб’єктами господарювання, у тому числі кооперативними організаціями та об’єднаннями співвласників багатоквартирних будинків, вимог законодавства про захист прав споживачів шляхом безперешкодного відвідування та обстеження будь-яких виробничих, торговельних та складських приміщень таких суб’єктів;

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

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

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

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

5) аналізує договори, у тому числі типові, що укладаються суб’єктами господарювання із споживачами, з метою виявлення умов, які обмежують права споживачів;

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

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

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

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

8) накладає на суб’єктів господарювання, у тому числі кооперативні організації та об’єднання співвласників багатоквартирних будинків, санкції у вигляді штрафу за порушення законодавства про захист прав споживачів;

9) звертається у порядку та строки, встановлені законом, з позовом до адміністративного суду щодо примусового стягнення із суб’єктів господарювання, у тому числі кооперативних організацій та об’єднань співвласників багатоквартирних будинків, санкцій у вигляді штрафу, добровільно не погашених ними протягом строку, встановленого законом;

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

11) інформує споживачів про суб’єктів господарювання, які порушують права споживачів;

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

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

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

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

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

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

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

19) веде реєстр рішень органів позасудового вирішення споживчих спорів;

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

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

22) розглядає звернення споживачів та громадських об’єднань споживачів щодо порушень прав споживачів;

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

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

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

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

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

## Стаття 33. Повноваження органів місцевого самоврядування щодо захисту прав споживачів

1. У разі делегування повноважень у сфері захисту прав споживачів органи місцевого самоврядування:

1) здійснюють заходи державного нагляду (контролю), крім накладання стягнень у формі штрафів, та матеріали за результатами здійснених заходів направляють компетентному органу для прийняття рішення щодо заходів реагування*;*

2) розглядають звернення споживачів;

3) надають консультації у сфері захисту прав споживачів;

4) аналізують договори, що укладаються суб’єктами господарювання із споживачами, з метою виявлення умов, які обмежують права споживачів та у разі виявлення таких умов, інформують про це компетентний орган;

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

2. Органи місцевого самоврядування з метою реалізації делегованих їм повноважень у сфері захисту прав споживачів можуть створювати при їх виконавчих органах відповідні структурні підрозділи.

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

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

## Стаття 35. Відносини державних органів, наділених повноваженнями у сфері захисту прав споживачів, органів місцевого самоврядування з правоохоронними органами

1. Працівники правоохоронних органів надають посадовим особам державних органів, наділених повноваженнями у сфері захисту прав споживачів, органів місцевого самоврядування допомогу у виконанні такими посадовими особами службових обов’язків шляхом припинення незаконних дій фізичних осіб, які перешкоджають виконанню повноважень, покладених на посадових осіб державних органів, наділених повноваженнями у сфері захисту прав споживачів, органів місцевого самоврядування.

2. Працівники правоохоронних органів, якими припинено незаконні дії фізичних осіб щодо перешкоджання виконанню повноважень у сфері захисту прав споживачів посадовими особами державних органів або органів місцевого самоврядування, надають персональні дані фізичних осіб відповідним посадовим особам з метою вжиття заходів реагування, передбачених 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 чи відкликання небезпечної та/або фальсифікованої продукції з додаванням підтверджуючих документів чи їх копій;

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

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

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

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

3. Держава підтримує діяльність громадських об’єднань споживачів у порядку визначеному Кабінетом Міністрів України.

4. Державна фінансова підтримка може надаватися громадським об’єднанням споживачів, які здійснюють свою діяльність у сфері захисту прав споживачів не менше трьох років та відповідають одному з таких критеріїв:

1) налічують більше 50 членів;

2) здійснюють діяльність на території не менше трьох областей;

3) здійснюють діяльність у вузькому сегменті ринку (з високим ступенем ризику);

4) мають науково-дослідні потужності для проведення незалежної експертизи (дослідження) продукції.

5. Додаткові критерії надання державної фінансової підтримки можуть встановлюватися Кабінетом Міністрів України.

## 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 VIВрегулювання споживчих спорів

## Стаття 38. Суб’єкти розгляду скарг у сфері захисту прав споживачів

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

суб’єктом господарювання;

органом позасудового вирішення спорів;

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

судом.

## Стаття 39. Порядок подання скарги споживачем суб’єкту господарювання

1. Якщо споживач вважає, що його права порушені, він звертається в усній формі до суб’єкта господарювання з заявою про відновлення своїх прав, визначених цим Законом. Результати розгляду заяви про відновлення прав повідомляються споживачу в день звернення з такою заявою.

2. У випадку незгоди споживача з результатами розгляду суб’єктом господарювання заяви про відновлення прав або відсутності відповіді у строк, установлений частиною першою цієї статті, споживач подає суб’єкту господарювання письмову скаргу, в якій зазначає:

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

2) дату подання скарги;

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

3. Застосування споживачем електронного цифрового підпису при надсиланні електронної скарги не вимагається.

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

5. Суб’єкт господарювання надає споживачу відповідь на скаргу протягом 10 днів з дня її отримання.

Якщо з об'єктивних причин неможливо надати відповідь на скаргу протягом строку, зазначеного в абзаці першому цієї частини, суб’єкт господарювання письмово повідомляє про це споживача із зазначенням розумного строку, протягом якого відповідь буде надана, та який не може становити більше ніж 30 днів з дня отримання скарги.

Якщо суб’єкт господарювання не надав відповідь на скаргу у строк, встановлений абзацами першим або другим цієї частини, вважається, що суб'єкт господарювання відмовив у задоволенні скарги споживача.

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 вирішення споживчого спору.

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

8. Якщо суб’єкт господарювання відмовив у задоволенні скарги споживача або споживач не приймає пропозиції суб’єкта господарювання щодо вирішення споживчого спору, споживач має право звернутися в порядку, визначеному законодавством, до:

органу позасудового вирішення споживчих спорів;

компетентного органу (органу місцевого самоврядування у разі делегування йому відповідних повноважень);

суду.

З метою вирішення споживчого спору та за взаємною згодою споживача і суб’єкта господарювання може бути застосована досудова (позасудова) процедура врегулювання споживчого спору шляхом медіації, яка проводиться з урахуванням вимог Закону України “Про медіацію”.

## Стаття 40. Порядок позасудового вирішення спорів

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

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

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

2) порушень порядку гарантійного ремонту або заміни продукції;

3) порушень умов доставки товарів, придбаних за договорами, укладеними поза офісними та торговельними приміщеннями.

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

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

4. Суб’єкт господарювання повинен повідомити компетентному органу про виконання рішення органу позасудового вирішення спорів.

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

# Розділ VIIВідповідальність 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, у тому числі кооперативних організацій та об’єднань співвласників багатоквартирних будинків застосовуються санкції у вигляді штрафу у разі:

1) відмови споживачу в реалізації його прав, установлених частиною третьою статті 5, частинами першою, п’ятою, тринадцятою та чотирнадцятою статті 7, цього Закону, – у двадцятикратному 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 ста відсотків вартості виготовленої та/або одержаної для реалізації партії товару, але не менше п’ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб’єкт господарювання не веде обов’язковий облік доходів і витрат, – у розмірі п’ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

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

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

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

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

7) порушення умов договору між споживачем і виконавцем про виконання роботи (надання послуги) – у розмірі ста відсотків вартості виконаної роботи (наданої послуги), а за ті самі дії, вчинені щодо групи споживачів, – у розмірі від одного до десяти відсотків вартості виконаних робіт (наданих послуг) за попередній календарний місяць, але не менше десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

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

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

10) реалізації товару, строк придатності (служби) якого минув, – у розмірі трьохсот відсотків вартості залишку одержаної для реалізації партії товару, але не менше двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

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

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

3. Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів, якщо вони стосуються продукції, яка є харчовим продуктом, та не врегульована цим Законом, встановлюється “Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров’я та благополуччя тварин”, Цивільним кодексом України, Кодексом України про адміністративні правопорушення та Кримінальним кодексом України.

4. Суми штрафів зараховуються до державного та місцевого бюджету у рівному пропорційному співвідношенні.

Розпорядники коштів місцевого бюджету спрямовують кошти, отримані зі сплати штрафів, на фінансування заходів з освіти та просвіти споживачів, соціальну рекламу щодо захисту прав споживачів, а також фінансову підтримку громадських об’єднань споживачів, , які відповідають встановленим цим Законом критеріям, функціонування системи органів позасудового вирішення спорів, діяльності лабораторій, які здійснюють експертизу (дослідження) продукції, та інших заходів щодо захисту прав споживачів.

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

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

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

7. У разі невиконання в добровільному порядку суб’єктами господарювання рішень (постанов) про застосування штрафних санкцій протягом строку, встановленого цим Законом, сума штрафних санкцій стягується у судовому порядку.

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

# Розділ VIIIМіжнародне 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 порушень прав споживачів, а також іншими даними у сфері захисту прав споживачів;

3) обміну професійним досвідом та кращими практиками;

4) надання експертних послуг;

5) навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців;

6) участі у виконанні спільних проектів у сфері захисту прав споживачів, у тому числі спільних інформаційних кампаніях;

7) удосконалення співпраці та обміну інформацією з іноземними органами захисту прав споживачів з питань захисту прав споживачів.

# Розділ IXПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

1. Цей Закон набирає чинності з 1 січня 2022 року, крім пункту 17 частини першої статті 31 та статті 39, які набирають чинності та застосовується після прийняття відповідного законодавчого акта, що визначатиме порядок створення та умови функціонування органів позасудового вирішення спорів між споживачем та суб’єктом господарювання.

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

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

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

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