

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРНІГІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ  
ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

І. О. Дудла

# ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

*Рекомендовано  
Міністерством освіти і науки України  
як навчальний посібник для студентів  
вищих навчальних закладів*



Київ – 2007

УДК 346.548:366.5(075.8)

ББК 67.404я73

Д 81

*Гриф надано  
Міністерством освіти і науки України  
(Лист № 1.4/18-Г-80 від 17.01.2007 р.)*

**Рецензенти:**

**Семаг Б.Д.** — доктор технічних наук, професор Львівської комерційної академії, заслужений діяч науки і техніки України;

**Байдакова Л.Л.** — доктор технічних наук, професор, зав. кафедри товарознавства та експертизи митної справи Луцького державного технічного університету;

**Соловійов Г.І.** — начальник Чернігівського управління у справах захисту прав споживачів.

**Дудла І.О.**

Д 81 Захист прав споживачів: Навч. посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2007 — 448 с.

**ISBN 978-966-364-430-1**

Розглянуті загальні положення правил торгівлі продовольчими і непродовольчими товарами, а також особливості продажу окремих груп продовольчих і непродовольчих товарів. Детально описано основні законодавчі та нормативні акти, що регулюють захист прав споживачів в Україні. На конкретних прикладах автор роз'яснює як споживачеві захистити свої права. Наведено питання для самоконтролю, тести, проблемні ситуації та їх вирішення.

Для студентів спеціальностей «Товарознавство та комерційна діяльність», «Товарознавство та експертиза в митній справі», а також для кожного споживача продовольчих і непродовольчих товарів.

ISBN 978-966-364-430-1

© Дудла І. О., 2007.

© Центр учбової літератури, 2007.

## Зміст

Передмова .....	8
<b>ТЕМА 1 ОСНОВНИЙ ЗМІСТ КОНЦЕПЦІЇ КОНСЮМЕРИЗМУ І ЙОГО РОЛЬ В СИСТЕМІ РИНКОВИХ ВІДНОСИН .....</b>	<b>15</b>
1.1. Основний зміст концепції захисту прав споживачів.....	15
1.1.1. Консюмеризм – найважливіший напрямок соціальної діяльності в системі ринкових відносин .....	15
1.1.2 Передумови виникнення консюмеризму в Україні.....	16
1.1.3 Розвиток руху захисту прав споживачів в Україні.....	18
1.2 Діяльність державних консюмерських організацій .....	21
1.2.1. Структура, напрями діяльності та завдання Держспоживзахисту України .....	21
1.2.2. Правове регулювання захисту прав споживачів.....	22
1.2.3. Структура та напрями діяльності управлінь у справах захисту прав споживачів.....	29
1.2.4. Організація та порядок роботи управління у справах захисту прав споживачів.....	29
1.2.5. Документи щодо організації та порядку захисту прав споживачів .....	35
Питання для самоконтролю знань .....	36
<b>ТЕМА 2. Правові основи захисту прав споживачів .....</b>	<b>37</b>
2.1. Основні етапи розвитку ринків. Історично-традиційні права виробників, продавців і споживачів.....	37
2.2. Права споживачів, що визнані Міжнародною організацією прав захисту споживачів.....	38
2.3. Права та обов'язки споживачів згідно з Законом України „Про захист прав споживачів” .....	41
2.4. Законодавчі та нормативні акти, що регулюють питання захисту прав споживачів в Україні .....	42
Питання для самоконтролю знань студентів .....	46
<b>ТЕМА 3. ЗАГАЛЬНО ГРОМАДСЬКА ДЕРЖАВНА КОНСЮМЕРСЬКА ПОЛІТИКА ЦИВІЛІЗОВАНИХ КРАЇН ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ .....</b>	<b>47</b>
3.1. Закон про несумлінну конкуренцію на захист прав споживачів у країніх Центральної і Східної Європи .....	47
3.2. Захист прав споживачів у країніх СНД.....	53
3.2.1. Передумови формування перших консюмерських структур в державах СНД.....	53
3.2.2. Проблеми захисту споживачів у країніх СНД.....	59

3.2.3. Федерація товариств споживачів країн СНД .....	60
3.2.4. Міжнародна конференція товариств споживачів Стратегія та напрямки діяльності.....	61
3.3. Законодавча база і органи, які здійснюють державний захист прав споживачів .....	66
3.4. Роль і значення товарознавства у вирішенні соціально – економічних завдань щодо захисту прав споживачів.....	74
3.5. Державне регулювання належної якості та безпечності непродовольчих товарів. ....	77
3.6. Повноваження органів з захисту прав споживачів та порядок проведення перевірок. ....	80
Питання для самоконтролю знань студентів.....	83
<b>ТЕМА 4. ПРАВА СПОЖИВАЧА В РАЗІ ПРИДБАННЯ НИМ ТОВАРУ НЕНАЛЕЖНОЇ ЯКОСТІ ТА МАЙНОВА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ШКОДУ, ЗАПОДІЯНУ ТОВАРАМИ (РОБОТАМИ, ПОСЛУГАМИ) НЕНАЛЕЖНОЇ ЯКОСТІ.....</b>	<b>84</b>
4.1. Права споживачів у разі придбання ними товарів неналежної якості.....	84
4.1.1. Основний зміст статті 8 Закону України „Про захист прав споживачів” .....	84
4.1.2. Обов’язки покупця при купівлі товарів .....	87
4.1.3. Заміна та повернення товару на вимогу споживача .....	90
Ситуаційні завдання .....	95
ТЕСТИ.....	97
4.2. Права споживачів за сучасних форм торгівлі .....	99
4.2.1. Придбання товарів через інтернет: як споживачеві захистити свої права .....	99
4.2.2. Права покупця при споживчому кредитуванні .....	104
4.2.3. Як повернути товар, за який розраховалися платіжною карткою.....	109
4.2.4. Товар куплено зі складу – чи є у споживача право його повернути.....	111
<b>4.3. ПРАВА СПОЖИВАЧІВ НА БЕЗПЕКУ ПРОДУКЦІЇ (НАСЛІДКИ РОБІТ).....</b>	<b>113</b>
4.3.1. Основний зміст статті 14 Закону України „Про захист прав споживачів” .....	113
4.3.2. Основний зміст статті 16 „Майнова відповідальність за шкоду, завдану дефектною продукцією або продукцією	

неналежної якості” Закону України „Про захист прав споживачів”.....	115
Ситуаційні завдання.....	116
ТЕСТИ.....	118
<b>4.4. ПРАВА СПОЖИВАЧА У РАЗІ ПОРУШЕННЯ ВИКОНАВЦЕМ УМОВ ДОГОВОРУ ПРО ВИКОНАННЯ РОБІТ І НАДАННЯ ПОСЛУГ .....</b>	<b>120</b>
4.4.1. Основний зміст статті 10 Закону України „Про захист прав споживачів”.....	120
4.4.2. Права споживача у разі укладення договору поза торговельними або офісними приміщеннями (ст. 12 Закону України „ Про захист прав споживачів”).....	122
4.4.3. Право споживача у разі укладення договору на відстані (Стаття 13 Закону України “Про захист прав споживачів”).....	125
Ситуаційні завдання.....	127
ТЕСТИ.....	131
<b>ТЕМА 5. ПРАВА СПОЖИВАЧІВ НА ОБМІН ТОВАРІВ НАЛЕЖНОЇ ЯКОСТІ, НЕДІЙСНІСТЬ УМОВ ДОГОВОРІВ, ЩО ОБМЕЖУЮТЬ ПРАВА СПОЖИВАЧІВ.....</b>	<b>133</b>
5.1. Права споживачів на належну якість товарів (робіт послуг).....	133
5.1.1. Основний зміст статті 6 Закону України „Про захист прав споживачів”.....	133
5.1.2. Основний зміст статті 7 Закону України „Про захист прав споживачів”.....	134
5.1.3. Права споживачів на обмін товарів належної якості .....	135
5.1.4. Перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню).....	136
5.1.5. Як бути, якщо продавець чи виробник не виконує гарантійних зобов’язань .....	138
Ситуаційні завдання.....	140
ТЕСТИ.....	143
<b>ТЕМА 6. ПРАВА СПОЖИВАЧІВ: НА ІНФОРМАЦІЮ ПРО ТОВАРИ (РОБОТИ, ПОСЛУГИ) У СФЕРІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ТА ІНШИХ ВИДІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ.....</b>	<b>144</b>
6.1. Права споживачів на інформацію про продукцію.....	144
6.1.1. Основний зміст статті 15 Закону України „Про захист прав споживачів”.....	144

Ситуаційні завдання .....	147
ТЕСТИ.....	150
6.2. Права споживачів у сфері торговельного та інших видів обслуговування .....	152
6.2.1. Основний зміст статті 17 Закону України „Про захист прав споживачів” .....	152
6.2.2. Інструкція “Про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання на підприємствах роздрібно́ї торгівлі та громадського харчування” .....	153
Ситуаційні завдання .....	157
ТЕСТИ.....	161
<b>ТЕМА 7. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ТА СУДОВИЙ ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ .....</b>	<b>163</b>
7.1. Відповідальність за порушення законодавства “Про права споживачів”.....	163
7.1.1. Основний зміст статті 23 Закону України „Про захист прав споживачів” .....	163
7.1.2. Повноваження органів з захисту прав споживачів та порядок проведення перевірок .....	165
7.2. Види відповідальності за порушення законодавства України "Про захист прав споживачів" .....	169
Ситуаційні завдання .....	176
ТЕСТИ.....	177
<b>ТЕМА 8 ПРАВИЛА ТОРГІВЛІ ПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ .....</b>	<b>179</b>
8.1. Особливості продажу круп, макаронних виробів, борошна, крохмалю, цукру та кухонної солі.....	182
8.2. Особливості продажу м'яса і м'ясопродуктів .....	184
8.3. Особливості продажу молока, молокопродуктів, майонезу, морозива, харчових жирів, сирів, яєць курячих харчових.....	187
8.4. Правила роздрібно́ї торгівлі хлібобулочними виробами .....	192
Ситуаційні завдання .....	195
ТЕСТИ.....	196
<b>ТЕМА 9. ПРАВИЛА ТОРГІВЛІ НЕПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ .....</b>	<b>201</b>
9.1. Правила продажу непродовольчих товарів .....	201
9.1.1. Особливості продажу товарів побутової хімії, мінеральних добрив та засобів захисту рослин.....	201

9.1.2. Особливості продажу лісоматеріалів і будівельних матеріалів .....	203
9.1.3. Особливості продажу меблів.....	207
9.1.4. Особливості продажу тютюну і тютюнових виробів.....	208
Ситуаційні завдання.....	214
ТЕСТИ.....	221
9.2. Правила продажу деяких груп непродовольчих товарів .....	226
9.2.1. Правила продажу товарів для фізичної культури, спорту, туризму .....	226
9.2.2. Правила продажу одягу для фізичної культури, спорту, туризму .....	229
9.2.3. Правила продажу взуття для фізичної культури, спорту, туризму .....	230
Тести .....	231
<b>10 ТЕСТИ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ (ДЛЯ ЗАЛІКУ) .....</b>	<b>235</b>
<b>12. ПИТАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ.....</b>	<b>248</b>
<b>СЛОВНИК ТЕРМІНІВ.....</b>	<b>254</b>
Додатки.....	263
Додаток А.....	263
Додаток Б .....	311
Додаток В.....	347
Додаток Г .....	371
Додаток Д.....	374
Додаток Е.....	392
Додаток Є.....	394
Додаток Ж.....	432
Додаток З.....	443
Література .....	445

## Передмова

„Захист прав споживачів” є дисципліною вибіркової частини циклу професійної та практичної підготовки спеціаліста.

Ставши на шлях ринкових перетворень, Україна сьогодні переживає глибоку соціально-економічну кризу. Швидке посилення майнової нерівності та розшарування населення, невпевненість у майбутньому, правова, економічна та соціальна незахищеність громадян країни стають однією з найгостріших проблем. Тому особливу увагу слід приділити дисциплінам, які здатні підвищити захищеність громадян. Насамперед йдеться про безпечність товарів та послуг, які споживає населення та якість яких суттєво впливає на здоров'я громадян і рівень їх життя в цілому. Вирішення вказаних проблем ускладнюється тим, що нові, адекватні ринковим методам господарювання інститути та механізми в Україні ще не сформовані.

Мета курсу – забезпечити поглиблене вивчення основних прав споживачів щодо придбання, використання (споживання) товарів і послуг, а також нормативних актів, що регулюють цю сферу відносин.

Основними завданнями курсу є вивчення: прав споживачів, що визначені міжнародною організацією споживчих товариств (ЮСЦ); формування та розвитку консюмеризму; проблем захисту інтересів і прав споживачів; правової бази консюмерського руху в Україні; консюмерських структур в державі; міжнародного співробітництва України в сфері консюмеризму.

Підручник укладений на основі програми з урахуванням знань студентів, які вони отримали при вивченні дисциплін бакалаврського рівня: фундаментальних (хімія і методи дослідження сировини і матеріалів; фізика і методи дослідження сировини і матеріалів; основи стандартизації, метрології і управління якістю; сенсорний аналіз; теоретичні основи товарознавства; товарознавство непродовольчих товарів; основи маркетингу), професійно-орієнтованих (матеріалознавство та основи технології виробництва товарів народного споживання; організація та технологія торгівлі та послуг; комерційне право; маркетингова діяльність підприємств). У ньому висвітлені сучасні досягнення науки і виробництва.

У результаті вивчення дисципліни „Захист прав споживачів”, студент повинен знати:

- основні напрямки формування громадсько-державної політики для забезпечення захисту прав споживачів;
- основні напрями державного регулювання підприємницької діяльності у сфері торгівлі; закон „Про захист прав споживачів” та



інші нормативно-правові акти, що регулюють цю сферу діяльності людини;

- порядок інспектування підприємств торгівлі;
- права продавців і їх захист;
- правові основи захисту прав споживачів;
- права споживачів і їх захист;
- право на задоволення основних потреб;
- право на безпеку;
- право на інформативність;
- право вибору;
- право бути вислуханим;
- право на відшкодування;
- право на споживчу освіту;
- право на здорове навколишнє середовище;
- правила торгівлі непродовольчими товарами;
- правила торгівлі різними групами продовольчих товарів;
- історію формування та розвитку консюмеризму в Україні;
- сучасні проблеми споживання і захисту прав споживачів в Україні

Студент повинен вміти:

- читати і розшифрувати товарну інформацію;
- ідентифікувати товар в сфері обігу;
- документально оформляти результати контролю якості товарів;
- складати обґрунтовані заявки;
- здійснювати перевірку дотримання правил підприємницької діяльності;
- здійснювати контроль за дотриманням правил продажу продовольчих та непродовольчих товарів.
- здійснювати перевірку дотримання суб'єктами підприємницької діяльності гарантованих законодавством прав споживачів

Проблема захисту прав споживачів – це комплексна, багатоаспектна проблема, яка безпосередньо пов'язана зі зміцненням національної безпеки держави та захистом її громадян. Вона торкається всього ланцюга виробничих відносин: товаровиробник-торгівля-споживач, і в кожній ланці цих відносин має свої специфіку й особливості.

Захист прав споживачів є актуальним у контексті економічної безпеки. Економічна безпека – це такий стан розвитку національної

економіки, який дозволяє зберігати стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз і здатний задовольнити матеріальні потреби особи, суспільства, держави. Загрозами економічній безпеці України слід вважати явні чи потенційні дії, що ускладнюють або роблять неможливими реалізацію національних економічних інтересів і створюють небезпеку для соціально-економічної і політичної системи, національних цінностей, життєзабезпечення нації та окремої особи. У зв'язку з цим проблема захисту прав споживачів вимагає від держави цілеспрямованих дій щодо забезпечення основних прав людини.

Основна мета курсу „Захист прав споживачів” – забезпечити поглиблене вивчення основних прав споживачів щодо придбання, використання (споживання) товарів і послуг, а також нормативних актів, що регламентують цю сферу відносин.

Завданнями курсу є:

- вивчення прав споживачів у сфері торговельного та інших видів обслуговування;
- вивчення прав споживачів: у разі порушення виконавцями умов договору про виконання робіт (надання послуг); майнової відповідальності за шкоду, заподіяну товарами (роботами, послугами) неналежної якості; відповідальності за порушення законодавства про захист прав споживачів;
- вивчення досвіду організацій захисту прав споживачів за кордоном в контексті історичних перетворень;
- аналіз ефективності впровадження різноманітних нововведень відповідно до споживчої концепції окремих країн та світової концепції;
- ознайомлення із структурою організації захисту прав споживачів: громадських, державних, об'єднаних установ, визначення функцій, які виконують ці установи в сучасних умовах;
- окреслення перспективних шляхів підвищення ефективності організації захисту споживача в Україні та в світі, в тому числі, виділення проблеми освітництва та поінформованості населення.

У сучасних умовах ринкової економіки кожен продавець (виготівник, виконавець) намагається привернути увагу до свого товару, тим самим збільшуючи обсяги своїх продажів.

Але кожен продавець (виготівник, виконавець) повинен розуміти, що товар, який він реалізує (виготовляє), повинен відповідати нормативно – правовим актам, які діють в Україні.

Товари (роботи, послуги), які придбаває споживач, мають бути належної якості, з відповідною документацією та зазначеними га-

рантійними термінами, для того щоб в разі неякісного товару (роботи, послуги) споживач міг пред'явити продавцеві (виготівникові, виконавцеві) вимоги щодо ремонту, обміну даного товару.

Сьогодні багато продовольчих товарів містить різні хімічні та синтетичні домішки, які наносять шкоду здоров'ю людини. Так, наприклад, у напоях містяться шкідливі барвники, у консервах – консерванти.

Виявлені випадки, коли дитячі іграшки виготовляли із шкідливих для здоров'я дитини полімерів та інших неякісних матеріалів. Тому кожна людина має право бути поінформованою у повній мірі про склад продуктів, які вживає, та про склад промислових товарів, якими користується вона та її діти, тобто має право на безпеку товарів.

Споживачі мають право на:

- задоволення основних потреб;
- основні товари та послуги, які забезпечують виживання (харчування, одяг, освіту);
- інформованість – отримані відомості необхідні для того, щоб робити вибір і для прийняття рішення;
- право вибору – визначає право мати доступ до різноманітних товарів і послуг;
- право бути вислуханим – відстоювати свої інтереси і спонукати урядові та інші органи брати їх до повного розгляду;
- відшкодування – на задоволення обгрунтованих претензій, тобто право стримувати компенсацію у випадках придбання неякісних товарів або отримання незадовільних послуг.

Сьогодні актуальним є питання про право споживача на інформацію про товари (роботи, послуги), адже не маючи необхідної і доступної інформації про товар, не можна реально оцінити його за якістю та за споживними властивостями. Знання цих прав забезпечує можливість компетентного вибору товару.

Нерідко характеристика товару подається іноземною мовою, не вказується виробник товару, відсутні протипоказання щодо застосування, не вказуються дати виготовлення і реалізації товару і т. п. Такий товар за певних умов може бути небезпечний для життя здоров'я споживача.

Що робити в такій ситуації споживачеві? Куди звернутися?

На ці та багато інших питань дає відповідь цей підручник, посилаючись на законодавчі документи.

Україна першою серед колишніх республік СРСР прийняла Закон «Про захист прав споживачів». Цей закон регулює відносини

між споживачами товарів (робіт, послуг) і виготівниками (виробниками) виконавцями, продавцями в умовах різних форм власності, встановлює права споживачів та визначає механізм реалізації державного захисту їх прав.

У Законі нижченаведені терміни вживаються в такому значенні:

**1)безпека продукції**– відсутність будь-якого ризику для життя, здоров'я, майна споживача і навколишнього природного середовища за звичайних умов використання, зберігання, транспортування, виготовлення і утилізації продукції;

**2)введення продукції в обіг**–дії суб'єкта господарювання, спрямовані на виготовлення або ввезення на митну територію України продукції з подальшою самостійною або опосередкованою реалізацією на території України;

**3)виконавець** – суб'єкт господарювання, який виконує роботи або 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 разом з товаром передаються 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 виробник (продавець, виконавець або будь-яка третя особа) бере на себе зобов'язання про здійснення безоплатного ремонту або заміни відповідної продукції у зв'язку з введенням її в обіг;

**6)офісне приміщення** – будь-яке приміщення (будівля тощо), в якому знаходиться суб'єкт господарювання або його філія, або його структурний підрозділ, або представництво;

**7)договір** – усний чи письмовий правочин між споживачем і продавцем (виконавцем) про якість, терміни, ціну та інші умови, за яких реалізується продукція. Підтвердження вчинення усного правочину оформляється квитанцією, товарним чи касовим чеком, квитком, талоном або іншими документами (*далі – розрахунковий документ*);

**8)договір, укладений на відстані**, – договір, укладений продавцем (виконавцем) із споживачем за допомогою засобів дистанційного зв'язку;

**9)договір, укладений поза торговельними або офісними приміщеннями,** – договір, укладений із споживачем особисто в місці, іншому ніж торговельні або офісні приміщення продавця;

**10)електронне повідомлення** – інформація, надана споживачеві через телекомунікаційні мережі, яка може бути у будь-який спосіб відтворена або збережена споживачем в електронному вигляді;

**11)засоби дистанційного зв'язку**– телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет, які можуть використовуватися для укладення договорів на відстані;

**12) істотний недолік**– недолік, який робить неможливим чи недопустимим використання товару відповідно до його цільового призначення, виник з вини виробника (продавця, виконавця), після його усунення проявляється знову з незалежних від споживача причин і при цьому наділений хоча б однією з нижченаведених ознак:

**а)** він взагалі не може бути усунутий;

**б)** його усунення потребує понад чотирнадцять календарних днів;

**в)** він робить товар суттєво іншим, ніж передбачено договором;

**13)належна якість товару, роботи або послуги** – властивість продукції, яка відповідає вимогам, встановленим для цієї категорії продукції у нормативно-правових актах і нормативних документах, та умовам договору із споживачем;

**14)нечесна підприємницька практика** – будь-яка підприємницька діяльність або бездіяльність, що суперечить правилам, торговим та іншим чесним звичаям та впливає або може вплинути на економічну поведінку споживача щодо продукції;

**15)недолік** – будь-яка невідповідність продукції вимогам нормативно-правових актів і нормативних документів, умовам договорів або вимогам, що пред'являються до неї, а також інформації про продукцію, надану виробником (виконавцем, продавцем);

**16)нормативний документ** – цей термін застосовується у значенні, визначеному Законом України "Про стандартизацію";

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

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

**19)продукція** – будь-який виріб (товар), робота чи послуга, що виготовляється, виконується чи надається для задоволення суспільних потреб;

**20)реалізація** – діяльність суб'єктів господарювання з продажу товарів (робіт, послуг);

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

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

**23) споживчий кредит**– кошти, що надаються кредитором (банком або іншою фінансовою установою) споживачеві на придбання продукції;

**24) строк (термін) придатності** – строк (термін), визначений нормативно-правовими актами, нормативними документами, умовами договору, протягом якого у разі додержання відповідних умов зберігання та/або експлуатації чи споживання продукції якісні показники і показники безпеки повинні відповідати вимогам нормативно-правових актів, нормативних документів та умовам договору;

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

**26) торговельне приміщення** – майновий комплекс, який займає окрему споруду (офісне приміщення) або який розміщено у спеціально призначеній та обладнаній для торгівлі споруді, де суб'єкт господарювання здійснює діяльність з реалізації товару;

**27) фальсифікована продукція** – продукція, виготовлена з порушенням технології або неправомірним використанням знака для товарів та послуг, чи копіюванням форми, упаковки, зовнішнього оформлення, а так само неправомірним відтворенням товару іншої особи.

Законодавство України про захист прав споживачів складається з цього Закону та інших актів законодавства, що видаються відповідно до нього.

# ТЕМА 1. ОСНОВНИЙ ЗМІСТ КОНЦЕПЦІЇ КОНСЮМЕРИЗМУ І ЙОГО РОЛЬ В СИСТЕМІ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

## 1.1 Основний зміст концепції захисту прав споживачів

### 1.1.1 Консюмеризм – найважливіший напрямок соціальної діяльності в системі ринкових відносин

Ринкові відносини – це особливий вид людської діяльності, в основі якого покладено систему товарно-грошових відносин, що виникають між покупцем і продавцем. Ця система включає механізм вільного ціноутворення, вільне підприємництво, що здійснюється на основі економічної самостійності, рівноправності та конкурентності суб'єктів господарювання у боротьбі за *споживача*.

У Законі України "Про захист прав споживачів" цей термін вживається у такому значенні: "Споживач-громадянин, який придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари (роботи, послуги) для власних побутових потреб".

Консюмеризм (від англ. *consumer* – споживач) – це організований рух громадян, а також діяльність державних і громадських установ за розширення прав і впливу споживачів на виробників і торговців як в комерційній, так і позакомерційній сферах. Він виник понад сто років тому. Найбільш характерні визначення консюмеризму знаходимо, скажімо, у Ф. Котлера: "Консюмеризм – організований рух громадян та державних органів за розширення прав і впливу покупців на продавців".<sup>1</sup>

Досвід консюмерського руху в розвинених країнах свідчить про його високий рівень, що забезпечений підтримкою урядів цих країн, впливовими міжнародними організаціями і насамперед ООН, а також відповідною законотворчою діяльністю як у державах, так і на основі міждержавного співробітництва.

У процесі розбудови незалежної держави в Україні в 90-х рр. виникає консюмерський рух на основі досягнень міжнародного досвіду, а також специфічних умов сучасного соціально-політичного й економічного розвитку. Започаткувалася структурна, розвивається законотворча діяльність в галузі захисту прав споживачів. Першою серед колишніх республік СРСР Україна приймає Закон "Про захист прав споживачів" (1991 р.), права споживачів гарантуються Конституцією України, що була прийнята 28 червня 1996 р. Розширюються міжнародні контакти в цій сфері. Розвивається загальна консюмерська освіта та інформація в нашій державі. Налагоджується система підготовки фахівців з питань захисту прав споживачів.

<sup>1</sup> Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М., 1996. – с. 634

### 1.1.2. Передумови виникнення консюмеризму в Україні

Рух споживачів на захист своїх прав в Україні став набувати сучасних рис більше ста років назад, як і в інших країнах світу. Теоретиками української споживчої кооперації вважаються М.П. Баллін, М.І. Зібер, М.І. Туган-Барановський. Зокрема, професор Київського університету Микола Іванович Зібер присвятив проблемі ряд робіт. У "Нарисах первісної економічної культури" він на численних історичних прикладах довів перевагу споживчої кооперації. Робота М. Зібера "Про споживчі асоціації взагалі" розкриває суть кооперації, її практичну значущість: "...покупець і продавець перестають вважати себе ворогами, один не підозрює іншого у намірах провести, ошукати його: стверджена досвідом довіра один до одного не допускає подібної думки. Купівля відбувається без торгів, продаж без запрошувань, без совісної боротьби, обдурювання, підробок".

Першим споживчим товариством в Україні із затвердженим статутом було Харківське товариство, яке виникло завдяки клопотанню професорів університету Ковалевського, Гордієнка, Бекетова, громадських діячів Балліна, Бриліантова та ін. Ініціативна група з цих осіб розробила статут товариства і домоглася його затвердження 6 жовтня 1866 р. Це Товариство об'єднувало 356 членів, мало три магазини, завод мінеральних вод, швейну майстерню, їдальню, кафе. Багато сил та енергії в Харківське товариство вкладав Микола Петрович Баллін. Не маючи спеціальних наукових знань, він, однак, активно вивчав світовий досвід, відвідував Англію, Францію, Німеччину, Швейцарію, підтримував особисті знайомства з відомими на той час кооперативним діячем Англії Нилем, французьким професором Шарлем Жидом, організатором німецького кооперативу Г. Шульцем-Деличем. Це допомогло М. Балліну вивести харківську споживчу кооперацію на прямі зв'язки з кооператорами Західної Європи. На жаль, серед кооперативного керівництва не було комерсантів, обізнаних у справі бізнесу, що призвело кооперативний рух у Харкові до швидкого банкрутства.

Рівно через два роки після появи Харківського – 6 жовтня 1868 р. – було затверджено статут Київського споживчого товариства, фундаторами і членами якого були також науковці і громадські діячі. Серед них: М.І. Зібер, М. Драгоманов, В. Антонович, професор Лобко, який був добрим знайомим М. Балліна. Вже в 1869 р. Київське товариство об'єднало 330 членів і зав'язало контакти з подібними товариствами Одеси, Борзни, Керчі. Проіснувало до 1873 р.



Усього впродовж 1866-1870 рр. в Україні було засновано 17 споживчих товариств (у Києві, Харкові, Одесі, Миколаєві, Катеринославі, Полтаві, Балті, Бердянську, Борзні, Ізюмі тощо), які об'єднували в основному інтелігенцію. Однак, лише Миколаївське товариство виявилось життєздатним, а всі інші розпалися.

У період 70-80-х рр. XIX ст. рух споживчої кооперації в Україні розвивався повільно. Значна його активізація спостерігається в 90-ті рр. та на початку XX ст. Почали виникати споживчі товариства робітників, що їх організовували підприємці, а також товариства на селі. Так, наприкінці 1904 р. сільські споживчі товариства становили приблизно половину всієї кількості кооперативів. У 1897 р. був опублікований Перший Статут споживчої кооперації. Впродовж 1891-1904 рр. в Україні з'явилося 469 нових споживчих товариств, або в середньому виникало 36 на рік. У 1900 р. українських споживчих товариств було 182, а в 1906 р. – вже 572. Після оприлюднення Царського Маніфесту 17 жовтня 1905 р. стали виникати робітничі споживчі кооперативи, створені на кошти самих робітників. У 1917 р. в Росії нараховувалося 35 тис. товариств, з яких майже 5 тис. діяли в Україні.

Вдосконалювалася і централізувалася структура руху. Так, у 1908 р. створилася Київська спілка споживчих товариств, яка за два роки свого існування об'єднала 220 товариств Київщини, Поділля, Чернігівщини, Волині. В 1912 р. була організована у Харкові Крайова спілка споживчих товариств Півдня Росії. Це була економічно розвинена і стійка спілкова кооперативна організація, що вела торговельну діяльність, організувала власні промислові підприємства (миловарню, цегельню, взуттєву фабрику тощо), продукція яких поповнювала її товарні ресурси. Після проведеного у 1908 р. в Москві кооперативного з'їзду в 1913 р. подібний з'їзд був організований у Києві. Останній зокрема розглянув проект кооперативного закону (затвердженого після лютого 1917 р.). Тільки за один 1917 р. виникли 42 спілки. У травні 1917 р. було утворено в Києві велике кооперативне об'єднання споживчої кооперації на Правобережній Україні – Дніпровська Спілка споживчих товариств.

Після оприлюднення перших радянських декретів щодо розвитку споживчої кооперації рух споживчої кооперації в Україні втратив свою незалежність і свої функції захисту своїх членів як споживачів.

Історичною передумовою появи консюмеризму в Україні, як і в усьому Радянському Союзі, стали певні доробки в галузі управління та створення систем якості, які реалізовувалися з перших радян-

ських п'ятирічок. Найбільш відомими серед них стали системи управління якістю, які вперше були запроваджені на українських підприємствах.

Наприкінці 80-х рр. на теренах Радянської України проявляється і громадський рух споживачів. Перші центри з'являються в Одесі, Києві, Донецьку, Дніпропетровську, Харкові. На загальній хвилі демократизації суспільства в період перебудови, коли з'явилися перші зареєстровані громадські консюмерські організації у різних містах СРСР, в 1989 р. було засновано Українську Асоціацію споживачів в Києві, всеукраїнську громадську професійну організацію – Українську Асоціацію якості, а також консюмерські центри в інших містах України

### **1.1.3. Розвиток руху захисту прав споживачів в Україні**

Традиційно щороку 15 березня під егідою ООН відзначається Всесвітній день прав споживачів. Проте, це швидше не привід для святкування, а підстава для проведення серйозного аналізу стану справ у сфері захисту прав споживачів.

Стаття 42 Конституції України проголошує:

„... Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів”.

Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики є центральним органом виконавчої влади, який забезпечує проведення у життя державної політики щодо захисту прав споживачів на всій території України, здійснює керівництво дорученою сферою управління, несе відповідальність за стан її розвитку. Були створені управління з захисту прав споживачів. Наприклад, управління Державної інспекції з якості товарів і торгівлі у Чернігівській області було засновано згідно з постановою Ради Міністрів УРСР № 461 від 10 травня 1965 року й наказу Міністра торгівлі УССР № 235 від 10 червня 1965 року наказом Головного управління Держінспекції з якості товарів і торгівлі УРСР від 15 червня 1965 року.

Функції управління:

1. Здійснення контролю за виконанням усіма промисловими підприємствами, організаціями й підприємствами торгівлі й громадського харчування, незалежно від відомчого підпорядкування, законодавства СРСР й УРСР, наказів Державного комітету Ради Міністрів СРСР з торгівлі, Міністерства торгівлі УРСР, стосовно

якості виробництва, зберігання й реалізації товарів народного споживання.

2. Перевірка якості товарів народного споживання на промислових підприємствах, їх базах, складах.
3. Здійснення контролю за дотриманням усіма промисловими підприємствами, оптовими базами, конторами, фірмами, підприємствами торгівлі й громадського харчування встановлених цін та націнок на товари народного споживання.
4. Контроль за дотриманням в роздрібній торговельній мережі й на підприємствах громадського харчування встановлених правил торгівлі.
5. Розробка пропозицій про поліпшення виробництва товарів.

На виконання постанови Верховної Ради Української РСР від 12.05.1991 р. № 1024 Х11 „Про порядок введення в дію Закону України „Про захист прав споживачів” постановою Ради Міністрів України від 1 червня 1992 року № 297 створено Державний комітет України у справах захисту прав споживачів.

3 липня 1992 року розпорядженням Президента України „Про місцеві органи у справах захисту прав споживачів” створюється Державний комітет України у справах захисту прав споживачів, управління у справах захисту прав споживачів в Автономній Республіці Крим, областях, мм. Києві і Севастополі.

3 листопада 2000 року управління у справах захисту прав споживачів підпорядковано Державному комітету стандартизації, метрології та сертифікації України.

З метою підвищення ефективності реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів Указом Президента України від 01.10.2002 року Державний комітет стандартизації, метрології та сертифікації України перетворено в Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики, який є центральним органом виконавчої влади зі спеціальним статусом і підпорядкований безпосередньо Кабінету Міністрів України.

Територіальні органи у справах захисту прав споживачів, незважаючи на їх недостатню чисельність (наприклад, у Чернігівському обласному управлінні у справах захисту прав споживачів працює 9 чоловік), проводять контроль за дотриманням господарюючими суб'єктами вимог законодавства про захист прав споживачів.

Проблема захисту прав споживачів залишається актуальною, потребує постійного втручання з боку держави, органів місцевого самоврядування, громадських організацій. Тому прийняття Верхов-

ною Радою в січні 2002 року змін до Закону „Про захист прав споживачів” в частині визначення повноваження місцевих органів самоврядування є досить важливим і своєчасним кроком.

Слід відзначити, що більшість громадян в Україні, при ще досить невисоких рівнях заробітної плати і пенсій, як ніхто інший потребує гарантії захисту від несправедливої, обманної, незадовільної торгівлі і системи надання послуг.

До невіршених споживацьких проблем слід віднести насичення ринку неякісними, небезпечними, фальсифікованими товарами, низький рівень відповідальності перед споживачем за неякісні послуги на транспорті, в медицині, освіті.

До невіршених споживацьких проблем слід віднести організацію вивчення основ законодавства про захист прав споживачів в навчальних закладах. Необхідно предметніше навчати підростаюче покоління користуватися своїми правами.

Міжнародна організація споживачів оголосила 2010 рік міжнародним роком споживацької освіти і закликала всі уряди докласти зусилля щодо розвитку споживацької освіти.

Пріоритетними напрямами національної політики повинні стати:

1. створення національної системи захисту прав споживачів з впливовим підключенням до цієї проблеми регіонів, взаємодія всіх її гілок з метою захисту законних інтересів споживачів – громадян суспільства.
2. інформування і освіта населення з питань національної політики у сфері захисту прав споживачів.
3. організація системи навчання молоді у всіх типах навчальних закладів правам споживача.
4. забезпечення якості і безпеки товарів, продуктів, сировини, послуг.
5. вдосконалення законодавства про захист прав споживачів.
6. особлива увага має бути надана забезпеченню компетентного вирішення завдань у сфері захисту прав споживачів.

Вирішення поставлених питань дозволить на якісно новому рівні забезпечити захист прав споживачів, що в свою чергу вплине на підвищення життєвого рівня населення.

## 1.2 Діяльність державних консюмерських організацій

### 1.2.1. Структура, напрями діяльності та завдання Держспоживзахисту України

Розбудова незалежної держави, впровадження в її економіку ринкових відносин зумовили необхідність розробки в Україні ефективного механізму захисту прав та законних інтересів споживачів.

Реалізація загальнодержавної політики впровадження і розвитку консюмеризму в Україні почалися із забезпечення правової й організаційно-структурної бази. Як уже зазначено, першою серед колишніх республік СРСР Верховна Рада України 12 травня 1991 р. прийняла Закон "Про захист прав споживачів". Наступного року Постановою Кабінету Міністрів від 1 липня 1992 р. (№ 297) був створений Державний комітет України у справах захисту прав споживачів (Держспоживзахист). З 1997 р. Держспоживзахист став членом СІ. Держспоживзахист став основним органом серед тих, які здійснюють державний контроль за дотриманням законодавства України про захист прав споживачів. Рішення Держспоживзахисту, як центрального органу виконавчої влади, підвідомчого Кабінету Міністрів України, стали обов'язковими для центральних і місцевих органів державної влади, а також підприємств і організацій.

*Основні завдання Держспоживзахисту:*

- Забезпечення реалізації державної політики щодо захисту прав споживачів на всій території України.
- Сприяння виконанню в Україні Керівних принципів захисту інтересів споживачів, прийнятих Генеральною Асамблеєю ООН 9.04.85 р.
- Узагальнення практики застосування законодавства з питань, які входять до його компетенції; розробка пропозицій щодо його удосконалення, подання їх на розгляд до Кабінету Міністрів України.
- Визначення основних напрямків та координація здійснення заходів міждержавного та міжнародного співробітництва у сфері захисту прав споживачів.
- Здійснення методичного керівництва та координація роботи міністерств та інших центральних органів виконавчої влади в Україні з питань захисту прав споживачів у разі придбання або використання ними товарів, робіт, послуг.
- Здійснення державного контролю за дотриманням законодавства України про захист прав споживачів центральними та місцевими органами виконавчої влади та господарюючими суб'єктами-підприємствами (об'єднаннями), установами, організаціями, не-

залежно від форм власності, громадянами-підприємцями та іноземними юридичними особами, що здійснюють підприємницьку діяльність на території України.

- Прийняття рішень про зняття з виробництва та вилучення з обігу товарів, що не відповідають вимогам нормативної документації. Заборона господарюючим суб'єктам реалізації товарів, на які відсутні документи, що підтверджують їх якість.
- Здійснення контролю за дотриманням рекламодавцями, виробниками та розповсюджувачами реклами вимог законодавства України про рекламу в сфері захисту прав споживачів.
- Захист споживачів від порушень рекламодавцями, виробниками та розповсюджувачами реклами законодавства України про рекламу.
- Захист інтересів і прав громадян як споживачів у разі придбання замовлення або використання ними товарів, робіт, послуг для власних потреб.
- Вжиття заходів впливу до господарюючих суб'єктів, які порушують права споживачів, а також до рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами, які порушують законодавство про рекламу, передбачених законодавством.
- Направлення матеріалів перевірок за фактами зловживань до відповідних органів, до компетенції яких входить прийняття щодо них рішень.
- Висвітлення у засобах масової інформації результатів роботи державних органів у справах захисту прав споживачів, інформування населення про порядок реалізації прав споживачів та законодавства про рекламу.
- Проведення роботи щодо освіти споживачів.

### **1.2.2. Правове регулювання захисту прав споживачів**

Законодавчою основою відносин між виробниками (виконавцями), продавцями і споживачами товарів (робіт, послуг) є Цивільний кодекс Української РСР і Закон № 1023 „Про захисти прав споживачів”. Відмінність між цими двома законодавчими актами полягає в тому, що перший з них регулює майнові і пов'язані з ними особисті немайнові відносини з приводу купівлі-продажу і поставки будь-яких товарів (робіт, послуг), а другий – тільки товарів, робіт та послуг споживчого призначення, оскільки під споживачем в ньому розуміють „громадянина, який придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари (роботи, послуги) для власних побутових потреб”.

Перелік прав споживачів, дотримання яких гарантовано Законом № 1023, визначений у ст.3 цього законодавчого акта і включає дві узагальнені групи прав, класифікованих залежно від сфери їх реалізації (рис 1.2.1).

Права споживачів, об'єднані в першу групу, включають загальні організаційні права, реалізація яких заснована на взаємодії з державними органами.

**Державний захист прав споживачів є комплексом заходів щодо:**

- забезпечення громадянам захисту їх прав як споживачів;
- надання можливості вільного вибору товарів (робіт, послуг);
- надання можливості набуття знань і кваліфікації, які необхідні для прийняття споживачами самостійних рішень під час придбання та використання товарів відповідно до їх потреб;
- надання гарантій придбання товарів (робіт, послуг), що забезпечують рівень споживання, достатній для підтримки здоров'я і життєдіяльності;



Рис. 1. Структура прав споживачів

До системи органів державної влади, що забезпечує реалізацію прав споживачів, входять: спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальні органи; Рада міністрів АР Крим; місцеві державні адміністрації; органи та установи державного санітарного нагляду України; інші органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, а також органи судової влади.

Право споживачів на гарантований рівень споживання реалізується державою:

- шляхом стимулювання виробництва товарів, виконання робіт та надання послуг споживчого призначення за допомогою різних заходів як організаційно-адміністративного, так і економічного (включаючи оподаткування) характеру;
- запровадження нормованого розподілу товарів у випадку, коли з будь-яких причин відсутні гарантії вільного їх придбання кожним споживачем;
- запровадження компенсаційних виплат, різних видів допомоги та пільг громадянам.

Громадські організації (об'єднання) споживачів можуть створюватися громадянами на добровільній основі з метою захисту своїх законних прав та інтересів відповідно до Закону України від 16.06.92 р. № 2460-XII „Про об'єднання громадян”.

Права таких громадських організацій визначені Законом про захист прав споживачів і включають у себе, зокрема: вивчення споживчих властивостей продукції; проведення експертизи та випробувань товарів; надання юридичної та консультаційної допомоги споживачам; можливість звернення з позовом до суду про визнання дій продавця (виробника, виконавця) протиправними щодо невідомого кола споживачів (а не тільки громадян – членів такої громадської організації); можливість звертатися до правоохоронних органів та органів державного управління з приводу притягнення до відповідальності осіб, винних у випуску та реалізації неякісних товарів (робіт, послуг).

**Судовий захист прав споживачів.** У разі порушення законодавчо встановлених прав споживач може звернутися до суду. При цьому позовна заява згідно зі ст. 24 Закону № 1023 може бути подана на вибір споживача за місцем його проживання або місцезнаходженням відповідача, за місцем заподіяння шкоди або за місцем виконання договору. На відміну від інших способів захисту прав споживачів, при зверненні до судових органів розглядається не



тільки питання про задоволення його вимог (щодо заміни неякісних товарів, гарантійного ремонту тощо), але і про відшкодування моральної (немайнової) шкоди.

При цьому споживачі відповідно до п. 4.10 Декрету КМУ від 21.10.93 р. № 7-93 „Про державне мито” звільняються від сплати державного мита за позовами, пов’язаними з порушенням їх прав.

Друга група прав споживачів пов’язана із взаємовідносинами між ними та суб’єктами підприємницької діяльності, які продають їм товари (роботи, послуги).

Право споживача на належну якість товарів (робіт, послуг) та обслуговування полягає в тому, що він може вимагати від продавця (виробника, виконавця) відповідності якості придбаних ним товарів (виконаних робіт, отриманих послуг) вимогам нормативних документів, умовам договору, а також інформації про товари (роботи, послуги).

Загальні вимоги до товарів (робіт, послуг) щодо їх безпеки для життя, здоров’я та майна споживачів, а також навколишнього природного середовища встановлюються нормативними документами або законодавчими актами – для окремих груп товарів (наприклад, для молочних виробів). Механізм цього права споживачів полягає в тому, що об’єднання споживачів можуть брати участь у розробці цих документів. Щодо імпортованих товарів обов’язковою вимогою є наявність документа (сертифіката відповідності), що підтверджує їх належну якість.

Одним із елементів належної якості товарів є їх нормальна експлуатація протягом всього терміну служби. Відповідно до Закону про захист прав споживачів відповідальність за можливість використання товарів за призначенням протягом терміну їх служби, передбаченого нормативним документом або договором (а у разі відсутності – протягом 10 років), покладено не на продавця, а на виробника (виконавця).

Обов’язки щодо технічного обслуговування і гарантійного ремонту товарів також покладено на виробника, який, крім цього, зобов’язаний забезпечити випуск і поставку необхідних для цього запчастин протягом терміну виробництва і терміну служби товарів (за відсутності останнього – протягом 10 років після зняття з виробництва).

Гарантійні терміни на товари встановлюються виробником відповідно до вимог Закону про захист прав споживачів, виходячи з норм законодавства, а за відсутності законодавчого врегулювання цього питання – згідно з договором.

Незважаючи на те що продавець не бере участі в цьому процесі, для нього гарантійні терміни також важливі, бо у разі виявлення недоліків протягом гарантійного періоду продавець, так само як і виробник, виступає гарантом дотримання відповідних прав споживачів. Оскільки гарантійний термін повинен зазначатися в паспорті на товар чи на його етикетці або в іншому документі, який додається до товару, в обов'язки продавця входить контроль за наявністю такої інформації.

Для тих товарів, щодо яких встановлено термін придатності (харчові продукти, лікарські засоби та інші товари, споживчі властивості яких з часом можуть погіршуватися і становити небезпеку для життя, здоров'я, майна та навколишнього природного середовища), цей термін відповідає гарантійному періоду. Під терміном придатності розуміють термін, встановлений виробником товарів, протягом якого органолептичні, фізико-хімічні, медико-біологічні та інші показники товарів при отриманні відповідних умов зберігання повинні відповідати вимогам нормативних документів. У разі закінчення терміну придатності реалізація таких товарів заборонена навіть у тому випадку, коли вони зберегли свої споживчі властивості.

У разі пред'явлення споживачем вимоги про безоплатне усунення недоліків товару вони мають бути усунені в строк, встановлений за домовленістю сторін, але не більше ніж 14 днів.

Розірвання договору і відшкодування збитків споживачеві розглядається як крайній захід, хоча покупець може наполягти на ньому замість гарантійного ремонту заміни або зменшення ціни товару.

У цьому випадку гроші, сплачені за товар, повинні бути повернені споживачеві у день розірвання договору, а у разі неможливості – в строк, визначений за угодою сторін, але не пізніше сьомого дня після розірвання договору. Отже, так само, як і при встановленні максимальної тривалості гарантійного ремонту, в Законі № 1023 терміни встановлено у днях без зазначення, про які саме дні, календарні чи робочі, йдеться. Цілком зрозуміло, що встановлення таких термінів у робочих днях прийнятніше для продавця або виробника, а в календарних – для споживача.

Крім відшкодування шкоди, заподіяної споживачеві внаслідок порушення його прав, продавці та виробники товарів несуть відповідальність у вигляді фінансових санкцій.

Систему штрафних санкцій за порушення законодавства про захист прав споживачів встановлено Законом про захист прав споживачів, яка була викладена у новій редакції Законом України від

10.01.2002 р. № 2949 – 111, а механізм накладення відповідних штрафів – Положенням № 1177.

Принциповою відмінністю системи штрафів за порушення законодавства про захист прав споживачів від фінансових санкцій за інші порушення є те, що здебільшого передбачено спеціальні розміри штрафів для тих суб'єктів підприємницької діяльності, яких звільнено від обов'язкового обліку доходів та витрат, тобто для платників фіксованого прибуткового податку. Щодо суб'єктів малого підприємництва, які застосовують спрощену систему обліку та звітності, то на них поширюються загальні розміри санкцій, оскільки ними все-таки ведеться облік доходів та витрат, хоча і за спрощеною системою.

Друга особливість фінансових санкцій за порушення законодавства про захист прав споживачів полягає в тому, що багато хто з них дублює відповідні санкції за порушення у сфері дотримання стандартів, норм і правил, установлених Декретом.

Порівняння розмірів штрафів, встановлених двома проаналізованими актами, показує, що санкції, передбачені Декретом, – менш суворі. Разом з тим одночасне застосування двох штрафів за одне й те саме порушення суперечить ст. 61 Конституції України, тому на практиці дуже вірогідним є застосування штрафів, передбачених Законом про захист прав споживачів.

Обов'язковою умовою застосування штрафних санкцій за порушення прав споживачів є розгляд питання про відповідальність суб'єкта підприємницької діяльності тільки у присутності його представника. Винятком з цього правила є ситуація, коли представник був повідомлений про місце та час розгляду справи, але не клопотався про перенесення такого розгляду.

Один примірник постанови про штраф вручається під розписку представникові суб'єкта підприємницької діяльності або надсилається йому поштою у триденний термін після отримання постанови, а про факт сплати суб'єкт підприємницької діяльності зобов'язаний повідомити орган Держстандарту в триденний термін. Якщо протягом цього терміну штраф не сплачений, він стягується „у встановленому законодавством порядку”, причому будь-якої згадки про безперечне стягнення суми штрафу у нормативних документах немає, тому стягуватися він повинен через суд.

Щороку в управліннях у справах захисту споживачів проводиться робота з контролю за виконанням:

- Закону України “Про захист прав споживачів” (із змінами і доповненнями, внесеними у Закон України від 15 грудня 1993 року № 3682-XII, від 2 березня 1995 року № 82/95-ВР, від 20 червня 1995 року № 230/95-ВР, від 30 червня 1999 року № 783-XIV, від 24 травня 2001 року № 2438-III, від 10 січня 2002 року № 2949-III);

Закону України від 19.12.95р. № 481/95-ВР “Про державне регулювання виробництва і торгівлі спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами;

Про внесення змін до Закону України від 21.12.00р. № 2156-III “Про застосування реєстрів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг”;

Закону України від 23.12.1997р. № 771/97-ВР “Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини”;

Указу Президента України від 18.06.94р. № 318/94 “Про невідкладні заходи щодо додержання вимог законодавства у сфері торгівлі та посилення боротьби зі спекуляцією”, інших Указів Президента України, постанов, розпоряджень і доручень Уряду, та розпоряджень і доручень облдержадміністрації, хід виконання яких знаходиться на постійному контролі.

Наприклад, в діяльності дирекції ринків мали місце такі порушення:

- відсутність необхідної інформації для споживачів і продавців;
- недотримання вимог санітарних норм і правил до ринків як суб’єктів господарювання;
- незабезпечення продавців ваговимірними засобами та торговельним інвентарем;
- відсутність контролю за недопущенням користування побутовими вагами, вагами та гирями неперевіреними, торгівлі з землі, торгівлі забороненими товарами.

Характерними порушеннями у господарюючих суб’єктах є:

- відсутність інформації про господарюючий суб’єкт;
- порушення санітарних правил при зважуванні готової і сирової продукції;
- відсутність на торговельних точках документів про якість і безпеку товарів;
- продаж товарів з простроченим терміном придатності;
- недотримання товарного сусідства та температурних режимів;
- продаж нефасованих продовольчих товарів;
- недотримання асортиментних переліків;
- інші порушення санітарних норм і правил;
- відсутність повної і достовірної інформації на споживчій упаковці;

- порушення порядку оформлення цінників;
- недотримання правил користування ваговимірними приладами;
- продаж товарів, заборонених приписом державного органу та Правилами торгівлі на ринках, у т.ч. дитячого асортименту віком до 3 років;
- обман споживачів.

### **1.2.3. Структура та напрями діяльності управлінь у справах захисту прав споживачів**

Основною проблемою державних підприємств, в тому числі і управлінь у справах захисту прав споживачів, є недостатнє фінансування з боку Держави. Доказ цьому – це незначний склад (за чисельністю 9-15 чоловік) спеціалістів в управлінні. Кожний провідний спеціаліст відповідає за декілька груп товарів (послуг), наприклад, один спеціаліст на всю область проводить перевірки по всіх групах продовольчих товарів.

Начальник управління у справах захисту прав споживачів керує процесом роботи спеціалістів на підприємстві. В його обов'язки входить: організація роботи спеціалістів, консультації для споживачів.

Заступник начальника управління у справах захисту прав споживачів підпорядкований начальнику управління і виконує розпорядження начальника, доводить їх до відома спеціалістів управління.

Спеціалісти управління у справах захисту прав споживачів роблять планові та позапланові (за письмовими скаргами споживачів) контрольні перевірки по областях України. Вони підпорядковані заступникові начальника управління у справах захисту прав споживачів.

Бухгалтер веде статистичний облік заяв споживачів та іншу фінансову звітність. Він підпорядковується безпосередньо начальнику у справах захисту прав споживачів.

### **1.2.4. Організація та порядок роботи управління у справах захисту прав споживачів**

Спеціалісти управління у справах захисту прав споживачів мають право:

- видавати господарюючим суб'єктам обов'язкові для виконання приписи про припинення порушень прав споживачів;
- перевіряти на підприємствах торгівлі, громадського харчування та послуг: якість товарів (робіт, послуг), додержання обов'язкових вимог щодо безпеки товарів (робіт, послуг), додержання правил торгівлі та надання послуг;

- безперешкодно входити та досліджувати будь-які виробничі, складські, торговельні та інші приміщення;
- відбирати зразки товарів, сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів для перевірки якості на місці або для проведення незалежної експертизи у лабораторіях (при цьому така експертиза виконується за рахунок підприємств, у яких проводиться перевірка);
- проводити контрольні перевірки правильності розрахунків зі споживачами за надані послуги і реалізовані товари;
- припиняти відвантаження та реалізацію, які не відповідають вимогам нормативних документів до усунення недоліків згідно з положенням, затвердженим постановою Верховної Ради України від 25.01.95 р. № 26/95-ВР;
- забороняти реалізацію споживачам товарів (виконання робіт, надання послуг), на які у підприємства відсутні документи, які посвідчують їх відповідність вимогам нормативних документів; відсутні сертифікати відповідності на товари, що реалізуються; відсутні документи, які підтверджують відповідну якість імпортованих товарів (завезених на територію України без документів);



Рис. 2. Структура управління у справах захисту прав споживачів

- тимчасово, до ліквідації виявлених недоліків, припиняти діяльність підприємств сфери торгівлі, громадського харчування та послуг, які систематично реалізують недоброякісні товари, порушують правила торгівлі і надання послуг, умови зберігання та транспортування в порядку, затвердженому постановою ВРУ від 25.01.95 р. № 26/95-ВР;
- опломбувати у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: виробничі, складські, торговельні та інші приміщення; неправильні, несправні та з відсутнім відповідним клеймом або з порушеними строками перевірки вимірювальних приладів, за допомогою яких здійснюється обслуговування споживачів у відповідності з порядком, затвердженим наказом Держспоживзахисту від 13.02.96 р. № 5;
- вилучати неякісні товари, документи та інші предмети, які свідчать про порушення прав споживачів;
- подавати у суд позови стосовно захисту прав споживачів;
- передавати матеріали перевірок на дію осіб, які вміщують ознаки злочину, органам дізнання або попереднього слідства;
- накладати на винних осіб адміністративні стягнення;
- накладати на господарюючі суб'єкти сфери торгівлі, громадського харчування та послуг, у тому числі на громадян-підприємців стягнення, які передбачені ст. 23 Закону про захист прав споживачів.

Державний контроль за додержанням законодавства про захист прав споживачів здійснюється управлінням у справах захисту прав споживачів, які мають право перевіряти:

- підприємства (їх об'єднання), заклади і організації незалежно від форм власності та організаційно-правових форм;
- громадян-підприємців;
- іноземних юридичних осіб, які здійснюють підприємницьку діяльність на території України.

Права посадових осіб органів захисту прав споживачів при проведенні перевірок викладені у ст. 5 Закону про захист прав споживачів. Порядок проведення контрольної перевірки правильності розрахунків зі споживачами за надані послуги та реалізовані товари затверджений постановою КМУ від 02.04.94 р. № 215.

Контрольні перевірки проводяться посадовими особами при пред'явленні службового посвідчення та в присутності особи, яка здійснює безпосередній продаж товарів (продавця), та, по можли-

вості, представника перевіряючого господарюючого суб'єкта (наприклад, директора магазину).

Результати контрольної перевірки оформляються актом, один примірник якого залишається у перевіряючого підприємства.

Якщо при проведенні контрольної перевірки будуть встановлені порушення правил торгівлі (побутового обслуговування), особа, яка допустила порушення, повинна дати письмове пояснення. Це пояснення додається до акта контрольної перевірки, про що в акті робиться відповідна відмітка.

Акт про результати контрольної перевірки підписується всіма учасниками перевірки. У разі відмови підписати акт або дати письмове пояснення в акті робиться запис про те, що вказані особи ознайомлені зі змістом акта, проте від його підписання відмовилися.

Продавець, представник господарюючого суб'єкта, має право під час підписання акта письмово оформити свою незгоду з результатами контрольної перевірки у формі протоколу розбіжностей.

Згідно зі ст. 10 Указу Президента України від 23.07.98 р. № 817/98 „О некоторых мерах по дерегулированию предпринимательской деятельности” державні органи у справах захисту прав споживачів здійснюють позапланову перевірку діяльності суб'єктів підприємницької діяльності виключно на основі одержаних від споживачів скарг про порушення такими суб'єктами вимог законодавства про захист прав споживачів.

Скарга споживача повинна подаватися у письмовому вигляді і вмішувати відомості про прізвище, ім'я, по батькові, місце проживання, серію та номер паспорта або іншого документа, що посвідчує особистість, а також дані про товар, при продажу якого були порушені права споживача. Органи у справах захисту прав споживачів не мають права розголошувати вказані відомості про споживача, який подав скаргу.

За результатами перевірки до суб'єктів підприємницької діяльності можуть застосовуватися санкції у вигляді:

- тимчасового припинення діяльності;
- анулювання сертифікатів та ліцензій;
- вилучення неякісних товарів, документів та інше;
- заборони на реалізацію (продаж) товарів, які не відповідають вимогам нормативних документів;
- накладення адміністративних стягнень;
- застосування санкцій згідно зі ст. 23 Закону про захист прав споживачів.



Застосовувати фінансові санкції до господарюючого суб'єкта за порушення законодавства про захист прав споживачів, які передбачені ст. 23 Закону про захист прав споживачів та п. 2 положення, затвердженого постановою КМУ від 14.04.94 р. № 236, мають право:

- голова Держспоживзахисту та його заступника;
- начальники управлінь у справах захисту прав споживачів у Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі, їх заступника.

Рішення про накладення стягнення приймається на основі акта перевірки, який складено уповноваженою посадовою особою Держспоживзахисту та затвердженого начальником (його заступником), і оформляється постановою у встановленій формі.

У разі необхідності питання про накладення стягнення може розглядатися за участю представника господарюючого суб'єкта.

Постанова про накладення стягнення складається у трьох примірниках:

- перший примірник залишається в державному органі у справах захисту прав споживачів, посадова особа якого прийняла постанову про накладення стягнення;
- другий примірник постанови у триденний термін після його прийняття направляється господарюючому суб'єкту або видається його представникові під розписку;
- третій примірник передається державній податковій інспекції за місцем знаходження підприємства для контролю за нарахуванням суми штрафу.

Штраф повинен бути перерахований підприємством у п'ятнадцятиденний термін з дня отримання постанови.

У триденний термін після сплати підприємство повинно письмово повідомити державний орган у справах захисту прав споживачів, який наклав стягнення, з зазначенням номера й дати платіжного доручення, на основі якого сплачено штраф.

При порушенні п'ятнадцятиденного терміну сплати штрафу державна податкова інспекція за місцем знаходження підприємства стягує штраф у безспірному порядку в десятиденний строк.

Рішення про накладення стягнення на господарюючі суб'єкти може бути оскаржене у вищий орган Держспоживзахисту або суд, при цьому подання скарги не зупиняє виконання рішення (ст. Закону про захист прав споживачів).

Згідно з п. 12 ст. 5 Закону про захист прав споживачів органи Держспоживзахисту мають право накладати на винних осіб адміністративні штрафи.

Згідно зі ст. 14 КУпАП посадові особи підприємств несуть відповідальність за адміністративні правопорушення, пов'язані з недодержанням встановлених правил у сфері торгівлі, захисту прав споживачів, стандартизації та метрології, забезпечення виконання яких входить в їх службові обов'язки.

Основою для притягнення посадових осіб до адміністративної відповідальності та порядок накладення адміністративних штрафів передбачені такими статтями КУпАП: 155, 156, 156<sup>1</sup>, 167, 168, 168, 170, 170, 172, 188.

За фактом здійснення адміністративного правопорушення посадовою особою Держспоживзахисту складається протокол, в якому, крім інших обов'язкових даних, вказується суть адміністративного правопорушення та назва нормативного акта, який передбачає відповідальність за це правопорушення.

Протокол підписується особою, яка його виписала, та правопорушником – посадовою особою підприємства, яке перевіряється.

У разі незгоди особи, яка здійснила правопорушення, на основі, якого накладене стягнення, така особа може скласти протокол розбіжностей, або пояснення та зауваження за змістом протоколу, а у разі відмови від підпису протоколу – викласти мотиви своєї відмови.

Згідно зі ст. 227 КУпАП справа про адміністративне правопорушення розглядається в п'ятнадцятиденний термін від дня складення протоколу.

Рішення про накладення адміністративних штрафів виноситься уповноваженою посадовою особою – начальником Управління у справах захисту прав споживачів в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі чи його заступниками. На основі рішення виноситься постанова, копія якої впродовж трьох днів вручається чи надсилається особі, стосовно якої вона винесена.

Постанова у справі про адміністративне правопорушення не є кінцевою і може бути оскаржена у вищому органі (Держспоживзахист або суд).

У разі неодержання вказаного терміну з поважних причин цей термін за заявою особи, стосовно якої винесена постанова, може бути поновлений органом, правомочним розглядати скаргу. Якщо скарга подана у встановлений термін, виконання про накладання адміністративного штрафу призупиняється.

На розгляд скарги та винесення рішення по ній також встановлений десятиденний термін з дня її надходження (ст. 292 КУпАП).

Постанова про накладання адміністративного штрафу обов'язкова для виконання підприємствами всіх форм власності, посадовими особами та громадянами.

Згідно зі ст. 307 КУпАП штраф повинен бути сплачений правопорушником не пізніше п'ятнадцяти днів з дня вручення йому постанови про накладення штрафу, а у разі оскарження – не пізніше п'ятнадцяти днів з дня повідомлення про залишення скарги без задоволення.

Штраф, накладений за здійснення адміністративного правопорушення, вноситься порушником в установу Ощадбанку України.

У разі несплати штрафу в строк постановою про накладення штрафу направляється за місцем роботи для утримання суми штрафу в примусовому порядку із заробітної платні.

### **1.2.5. Документи щодо організації та порядку захисту прав споживачів**

Документами, які регулюють організацію та порядок захисту прав споживачів, є:

- Інструкція про порядок опломбування виробничих, складських, торгових та інших приміщень, а також неправильних, несправних та з відсутнім відповідним тавром чи з порушеними строками перевірки вимірювальних пристроїв, затверджена наказом Держспоживзахисту України від 13.02.96 р. № 5;
- Наказ Державного Комітету України у справах захисту прав споживачів від 17.09.97 р. № 50 „Про затвердження форм актів перевірок додержання законодавства про захист прав споживачів господарюючими суб'єктами сфери торгівлі та громадського харчування”;
- Інструкція про порядок вилучення з реалізації (конфіскації) шкідливих для здоров'я продуктів харчування, хімічних та радіоактивних речовин, біологічних матеріалів, затверджена наказом Міністерства охорони здоров'я України від 14.04.95 р. № 68;
- Наказ Державного Комітету України у справах захисту прав споживачів від 17.10.97 р. № 53 „Про введення порядку накладання штрафів за порушення законодавства про рекламу”;
- Порядок застосування державними органами у справах захисту прав споживачів фінансових санкцій за порушення Закону України „Про державне регулювання виробництва та торгівлі спиртом етиловим, коньячним та плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами”, затверджений наказом Держспоживзахисту від 24.09.96 р. № 36.

### **Питання для самоконтролю знань**

1. Дайте визначення понять "споживач", "договір", "виробник", "недолік" та "істотний недолік", "безпека", "термін придатності".
2. Охарактеризуйте категорію "споживач" в аспекті конsumerизму.
3. Охарактеризуйте існуючий стан захисту прав споживачів в Україні.
4. Визначте роль держави у створенні та забезпеченні дієвості конsumerської політики.
5. Державні установи захисту прав споживачів.
6. Визначте основні структурні елементи системи захисту прав споживачів в Україні.
7. Охарактеризуйте структуру та функції Держспоживстандарту.
8. Визначте шляхи впровадження всесвітніх ідей захисту прав споживачів в Україні.
9. Окресліть глобальні проблеми конsumerизму.
10. Назвіть організації та установи, причетні до соціального захисту населення.
11. Сформулюйте складові забезпечення права споживачів на гарантований рівень споживання.

## ТЕМА 2. Правові основи захисту прав споживачів

### 2.1. Основні етапи розвитку ринків. Історично-традиційні права виробників, продавців і споживачів

У процесі розвитку суспільства можна виділити декілька етапів з характерними ознаками.

Перший етап – *"суспільство масового виробництва"* – характерний націленістю на зростання обсягу випуску продукції. Акцент на її якості особливо не робився і *споживач*, який відчував потребу в товарі, менше уваги звертав на його якість. Виробники основну увагу приділяли збільшенню кількості продукції і мало уваги звертали на її якість.

Другий етап – *перехід від "ринку продавця" до "ринку покупця"*. Головними дійовими особами *"ринку продавця"*, який домінує у традиційному індустріальному суспільстві, є виробник товару (продавець) і покупець (споживач), який мав мінімальну можливість впливу на ринок та якість товарів. У нинішній період соціально орієнтованої економіки *"ринок продавця"* поступається місцем *"ринку покупця"*, для якого характерне всебічне врахування потреб споживачів.

Третій етап – *"суспільство масового споживання"* – характеризується виробництвом високоякісних, споживчих товарів тривалого користування та послуг високої якості. Масове виробництво серійної продукції у величезних масштабах, що донедавна вважалося символом сучасності, поступилося місцем виробництва високоякісних товарів, які випускаються невеликими партіями і постійно оновлюються.

Перш ніж запропонувати товар ринку, необхідно здійснити соціальні дослідження з метою виявлення об'єктивних потреб різних верств населення, рівня та характеру наявного попиту, вимог до якості. При цьому враховуються також інтереси виробника-продавця. Посилюється боротьба за споживача, зростає роль конкуренції у сфері якості товарів та послуг.

**Таблиця 2.1. Характерні ознаки ринків різних періодів розвитку суспільства**

Ринок продавця	Ринок покупця	Ринок споживача
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Виробництво націлене на зростання обсягу випуску продукції</li> <li>- Споживач мав мінімальну можливість впливати на ринок та якість товарів.</li> <li>- Перевиробництво одних товарів та дефіцит інших.</li> <li>- Затяжні кризи перевиробництва, що різко порушували саморегуляцію ринкових процесів.</li> <li>- Поява перших консьюмерських законів і громадських організацій на захист споживачів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Виробництво націлене на випуск високоякісних товарів</li> <li>- Розширення соціальних програм.</li> <li>- Перехід від товаровиробничої до соціально орієнтованої економіки.</li> <li>- Запровадження державного планування</li> <li>- Введення контролю над технологічними змінами, рівнем цін, асортиментом та якістю продукції.</li> <li>- Активізація консьюмеризму, який набуває вже статусу державної політики.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Виробництво націлене на максимальне задоволення потреб споживачів</li> <li>- Перш ніж запропонувати ринку товар, проводяться соціальні дослідження щодо виявлення споживчого попиту.</li> <li>- Посилюється боротьба за споживача, конкуренція у сфері якості товару.</li> <li>- Створення спеціальних служб та установ з маркетингу і менеджменту якості.</li> </ul>

## **2.2. Права споживачів, що визнані Міжнародною організацією пра споживачів**

У ході розвитку суспільства спочатку мали перевагу права виробників та продавців, а саме:

- право пропонувати будь-який товар, будь-якого типу, розміру та зовнішнього оформлення за умови, що він не несе загрози здоров'ю або безпеці, а якщо несе, то пропонувати його з відповідною пересторогою та засобами контролю;
- право призначати на товар ціну будь-якого рівня за умови недопущення дискримінації між схожими між собою категоріями покупців;

- право витратити будь-яку суму коштів на просування товару за умови, що ці дії не стануть засобами недобросовісної конкуренції;
- право використовувати будь-яку рекламу про товар за умови, що вона не є оманливою або недоброякісною;
- право запроваджувати будь-які програми стимулювання та заохочення покупців.

Споживач мав мінімальну можливість впливати на ринок та якість товарів. Поступово виникло перевиробництво одних товарів та дефіцит інших, що призвело до затяжних криз перевиробництва, що різко порушували саморегуляцію ринкових процесів. Споживачі нерідко виступали за захист своїх прав, що викликало появу перших консюмерських законів і громадських організацій на захист прав споживачів.

*Права споживачів* вперше були сформульовані в Посланні Президента США Джона Ф.Кеннеді американському Конгресу 15 березня 1962 р. (день 15 березня проголошений ООН Всесвітнім днем захисту прав споживачів і відзначається щорічно у всьому світі, починаючи з 1983 р.). Зокрема, в Біллі Президента декларувалися права споживачів: *на безпеку, на вибір, на інформацію, бути вислуханим*. У подальшому до цього переліку додаються: *право на освіту споживачів; право на сприяння економічним інтересам споживачів і захист цих інтересів; право на створення громадських консюмерських організацій; право на компенсацію збитків; право на здорове навколишнє середовище*. Ці права споживачів доповнювалися й удосконалювалися в процесі розвитку та активізації консюмеризму. Свій внесок в цю справу внесла Хартія захисту споживачів, прийнята 25-ю сесією Консультативної Асамблеї Євросоюзу в 1973 р. (резолуція 543), а також Керівні принципи ООН на захист інтересів споживачів, прийняті Генеральною Асамблеєю ООН 9 квітня 1985 р. (резолуція 248). Активну позицію у розробці та вдосконаленні прав споживачів займають Консюмерський Інтернаціонал (СІ, 1960 р., Лондон), Європейське бюро споживачів (ЄБС, 1962 р., Брюссель) та інші впливові міжнародні організації.

### **ПРАВА СПОЖИВАЧІВ, ЩО ВИЗНАНІ МІЖНАРОДНОЮ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ**

**ПРАВО НА ЗАДОВОЛЕННЯ ОСНОВНИХ ПОТРЕБ** визначає право на основні (базові) товари і послуги, які забезпечують виживання, на адекватне харчування, одяг, житло, санітарні умови, охорону здоров'я, освіту.

**ПРАВО НА БЕЗПЕКУ** визначає право бути захищеним від продуктів, виробничих процесів і послуг, шкідливих для здоров'я або життя. Воно передбачає піклування як про повсякденні, так і про довгострокові інтереси споживачів.

**ПРАВО НА ІНФОРМОВАНІСТЬ** визначає право отримувати відомості, необхідні для того, щоб робити обґрунтований вибір, або приймати потрібне рішення. Споживачі мають бути забезпечені інформацією, яка дозволить їм діяти розумно і відповідально. Вони також повинні бути захищені від неточних рекламних відомостей, розміщених в об'явах, на етикетках, упаковці або розповсюджених іншими методами, які вводять в оману.

**ПРАВО ВИБОРУ** визначає право мати доступ до різноманітності товарів і послуг, які продаються за конкурентними цінами, а у разі монопольної торгівлі мати, при справедливій ціні, гарантію задовільної якості.

**ПРАВО БУТИ ВИСЛУХАНИМ** визначає право споживача відстоювати свої інтереси і спонукати уряд й інші органи, що здійснюють державну політику приймати їх до повного і співчутливого розгляду при формулюванні і здійсненні економічних та інших аспектів політики. Це право передбачає представництво у вказаних органах, а також участь у розробці продуктів і послуг до того, як вони почнуть вироблятися або реалізовуватися.

**ПРАВО НА ВІДШКОДУВАННЯ** визначає право на задоволення обґрунтованих претензій, тобто право отримувати компенсацію у разі придбання неякісних товарів або отримання незадовільних послуг, а також користуватися прийнятими формами правової допомоги для задоволення як серйозних, так і дрібних претензій.

**ПРАВО НА СПОЖИВЧУ ОСВІТУ** визначає право на придбання знань і навичок, які дозволяють споживачеві постійно, протягом усього життя, підвищувати освіченість у сфері відстоювання своїх прав споживача, а також вплив на сфери виробництва і реалізацію товарів та послуг.

**ПРАВО НА ЗДОРОВЕ НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ** (екоконсюмеризм) визначає право на фізичне оточення, яке здатне підвищувати якість життя. Воно включає в себе захист від екологічних небезпек, над якими окрема особа не має контролю. Воно визнає необхідність захищати і поліпшувати навколишнє середовище для нинішнього і майбутніх поколінь.



## **2.3. Права та обов'язки споживачів згідно з Законом України „Про захист прав споживачів”**

Закон України “Про захист прав споживачів” регулює відносини між споживачами товарів (робіт, послуг) і виробниками, продавцями і виконавцями в умовах різних форм власності, встановлює права споживачів та визначає механізм реалізації державного захисту їх прав.

1. Споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, яка реалізується на території України, для задоволення своїх особистих потреб мають право на:

- захист своїх прав державою;
- належну якість продукції та обслуговування;
- безпеку продукції;
- необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця);
- відшкодування шкоди (збитків), завданих дефектною чи фальсифікованою продукцією або продукцією неналежної якості, а також майнової та моральної (немайнової) шкоди, заподіяної небезпечною для життя і здоров'я людей продукцією у випадках, передбачених законодавством;
- звернення до суду та інших уповноважених органів державної влади за захистом порушених прав;
- об'єднання в громадські організації споживачів (об'єднання споживачів).

2. Споживачі також мають інші права, встановлені законодавством про захист прав споживачів.

3. Споживачі зобов'язані:

- перед початком експлуатації товару уважно ознайомитися з правилами експлуатації, викладеними в наданій виробником (продавцем, виконавцем) документації на товар;
- у разі необхідності роз'яснення умов та правил використання товару – до початку використання товару звернутися за роз'ясненнями до продавця (виробника, виконавця) або до іншої, вказаної в експлуатаційній документації особи, що виконує їх функції;
- користуватися товаром згідно з його цільовим призначенням та дотримуватися умов (вимог, норм, правил), встановлених виробником товару (виконавцем) в експлуатаційній документації;

- з метою запобігання негативним для споживача наслідкам використання товару – застосовувати передбачені виробником в товарі засоби безпеки з дотриманням передбачених експлуатаційною документацією спеціальних правил, а в разі відсутності таких правил в документації – дотримуватися звичайних розумних заходів безпеки, встановлених для товарів такого роду.

Серед усіх цих прав важливе місце належить праву споживача у сфері торговельного та інших видів обслуговування (про це говориться в Ст.17 закону). Адже на сьогодні щодня зустрічаються порушення в цій сфері: реалізація товарів неналежної якості, обмірювання споживачів, обважування, збільшення ціни, ненадання необхідної і достовірної інформації про товар, виробника продавця, режиму роботи, примушування споживачів купувати товар непотрібного асортименту та інші. І дуже часто споживачі не знають про можливості оскарження і притягнення до відповідальності винної сторони (про це в Ст.23 закону). Важливість даної теми – висвітлити всі аспекти і положення щодо прав споживачів у сфері торговельного обслуговування та обов'язки продавців, а також можливі наслідки при порушенні прав споживачів в даній галузі.

#### **2.4. Законодавчі та нормативні акти, що регулюють питання захисту прав споживачів в Україні**

Першою серед колишніх республік СРСР Верховна Рада України 12 травня 1991 р. прийняла Закон "Про захист прав споживачів". Наступного року Постановою Кабінету Міністрів від 1 липня 1992 р. (№ 297) був створений Державний комітет України у справах захисту прав споживачів (Держспоживзахист). Вже у середині 1992 р. стало зрозуміло, що Закон "Про захист прав споживачів" 1991 р. не відповідає вимогам часу, і фахівці взялися за його переробку. Держспоживзахист України розробив і подав на розгляд Кабінету Міністрів України проект Закону "Про внесення змін та доповнень до Закону Української РСР "Про захист прав споживачів". Останній був затверджений 15 грудня 1993 р. Насамперед він віддзеркалював ті кардинальні зміни, що відбулися в Україні за період з дня прийняття першого українського Закону щодо захисту прав споживачів. У серпні 1991 р. Україна стала незалежною державою, і це змінило багато акцентів політичного й економічного життя в країні. Закон 1993 р. вже містив в собі систему контролю за якістю товарів народного споживання, додержання правил торгівлі та надання послуг, а також норми адміністративної відповідальності, що настає

при порушенні прав споживачів. Були заповнені окремі прогалини в регулюванні відносин за участю споживачів-громадян тощо.

Закон "Про захист прав споживачів" в редакції 1993 р. складається з преамбули, трьох розділів: "Загальні положення", "Права споживачів та їх захист", "Громадські організації споживачів (об'єднання споживачів)" і містить 26 статей. (Закон "Про захист прав споживачів" в редакції 1991 р. складався з преамбули, двох розділів з ідентичними назвами та третього розділу "Об'єднання споживачів", і містив він лише 18 статей).

У преамбулі Закону "Про захист прав споживачів" зазначається, що цей Закон регулює відносини між споживачами товарів (робіт, послуг) і виробниками, виконавцями, продавцями в умовах різних форм власності, встановлює права споживачів та визначає механізм реалізації державного захисту їх прав.

Розділ I "Загальні положення" складається всього з двох статей (статті 1, 2) організаційного змісту. Центральне місце в Законі займає розділ II "Права споживачів та їх захист" (статті 3-24).

У третьому розділі "Громадські організації споживачів (об'єднання споживачів)", який складається з двох статей (статті 25, 26) визнано за громадянами право з метою захисту своїх законних прав й інтересів об'єднуватися у громадські організації. Визначаються повноваження громадських консюмерських організацій.

Після 15 грудня 1993 р. (Відомості Верховної Ради України, 1994 р., №1, ст.1; 1995 р., №14, ст.90, №23, ст. 182; 1999 р., №34, ст.274 та постанови Верховної Ради України № 2949 – III від 10 січня 2002 р; № 3161 – IV від 01 грудня 2005 р.) в Закон "Про захист прав споживачів" було внесено кілька змін, але вони не відзначалися масштабністю і не змінювали ідеології самого Закону.

Сьогодні нормативно-правова база консюмеризму в Україні, крім вже згаданого Закону "Про захист прав споживачів", нараховує понад 30 законів та підзаконних нормативних актів, прийнятих для захисту прав громадян-споживачів. Насамперед, слід відзначити, що права споживачів захищає Конституція України, прийнята 28 червня 1996 р., стаття 42 якої проголошує: "Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів".

В Основному Законі України закріплено одночасно чимало норм, які прямо або побічно стосуються питань захисту прав й інтересів споживачів. Так, в частині I, статті 50 Конституції закріплюється

право громадян на вільний доступ до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів та предметів побуту. А стаття 22 містить досить важливе положення про те, що конституційні права і свободи гарантуються і не можуть бути скасовані, не допускається звуження змісту та обсягу існуючих прав. Безумовно, що це все стосується і захисту прав споживачів.

Особливого значення в системі консюмерського законодавства України набувають норми Цивільного, Цивільно-процесуального, Кримінального, Кримінально-процесуального, Арбітражного процесуального кодексів, а також Кодексу України про адміністративні правопорушення. Зокрема, норми Цивільного кодексу встановлюють правила укладання договорів купівлі-продажу, підряду, схову та інших угод, юридичну відповідальність за неналежне їх виконання чи невиконання. Правильне дотримування громадянами цих правил служить надійною правовою гарантією захисту їх порушених прав як споживачів. А стаття 147 Кримінального кодексу передбачає, що випуск на товарний ринок або інша реалізація споживачам недоброякісної, тобто такої, що не відповідає встановленим стандартам, нормам, правилам і технічним умовам, або некомплектної продукції і товарів, здійснені відповідальними за це особами, вчинені протягом року після накладання адміністративного стягнення за такі ж порушення, караються штрафом від трьох до п'ятисот мінімальних розмірів заробітної плати. А ті ж дії, якщо вони вчинені у великих розмірах або завдали шкоди здоров'ю чи призвели до смерті споживача караються позбавленням волі на строк до п'яти років та ін.

### Нормативні акти, що регулюють питання захисту споживачів в Україні

#### *Закони України:*

- Захист прав споживачів (1991, 1993 рр.).
- Про охорону навколишнього середовища (1991р.).
- Про об'єднання громадян (1993 р.).
- Про охорону прав на знаки для товарів і послуг (1993 р.).
- Про антимонопольний комітет України (1994 р.).
- Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення (1994 р.).
- Про використання ядерної енергії та радіаційну безпеку (1995 р.).
- Про державне регулювання виробництва і торгівлі спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами (1995 р.).

- Про рекламу (1996 р.)
- Про внесення змін і доповнень до закону України "Про застосування електронних контрольно-касових апаратів і товарно-касових книг при розрахунках із споживачами у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг (1996 р.).
- Про внесення змін та доповнень до Кодексу України про адміністративні правопорушення щодо посилення адміністративної відповідальності у вигляді штрафу (1997 р.).
- Про державне регулюванні імпорту сільськогосподарської продукції (1997 р.).
- Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини (1997 р.).
- Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення (1997 р.).
- Про метрологію та метрологічну діяльність (1999 р.).
- Укази та розпорядження Президента України:*
- Про положення про Державний комітет України у справах захисту прав споживачів (1996 р.).
- Про положення про Державний Комітет України з стандартизації, метрології та сертифікації (1996 р.).
- Про порядок застосування обмежень імпорту товарів відповідно до норм і принципів ГАТТ/ВТО (1996 р.).
- Про Національну Раду з питань якості (1997 р.).
- Про зміни у структурі Центральних органів виконавчої влади (1999 р.).
- Постанови Верховної Ради:*
- Про затвердження положень щодо захисту прав споживачів (1995 р.).
- Постанови Верховної Ради України № 2949 – III від 10 січня 2002 р. „Про внесення змін до Закону України „Про захист прав споживачів”.
- Постанови Верховної Ради України № 3161 – IV від 01 грудня 2005 р „Про внесення змін до Закону України „Про захист прав споживачів”.
- Постанови Кабінету Міністрів України:*
- Про створення Державного Комітету України у справах захисту прав споживачів (1992 р.).
- Про організацію роботи, спрямованої на створення державної системи стандартизації, метрології та сертифікації (1992 р.).
- Питання Державного Комітету України у справах видавництва,

поліграфії та книгорозповсюдження (1993 р.).

- Про державний нагляд за дотриманням стандартів, норм і правил та відповідальності за їх порушення (1993 р.).
- Про стандартизацію і сертифікацію (1993 р.).
- "Про забезпечення єдності вимірювань" (1993 р.).
- Про укладення Угоди між Урядом України та Урядом Російської Федерації про співробітництво у сфері захисту прав споживачів (1994 р.).
- Про затвердження правил побутового обслуговування населення (1994 р.).

### **Питання для самоконтролю знань студентів**

1. Основні етапи розвитку ринків.
2. Історично-традиційні права виробників, продавців і споживачів
3. Права споживачів, що визнані Міжнародною організацією прав споживачів
4. Права та обов'язки споживачів згідно з Законом України „Про захист прав споживачів”
5. Зазначте системи захисту прав споживачів громадськими угрупованнями.
6. Назвіть законодавчі акти, що регламентують захист прав споживачів.

## **ТЕМА 3. ЗАГАЛЬНОПРОМАДСЬКА ДЕРЖАВНА КОНСЮМЕРСЬКА ПОЛІТИКА ЦИВІЛІЗОВАНИХ КРАЇН ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ**

### **3.1. Закон про несумлінну конкуренцію на захист прав споживачів у країнах Центральної і Східної Європи**

Несподівані випадки несумлінної конкуренції в колишніх соціалістичних країнах стали підтвердженням існуючої конкуренції як такої. Однак через відсутність правового регулювання і відповідної практики, серйозної теоретичної бази несумлінна конкуренція часто приводить до хаотичних і примітивних взаємин на ринку. Фактично виникає «рай для несумлінної конкуренції», де навіть імениті закордонні фірми використовують методи реклами, уже багато років заборонені в них на батьківщині. Це є наслідком недоліків "юридичної інфраструктури" (недостатня кількість юристів, відсутність свіжої судової практики, недосвідченість суддів).

В останні роки в сфері законодавчого регулювання проблем несумлінної конкуренції зроблені певні кроки. Дійсний аналіз спирається на новітні законодавчі акти: Закон про захист конкуренції від 13 травня 1991 р. (Болгарія); Закон про боротьбу з недобросовісною конкуренцією від 16 квітня 1993 р. (Польща); Закон про припинення несумлінної конкуренції від 28 січня 1991 р. (Румунія); Закон про конкуренцію й обмеження монополістичної діяльності на товарних ринках від 22 березня 1991 р. (Росія); Закон про захист конкуренції від 25 березня 1993 р. (Словенія); розділ 5 «Економічна конкуренція» першої частини діючого й нині як у Чехії, так і в Словаччині, Торговельного кодексу від 5 листопада 1991 р. колишньої Чехословаччини; Закон № 86 про заборону несумлінного поведіння на ринку від 20 листопада 1990 р. (Угорщина).

Крім того, нами проаналізований цілий ряд конкурентних і антимонопольних законів окремих колишніх республік СРСР і Прибалтійських від 1991 – 1992 р., а саме: закони Казахстану, Молдови, Білорусі, а також Латвії й Литви.

Окремого порівняльного розгляду заслуговує недавно виданий у Китаї Закон про боротьбу з несумлінною конкуренцією від 2 вересня 1993 р., що представляє собою, свого роду, доповнення до розроблювального в останні роки реформаторського законодавства, що охоплює всі сфери охорони промислової власності й авторського права. Розробка подібних документів свідчить про перехід від соціалістичного господарства з централізованим керуванням до ринкової економіки, введення якої ідеологічно узаконюється, назвою

«соціалістичне ринкове господарство». При цьому слід зазначити, що в такому оформленні мова йде не про метаморфозу існуючої концептуальної соціалістичної правової моделі, а про її подолання в постсоціалістичній ринковій економіці.

Подібна трансформація супроводжується появою великої кількості реформаторських законів майже у всіх сферах торговельного, суспільного й економічного законодавства. Особливої уваги при цьому заслуговує факт визнання ринкової економіки й підтримки конкуренції новими постсоціалістичними Конституціями майже всіх вищезазначаних країн.

Крім того, реформаторську законотворчість по конкурентному праву варто розглядати у зв'язку з надзвичайною динамікою реформ майже всіх сфер охорони промислової власності (закони про патенти, промислові зразки, типології інтегральних мікросхем, товарні знаки), а також авторського права.

Країни Центральної й Східної Європи, достатньо природно, орієнтувалися при переході від соціалізму до ринкової економіки на зазначені країни Західної Європи, що мають у своєму розпорядженні перевірені правові моделі. Це стосується й сфери несумлінної конкуренції, особливо в її континентально-європейському вираженні. При подібній стратегії часто використовується прив'язка західноєвропейських правових моделей до власних законодавчих, висхідних до довоєнних часів традицій вищезазначених нами країн, за винятком колишнього СРСР.

Як характерний приклад візьмемо Польщу, де після відповідної попередньої роботи юристів була багаторазово підтверджена практикою судочинства застосовність колишнього й у своїй цивільно-правовій частині формально ніколи не втратила чинності Закону про несумлінну конкуренцію від 1926 р.; тільки ст. 30 нового Закону про несумлінну конкуренцію від 16 квітня 1993 р. він був формально відмінений. За іронією долі наступним прикладом могла б стати НДР, де відбувалися подібні дебати щодо подальшої дієвості німецького Закону про недобросовісну конкуренцію від 1909 р., однак рішення з цього питання було прийнято тільки після возз'єднання Німеччини в результаті додаткового розгляду.

Така прив'язка до власних старих правових зразків має значення при оцінці окремих проявів недобросовісної конкуренції в умовах перехідного періоду, що мали місце також і в довоєнному минулому.

Правове регулювання розглянутих країн відноситься до різних типів. Мова йде, з одного боку, – про румунський Закон про недобросовісну



конкуренцію 1991 р. і польський Закон про несумлінну конкуренцію 1993 р., також китайський від 1993 р. – про традиційне регулювання в трактуванні німецького Закону про несумлінну конкуренцію, де до уваги береться винятково сумлінність конкуренції, а питання права обмежень конкуренції надають окремо картельним чи антимонопольним законам. З іншого боку, право сумлінності (як у випадку Болгарії, Словенії й Угорщини, а також Росії й інша колишніх радянських республік) можна трактувати як частину загального регулювання конкуренції, що розглядає рівною мірою волю й сумлінність конкуренції, і в такий спосіб відмовитися від окремого регулювання сфери обмеження конкуренції й несумлінної конкуренції.

Однак при оцінці даного питання варто враховувати також особливі умови країн, що трансформуються, а найчастіше й відсутність досвіду в ефективному застосуванні законів. Так, у Болгарії й Угорщині втручання конкурентних органів може бути стимулюючим фактором і в сфері несумлінної конкуренції, що сприяє повноцінній боротьбі з порушеннями законів конкуренції, хоча даремною була б надія через численність і різноманіття таких порушень, на забезпечення сумлінної конкуренції в загальному й довгостроковому розумінні такої тільки шляхом відомчого втручання. Можливо, розділений і доповнений образ дій через учасників ринку, з одного боку, і органи конкурентного нагляду – з іншого, як зазначає, наприклад, угорський закон поведження на ринку, являють собою можливу компромісну модель для перехідного періоду. Питання варто висунути на обговорення, однак спочатку необхідно докладніше розглянути окремі типи правового регулювання.

## **ПОЛЬЩА**

Новий польський Закон про несумлінну конкуренцію від 16 квітня 1993 г. є одночасно одним із останніх у Центральній і Східній Європі й таким, котрий найзрозуміліше відповідає традиційному в Центральній Європі типу регулювання, при якому окремо стоїть регулювання в сфері боротьби з несумлінною конкуренцією. Навіть якщо цей новий закон і спирається на довоєнний від 1 серпня 1926 р., він далеко виходить за його рамки й, безумовно, являє собою сучасний правовий акт.

Так, уже при описі мети закону в ст. 1 охорона інтересів громадськості, конкурентів, одержувачів (клієнтів) і споживачів називається рівноцінною. Закон містить, поряд з генеральним положенням (ст. 3, ч. 1), орієнтованим на суперечні закону й звичаям конкурентні дії, численні з погляду німецького Закону про несум-

лінну конкуренцію “модифіковані” окремі факти. Зокрема, у ст. 16 дається дуже велике, сформульоване за зразком генерального положення й далі спеціалізоване регулювання несумлінної реклами. Крім того, необхідність боротьби з порушеннями конкуренції підкреслюється завдяки спеціально виділеному регулюванню цивільних і кримінально-правових санкцій (статті 18ff, 23ff); при цьому у відомих межах передбачене позовне об'єднання.

Границя стосовно картельного (антимонопольного) права проводиться дуже чітко завдяки рішенням антимонопольного суду Варшави від 19 вересня 1991 р. про те, що неприпустимим є одночасний осуд порушень, зв'язаних з несумлінною конкуренцією, у ході картельного розслідування також і в змісті різних, наявних у розпорядженні санкцій (з одному боку, цивільно-правових, із іншого – управлінсько-правових).

### **РУМУНІЯ**

Румунський Закон про несумлінну конкуренцію від 1991 р., також відноситься до типу роздільного регулювання. Він містить відповідно орієнтоване на порушення звичаїв генеральне положення (статті 1 і 2); представлені далі окремі факти він пов'язує, в першу чергу, з порушенням суспільного порядку (ст. 4) і карними злочинами (ст. 5), однак не залишає без уваги й цивільно-правової відповідальності учасників (статті 6 і 7). Але по системі цивільно-правових санкцій посилаються при цьому на загальні положення цивільного права й Цивільного процесуального кодексу (ст. 9). Незважаючи на ряд перелічених фактів, що передбачають захист споживача, закон залишається дещо стриманим стосовно ідеї захисту його інтересів.

Румунське законодавство містить окрему Постанову про захист інтересів споживача від 21 серпня 1992 р., що представляє собою суміш положень по захисту здоров'я й безпеки споживача, а також про обов'язки – гарантійних і інформаційних – «економічних агентів» щодо відповідальності за товар. Крім того, воно містить у формі генерального положення зобов'язання щодо коректного, що виключає зловживання в торговельній практиці поводження. Цей припис може інтерпретуватися як поширення, з погляду захисту інтересів споживача, генерального положення Закону про несумлінну конкуренцію. Крім того, Постанова про захист інтересів споживача гарантує споживчим об'єднанням, що в Законі про несумлінну конкуренцію згадуються дуже побічно – як «професійно-станові організації» (ст. 8 ЗНК Румунії), що мають можливість робити заяви,

численні консультаційні й ініціативні права, а також позовні повноваження для реалізації прав і інтересів своїх членів (ст. 31).

## **ЧЕХІЯ Й СЛОВАЧЧИНА**

Свій шлях обрала колишня Чехословаччина, включивши регулювання сфери несумлінної конкуренції в главу 5 «Економічна конкуренція» Торговельного кодексу від 5 листопада 1991 р.

Цей кодекс продовжує діяти як у Чехії, так і в Словаччині. Також відноситься й до окремого Закону про захист економічного (господарського) змагання від 30 січня 1991 р., що, однак, обновляється вже в Чехії,

Рівнобіжне існування регулювання сфери несумлінної конкуренції в торговельному законодавстві й антимонопольному праві в згаданому Законі про захист чітко показує, що Чехія й Словаччина дотримуються роздільного принципу; однак, перший розділ у главі 5 «Доля в економічному змаганні» Торговельного кодексу містить, свого роду, "надпоняття" (§42, ч. 1) зловживань в економічній конкуренції як у сфері несумлінної конкуренції, так і в сфері обмеження конкуренції, причому для останньої робиться посилання на Закон про захист економічного змагання.

Присвячений несумлінній конкуренції другий розділ Торговельного кодексу (ТК) містить генеральне положення (§44, ч. 1), орієнтоване на протиріччя добрим звичаям у конкуренції, причому слід зазначити чітко згадування споживачів поряд зі звичайними учасниками змагання, Параграф 44, ч. 2 являє собою перелік окремих фактів, що надалі (§46 – 52) регулюються детальніше. У рамках спеціальних положень про санкції (§53 підприємницьким і споживчим союзам (як юридичним особам) гарантуються повноваження в пред'явленні позовів про невиконання обов'язків і про усунення, а також у випадках введення в оману й небезпеку, обдурюванні.

Проте в колишній Чехословаччині 16 грудня 1992 р., незадовго до її поділу, був виданий Закон про охорону інтересів споживача; він містить, подібно Постанові про захист інтересів споживачів у Румунії, поряд з положеннями, що служать здоров'ю й безпеці споживачів, окремі положення, як наприклад, заборона на дискримінацію споживачів (§6) і їх обман (§8), а також загальне регулювання з питань недозволеної реклами (§20). Ці положення забороняють обман споживачів, особливо шляхом подання неправильних, неповних, непідтверджених, неточних, нечітких, двословних й т.п. зведень, а також відповідної форми реклами, як ті, що зачіпають національні чи релігійні почуття. У рамках адміністративного на-

гляду споживчим союзам гарантуються визначені ініціативні права (§25, 26). У Чехії і Словаччині існує чіткий поділ між сферами обмеження конкуренції й несумлінної конкуренції.

### **УГОРЩИНА**

Найбільш чітко представляє тип сучасного, роздільного регулювання несумлінної конкуренції з включенням проблеми захисту інтересів споживача, загального регулювання поведінки на ринку, забезпечує захист інтересів споживача Угорський Закон № 86 про заборону на несумлінне поведінки на ринку (ЗНПР) від 20 листопада 1990 р., попередником ЯКОГО був Закон IV про заборону несумлінної господарської діяльності від 31 жовтня 1984 р., що мав подібну структуру.

Відповідно до загальної цільової настанови ЗНПР № 86/1990 вже в преамбулі називає волю й сумлінність економічної конкуренції як основні умови ринкової конкуренції й проголошує інтереси громадськості, конкурентів і споживачів у найширшому змісті слова (тобто промислові одержувачі й кінцеві споживачі) як захисну мету закону. У змісті генерального положення (3, ч. 1) підприємцям ще раз ставиться в обов'язок повага волі й сумлінності економічної конкуренції; до вимог підприємницької сумлінності додається генеральне положення про заборону несумлінної економічної діяльності (3, ч. 2). Це узагальнене поняття (несумлінності) поширюється в першу чергу на положення про заборону несумлінних ринкових методів у першій частині закону, де регулюються в главі 1 (§1, ч. 10) окремі факти несумлінної конкуренції в традиційному змісті, а в главі 2 (§11 – 13) – загальна заборона на обман (введення в оману) споживачів. Крім того, ця заборона поширюється також на регульовані угоди, що обмежують конкуренцію (ч. 3), і зловживання економічною могутністю положення (ч. 4), що так само, як і в другій частині закону, регулює проникаючий контроль, служить, власне, волі конкуренції.

Така нескладна для області розслідувань угорська модель указує на два моменти: по-перше, таке об'єднуюче рішення в змісті великого регулювання поведінки на ринку цілком може привести до обміркованого за змістом урівноваженого регулювання проблеми сумлінності конкуренції, а також запитів інтересів споживача; по-друге, допомагає відповідному зсуву від громадянсько-правового до управлінсько-правового санкціонування порушень у сфері несумлінної конкуренції, де зараз в Угорщині (у Болгарії трохи інакше) поки що не враховується велика кількість окремих правопорушень з питань несумлінної конкуренції.

## **3.2. Захист прав споживачів у країнах СНД**

### **3.2.1. Передумови формування перших консюмерських структур в державах СНД**

У колишньому СРСР не існувало єдиної державної політики, а також спеціалізованих відомств на захист прав й інтересів споживачів. Кинувши гучне гасло "Все для людини, все в ім'я людини", державні чиновники Радянського Союзу не зробили ніяких кроків щодо законодавчого закріплення прав споживачів, а тим паче практичної їх реалізації.

Перші громадські консюмерські організації в СРСР виникли в кінці 80-х років у ході спроб застосування ринкових реформ і демократизації суспільства, передбачених політикою перебудови, яка веде свій початок від рішень квітневого (1985 р.) пленуму ЦК КПРС. А перші державні консюмерські установи, а також перші закони на захист споживачів почали з'являтися вже в 90-х роках в незалежних державах – колишніх республіках Радянського Союзу.

Перш ніж аналізувати безпосередні передумови виникнення консюмеризму в колишньому СРСР (рис. 3.1.), доцільно сказати, що в країні існували певні історичні традиції споживчого руху системи контролю якості продукції.

Перші згадки про застосування стандартів з Росії з метою підвищення якості продукції були ще в XVI столітті, в часи правління царя Івана Грозного. Зокрема, були запроваджені стандартні калібри – кружала – для вимірювання гарматних ядер з метою підвищення їх якості. Було також закладено вартове містечко Свіяжськ, під час побудови якого запроваджувалися будівельні елементи, які були заздалегідь виготовлені за стандартними розмірами далеко від Свіяжська – в місті Угличі. Були й інші приклади. Однак в XVI-XVII ст. в Росії обмежувалися лише окремими стандартними рішеннями.

Початок ширшого впровадження стандартизації в Росії був покладений імператором Петром I. Зокрема, у першому зібранні законів Російської імперії був вміщений Указ, який свідчив про запровадження в Росії елементів стандартизації та взаємності. Так, під час побудови флоту для Азовського походу як зразок була використана галера, за якою були виготовлені ще 22 галери. Це дало можливість побудувати російський флот швидко та якісно.

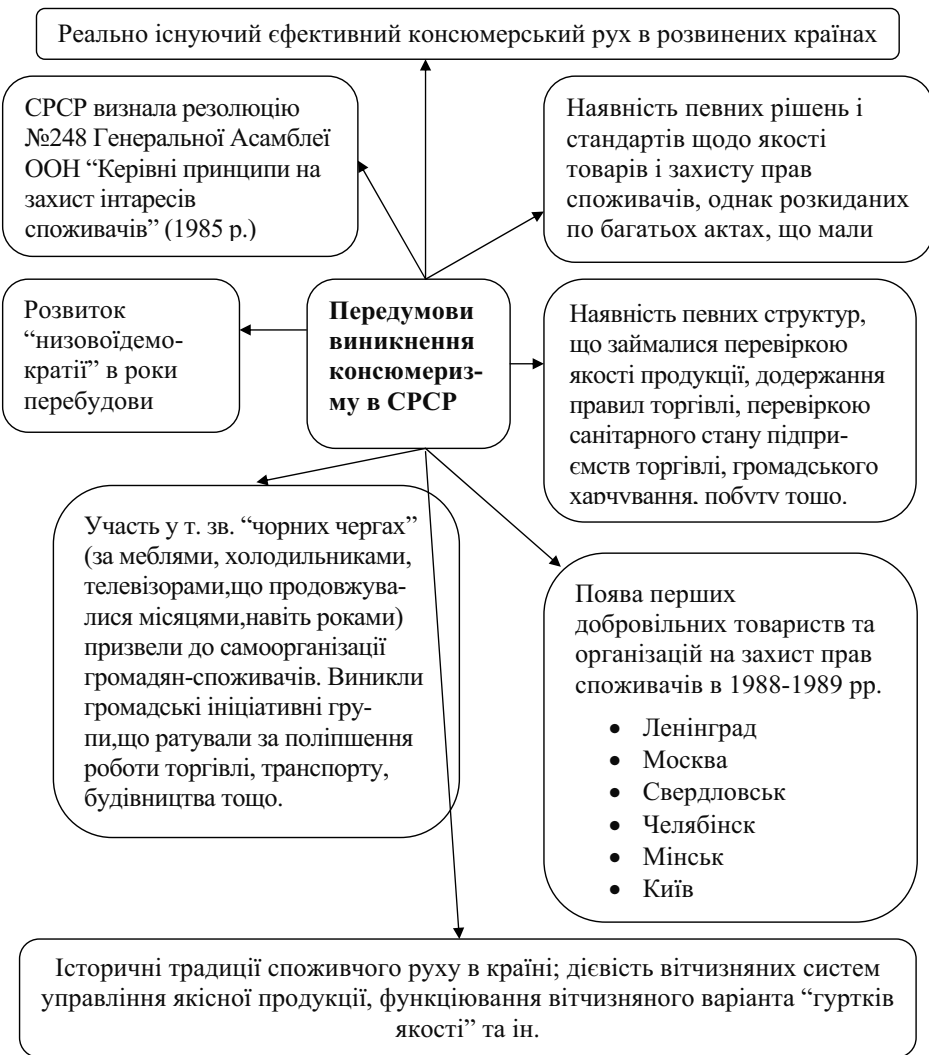


Рис. 3.1. Передумови виникнення консюмеризму в СНД

Особливу увагу Петро I приділяв якості та стандартизації зброї, інтерес в цьому плані являє собою Указ Петра I щодо якості від 2 січня 1723 р. Текст Указу свідчить не лише про вимоги до якості (в даному разі – до рушниць для армії), але й до системи контролю якості продукції, державного нагляду за ним та мірах покарання за виготовлення дефектної продукції. Відомо також, що Петро I, намагаючись розширити й активізувати зовнішню торгівлю, організував у Петербурзі й Архангельську урядові бракеражні комісії, до обов'язків яких входив нагляд за якістю експортованої Росією сировини (льону, конопель, деревини та ін.)

Розвиток промисловості й транспорту в Російській імперії привів до розширення робіт по стандартизації у ХІХ ст. Зокрема, в 1860р. був установлений єдиний розмір залізничної колії (1524мм) і затверджені габаритні норми наближення будівель та рухомого складу. В 1889 р. були затверджені перші технічні умови щодо проектування та спорудження залізниць, а в 1898 р. – єдині технічні вимоги до постачання основних матеріалів і виробів для потреб залізниці. В 1899 р. був визначений єдиний сортамент профілів металопрокату. А в 1900 р. був прийнятий ряд правил та норм щодо проектування та експлуатації електротехнічних виробів тощо.

Впровадження національних стандартів та єдиних вимог до якості продукції в Російській імперії ускладнювалося через велику кількість іноземних концесій, власники яких, як правило, запроваджували свої стандарти. Зокрема, таке положення справ привело до розповсюдження в країні трьох систем вимірювання: аршинної, дюймової та метричної. Це, зрозуміло, ускладнювало виробництво продукції та контролю її якості.

Одним із перших після революції 1917 р. був прийнятий декрет "Про введення міжнародної метричної системи мір важелів" (14 вересня 1918 р.). У 1925 р. створюється Комітет із стандартизації. В 1926р. затверджений перший радянський загальносоюзний стандарт – "Борошно. Селекційні сорти зерна. Номенклатура". В тому ж році були прийняті стандарти на новий сортамент металопрокату, що дозволив скоротити кількість типорозмірів у 6 разів, а також стандарти на метрично дюймове різьблення, на допуски та посадки тощо. Вони стали базою для оволодіння методами передових зарубіжних фірм, таких як Форд, Тейлор, що стосувалися контролю якості продукції на основі допусків та посадок. Як бачимо, однією з перших форм управління якістю в Радянському Союзі стала перевірка виробів методом сортування та розбраковки на придатні та непридатні.

Зародженням елементів захисту прав споживачів можна вважати відміну всередині 30-х років карткової системи за запровадження таврування гир та важелів. Була також введена кримінальна відповідальність за обважування, обмірювання покупців та ін.

В СРСР, як і в західних державах, існували історичні традиції руху споживачів. Так, перші споживчі й кооперативні товариства в Росії почали виникати в 90-ті роки XIX ст. і активно діяли до революційних подій 1917р. Організуючу роль у споживчому русі відігравали з'їзди кооператорів. У 1908 р. на кооперативному з'їзді в Москві було представлено 117 споживчих товариств. А у 1917 р. в Російській імперії нараховувалося 35 тис. товариств.

Радянською владою 10 квітня 1918 р. було оприлюднено Декрет "Про споживчу кооперацію". Але споживчий і кооперативний рух при більшовиках з добровільного, незалежного поступово перетворився у державний механізм розподілу дефіцитних товарів. Це, зокрема, відбито у наступних декретах Радянської влади щодо розвитку споживчої кооперації (декрети від 2 листопада 1918 р., від 20 березня 1919 р. та ін.). Споживча кооперація була підпорядкована Наркомпроду і остаточно втратила свою незалежність.

Історичною передумовою появи консюмеризму в СРСР стали певні доробки в галузі управління і створення систем якості. Слід сказати, що рух за поліпшення якості продукції в Радянському Союзі існував з періоду проведення індустріалізації, тобто з перших радянських п'ятирічок. З часом ставало зрозуміло, що стійкого удосконалення якості продукції неможливо добитися шляхом проведення окремих, навіть масштабних, але розрізнених заходів. В 50-і рр. в радянській практиці найбільш розповсюдженою стала т. зв. Саратовська система організації бездефектного виготовлення продукції та задача її з першого подання, метою якої було створення умов виробництва, що забезпечували виготовлення робітниками продукції без порушень технічної документації. В 60-х р. з'явилися Львівський, Горьківський (Нижегородський) та Ярославський варіанти системи бездефектної праці. В 1975 р. на передових підприємствах Львівщини з'явилися комплексні системи управління якістю продукції, метою яких стало створення товарів, які відповідали кращим світовим аналогам, а також досягненням науки й техніки. З 1978 р. Держстандартом СРСР були розроблені та затверджені Основні принципи Єдиної системи державного управління якістю продукції. Всередині підприємств управління якістю також розвивалося по лінії охоплення більш широкого кола проблем, скажімо,



ефективного використання ресурсів та ін. У 80-х рр. прикладом стали системи управління якістю підприємств Дніпропетровщини та ін. Широко розповсюдженими став у 70-80-і рр. "знак якості", яким клеймили вітчизняні товари. Так, на 1 липня 1981 р. Державного Знака якості було удостоєно 87941 найменувань виробів, що випускалися промисловістю (Однак не завжди наявність у того чи іншої виробу Державного Знака якості гарантувала відповідність його державним вимогам якості. Аналіз преси радянських часів свідчить про численні нарікання населення на низьку якість товарів народного споживання та надання послуг, на випуск явно бракуваної продукції).

Слід сказати, що визначені стандарти й відповідні рішення щодо якості продукції та послуг в СРСР були розкидані по багатьох законодавчих актах, і окремі, туманні, нечіткі рішення з цього питання тільки підкреслювали значну відмінність між метою та реальністю. До того ж Держстандарту СРСР самому було важко керувати вищезазначеними системами якості. Інші ж відомства (Держплан, Держкомпраця тощо) не вбачали в цьому нагальної необхідності.

Безумовною заслугою Держстандарту СРСР в кінці 80-х – на початку 90-х рр., у перехідний до ринкових відносин період, стала робота щодо гармонізації вітчизняних стандартів з міжнародними, в яких знайшов своє відображення й радянський досвід управління якістю продукції.

Важливою передумовою зародження консюмеризму в Радянському Союзі став і досвід певних контролюючих структур, що займалися перевіркою якості продукції, додержанням правил торгівлі, громадського харчування, побуту та ін. Ці проблеми тією чи іншою мірою вирішувалися функціонуванням державних органів (законодавчих, виконавчо-розпорядних, судових та контрольно-наглядових), державно-громадських органів (органів народного контролю), громадських органів партійних, комсомольських, профспілкових та інших організацій, діяльність яких організовувалася, керувалася, пропагувалася, контролювалася єдиним повновладним органом – правлячою партією).

Значний досвід діяльності радянського варіанта "гуртків якості". В їх роботі брала участь значна кількість працівників як у довоєнні, так і в повоєнні роки. Громадські комітети, групи та пости народного контролю безпосередньо на виробництві, постійно діючі виробничі наради, відділи технічного контролю, комсомольські, партійні, профспілкові організації та їх представники у виробничих

підрозділах підприємств, установ, організацій, «комсомольські прожектори», рейди і таке інше здійснювали безпосередній вплив на працівників, зайнятих у сфері виробництва. Тобто вони були невід'ємною частиною системи управління якістю продукції. Можна говорити про позитивні і негативні сторони соціалістичного змагання у трудових колективах, його формалізм, про недовір'я чи віру працівників у його доцільність. Але на певних історичних етапах розвитку країни організоване належним чином змагання у трудових колективах давало позитивні результати і сприймалось як реальна участь працівників, громадських і державних органів у поліпшенні якості продукції, товарів і послуг.

Могутнім імпульсом для виникнення консюмеризму в СРСР став реально існуючий консюмерський рух у розвинених країнах, а також формальне визначення Радянським Союзом (у тому числі УРСР і БРСР як членів ООН) Загальної декларації прав людини ООН та Керівних принципів ООН на захист інтересів споживачів.

Безперечно, що свій внесок в оформлення руху на захист прав й інтересів споживачів внесли і політики перебудови. Адже формування в кінці 80-х рр. різноманітних дійсно добровільних організацій у різних сферах громадського буття свідчило про поступове звільнення людей від страху перед самодіяльною активністю як кримінально переслідуваної справи, що цілеспрямовано насаджувалося радянською системою. Важливе місце в розвитку такого добровільництва, "низової демократії" взагалі посідали організації, що ставили за мету захист прав й інтересів споживачів.

Перші такі об'єднання з'явилися в Ленінграді і Москві восени 1988 р., згодом – у Києві, Свердловську, Челябінську, Мінську, Новосибірську, Воронежі, Ризі, Вільнюсі, у багатьох інших містах на високому гребені громадської активності, що була викликана демократичними перетвореннями, які розпочалися у другій половині 80-х рр. Оформлення груп споживачів було пов'язане з тим, що радянські люди відчули можливість шляхом самоорганізації добиватися поліпшення обслуговування покупців, більш чіткої роботи громадського транспорту, залучення населення до розробки планів міського будівництва тощо. Інколи поштовхом до об'єднання споживачів були так звані "чорні черги" за меблями, холодильниками, телевізорами та ін., які тривали місяцями, навіть роками. За період, що передував покупці, складалися своєрідні колективи, які очолювались енергійними старостами-самовисуванцями і здатні були відстоювати своє "право на покупку". Часто ядро перших організацій

споживачів становили журналісти, юристи, економісти, соціологи, які найбільш регулярно з початку 80-х рр. займалися проблемами роботи магазинів, підприємств – виробників продукції широкого вжитку, а також підприємств побутового обслуговування тощо.

### 3.2.2. Проблеми захисту споживачів у країні СНД

Молодий консюмеризм держав – колишніх республік СРСР – стикається з непомірно більшими труднощами ніж у будь-якій розвиненій країні. **По-перше**, процес його становлення проходив в умовах хронічного і тотального дефіциту товарів та послуг, під впливом насамперед політичних причин. **По-друге**, монополізм, слабка конкуренція, відсутність цивілізованого ринку явно не стимулює виробника і продавця йти назустріч споживачеві. **По-третє**, ще не переборена (і не змогла бути перебореною в такий історично короткий термін) нерозвиненість демократичних форм громадського життя в цілому. Цей факт відбивається на рівні й якості руху на захист прав й інтересів споживачів. Так, консюмеризм в державах – колишніх республіках СРСР – не знайомий з такими ініціативами і діями споживачів, як, скажімо, масові кампанії бойкоту якоїсь фірми або товару, немає телефонних атак на підприємство, що проштрафилося, відсутні "гучні" виступи з вимогами впровадження нових конєюмерських законів та ін.

**По-четверте**, консюмеризм в державах – колишніх республіках СРСР незрівнянно малочисельний та бідніший ніж в цивілізованих країнах. В конєюмерських організаціях будь-якого рівня спостерігається нестача коштів та працівників, а добровольчество в сучасних складних соціально-економічних умовах надзвичайно ускладнене: навіть ентузіасти часто не мають можливості присвятити себе роботі, що не оплачується.

**По-п'яте**, консюмеризм в регіоні потребує більшої державної підтримки. Йому необхідні приміщення для роботи, податкові пільги, можливо, перерахування частини штрафів, що стягуються за порушення прав споживачів, конєюмерським організаціям. Представники конєюмеризму повинні активніше залучатися до розробки законодавчо-правової бази захисту споживачів, до розв'язання проблем сертифікації й стандартизації та ін.

**По-шосте**, необхідна більш тісна та постійна взаємодія всіх державних і громадських структур у сфері захисту прав й інтересів споживачів.

### 3.2.3. Федерація товариств споживачів країн СНД

У грудні 1989 р. чотири десятки реально існуючих місцевих клубів, товариств, союзів, асоціацій споживачів об'єдналися у *Федерацію товариств споживачів СРСР*. З перших же кроків Федерацією був прийнятий розумний курс на автономію її складових частин. Рішення Федерації носили не директивний, а рекомендаційний характер. Вона не керувала, а координувала зусилля, допомагала обміну досвідом, методиками та ін.

На початку 1992 р. у зв'язку з розпадом СРСР Федерація товариств споживачів СРСР була перетворена в Міжнародну Конфедерацію товариств споживачів (**КонфТС**). Реалізуючи на практиці фундаментальний принцип міжнародних консюмерських організацій, зафіксований в Статуті СІ. КонфТС стала незалежною, неурядовою; неприбутковою міжнародною організацією. Вона не отримує ані державних субсидій, ані спонсорської підтримки від комерційних структур. Принцип її роботи – ніякої політики.

Склад Конфедерації постійно оновлюється. Зараз вона об'єднує національні консюмерські організації країн СНД (Білорусі, Вірменії, Туркменистану, Російської Федерації: Союз споживачів РФ, Лігу захисників споживачів, Товариство споживачів автотехніки), а також близько п'яти десятків регіональних товариств споживачів (обласних і місцевих). Зокрема, від України до КонфТС входять Одеська, Дніпропетровська, Харківська, Донецька області, а також Київська міська організація "Захист споживача".

Засідання Координаційної Ради КонфТС – основного органу організації – відбувається кілька разів на рік. Керівництво між засіданнями Ради здійснюється Правлінням. Низові регіональні товариства входять до своєї "головної" (національної, обласної) організації, з одного боку, з другого – безпосередньо, як повноправний член, до КонфТС.

При КонфТС діє ряд професійних спеціалізованих служб. Структура КонфТС показана на рис. 3.2.

Так, інформаційне агентство формує банк даних про якість продукції, виробників й імпортерів товарів, про рейтинг та порівняльні характеристики різних, фірм та їх виробів, а також збирає дані про незалежні лабораторії, що контролюють стандарти споживчих товарів. Накопичується юридична інформація (рішення судів, коментарів до законодавства), що стосується споживачів та ін. Необхідні матеріали на договірній основі надають КонфТС, а також отримують

ють від неї регіональні товариства споживачів, експертні лабораторії, підприємці.

Юридична фірма "Адвокат потребителя" мету своєї діяльності вбачає у захисті прав й інтересів споживачів як на території Російської Федерації, так і за кордоном, а також у сприянні створенню солідної правової основи для розвитку цивілізованих форм ринкових відносин.

Головне дітище Редакційно-видавничого центру КонфТС – журнал "СПРОС (аббревіатура якого розшифровується таким чином: (рос) Советы Потррбителям. Рейтинги. Обзоры. Ситуации.). Журнал виходить один раз на два місяці. Всі спеціалізовані служби і підрозділи КонфТС мають в ньому свої рубрики

Проблему фінансування своєї діяльності КонфТС вирішує самостійно. Частина коштів надходить від продажу розроблених професійними структурами методик та юридичних послуг. Іноді, намагаючись допомогти малоїмушим, фірма "Адвокат потребителя" і юристи товариств споживачів – членів організації – звільняють своїх клієнтів від внесення авансу за ведення справи, проводять експертизу за свій рахунок. Деякий прибуток приносять інформаційні видання. Хоча вони, відповідно до правил міжнародного консьюмеризму, не публікують реклами.

### **3.2.4. Міжнародна конфедерація товариств споживачів.**

#### **Стратегія та напрямки діяльності**

Сучасна стратегія КонфТС передбачає перехід від створення власних підроздільних структур до сприяння у формуванні постійних спеціалізованих організацій та кооперації з ними. Так, активно розвивається співробітництво з Громадською Радою з реклами, Бюро конкретного бізнесу, Лігою захисників споживачів, Центром банкрутств, Асоціацією споживчої освіти тощо.

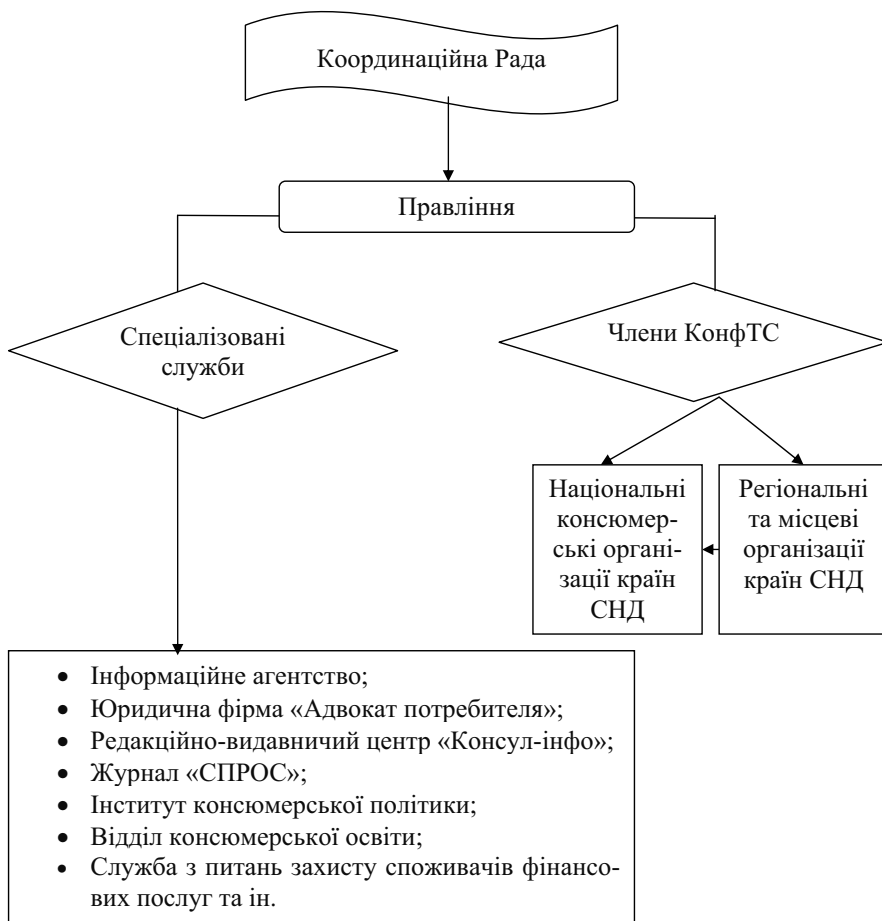


Рис. 3.2 – Структура КонфТС

Ефективність політики КонфТС відтворена у багатьох громадських компаніях. Так, у 1993 р. Адвокат Діана Сорк, яка згодом очолила фірму "Адвокат потребителя", виграла перший в Росії позов щодо компенсації моральних збитків. Споживач-потерпілий не тільки отримав нову мікрохвильову піч замість дефектної, але й половину її вартості як компенсацію за моральні збитки. До кінця 1993 р. на рахунку лише московських юристів КонфТС було близько 4 тис. виграних судових процесів, а також 8 тис. врегульованих ще до суду справ.

Оперативність професійних служб КонфТС разом з організаційними-членами виявилася також в кампанії 1993 р. за відміну постанови уряду щодо підвищення акцизних ставок на деякі товари, у тому числі на автомобілі. Громадський тиск сприяв тому, що уряд РФ відмовився від підвищення тарифів на ввезення продуктів харчування, автомобілів та ін., як міри, що не відповідає інтересам споживачів. Певних покращань споживачам принесли також такі акції КонфТС: компанія за визнання банкрутами деяких фінансових компаній і повернення грошей їх власникам (літо 1995 р.); кампанія на захист споживачів з метою зниження розцінок на доставку поштою передплатних видань (осінь 1995 р.); кампанія на захист власників валютних збережень (весна 1996 р.), кампанія на захист власників автомобілів, що постраждали в Москві від діяльності "евакуаторів" (осінь 1996 р.); кампанія проти фірм, які користуються недоброякісною рекламою (березень 1997 р.); кампанія за зміни у політиці сертифікації, яка передбачала дорогі та неефективні заходи щодо обов'язкового маркування споживчих товарів голографічними знаками (липень-вересень 1997 р.) та ін.

Зберігаючи неполітичний характер своєї діяльності. КонфТС в той же час взаємодіє з різними політичними силами: вона веде діалог як з урядом, так і з опозицією, як з виконавчою, так і з законодавчою владою. Відмова від прямої співдії з політичними партіями, від прив'язки до будь-якої партійної ідеології зовсім не означає, що Конфедерація уникає участі в різного роду комітетах та комісіях, що розробляють консьюмерське законодавство. Вона наполягає на розширенні такої співпраці. Одночасно КонфТС звертається до політиків, які претендують на презентацію інтересів виборців, з вимогою включати у свої передвиборні програми питання захисту прав й інтересів споживачів тощо.

Важливу допомогу КонфТС надають досвідчені консьюмерські організації Англії, Німеччини, США, а також міжнародний консьюмеризм, особливо СІ, членом якої КонфТС стала в 1994 р. Як вже було сказано, в рамках СІ розроблена спеціальна програма "ПРОЕСТ", націлена на сприяння розвитку консьюмеризму в Центральній та Східній Європі. Заслугує на увагу також допомога, що надається колишнім республікам СРСР з боку Європейського Союзу. Зокрема, розроблена Програма Технічної допомоги в галузі захисту прав споживачів, що фінансується Програмою TACIS. TACIS – це програма, яка реалізується з 1991 р. і запроваджена для 12-ти країн колишнього Радянського Союзу: Азербайджану, Біло-

русі, Вірменії, Грузії, Казахстану, Киргизстану, Молдови, Російської Федерації, Таджикистану, Туркменистану, України та Узбекистану. В 1994 р. ще однією країною-партнером по TACIS стала Монголія. Мета TACIS – сприяння розвитку гармонійних та міцних економічних та політичних зв'язків між Євросоюзом і країнами-партнерами, а також підтримка зусиль країн-партнерів у створенні суспільства, заснованого на політичних свободах та економічному процвітанні. TACIS прямує до мети шляхом надання субсидій (безвідплатного фінансування) для передачі "ноу-хау", підтримуючи таким чином процес демократизації суспільства і переходу до ринкової економіки. Наприклад, тільки в перші чотири роки своєї діяльності, 1991-1994 рр., TACIS безвідплатно надала своїм партнерам 1 млрд 757 млн єкю, що дало можливість фінансувати 2 тис. проєктів, у тому числі консюмерського напрямку. Важливим наслідком співдії з міжнародним консюмеризмом стало також підписання між органами Євросоюзу та урядами країн – членів СНД – "Угоди про партнерство та співробітництво". У 1994 і 1995 рр. були узгоджені два довгострокових проєкти консультацій з Європейською службою експертизи з метою зробити певний внесок у розвиток законодавства в сфері захисту прав й інтересів споживачів тощо.

Курс на розбудову незалежних держав у колишніх республіках Радянського Союзу, активна допомога міжнародного співтовариства у справі створення демократичного суспільства, заснованого на принципах ринкової економіки, зумовили в 90-х рр. необхідність розробки і реалізації в них ефективного механізму захисту прав та законних інтересів споживачів. Створення такого механізму в регіоні розпочалося з розробки і прийняття відповідного консюмерського законодавства. Так, у травні 1991 р. першою серед колишніх республік СРСР Верховна Рада України прийняла Закон "Про захист прав споживачів"(нова редакція – 15 грудня 1993 р.). Закони на захист прав споживачів були прийняті в Російській Федерації (1992 р.), Казахстані (1991 р.), Киргизстані (1992 р.), Білорусі (1993 р.), Молдові (1993 р.). В структурі СНД кожні два роки відбуваються наради на вищому рівні з питань консюмерської політики. Між країнами СНД розроблений типовий проєкт Закону "Про захист прав споживачів". Спостерігається пошук взаємодії на двосторонній основі. До прикладу, між консюмерськими організаціями України і Росії 24 травня 1994 р. був укладений Договір про співробітництво в сфері захисту прав споживачів.



Одним з найважливіших напрямків консюмерського співробітництва в рамках СНД є проведення узгодженої політики в галузі стандартизації і сертифікації. Так, в березні 1992 р. Головами Урядів країн – членів СНД – була підписана "Угода про проведення узгодженої політики в галузі стандартизації, метрології й сертифікації". Відповідно до цієї Угоди була створена Міжнародна Рада з стандартизації, метрології й сертифікації (МДР), засідання якої відбуваються двічі на рік. Як міжнародний орган МДР бере участь в роботі Міжпарламентської Асамблеї держав-членів СНД по розробці модельних законодавчих актів і рекомендацій в сфері стандартизації, метрології й сертифікації.

В рамках МДР працюють понад 300 міждержавних технічних комітетів із стандартизації. Сьогодні ними розроблено, а МДР прийнято понад 1000 міждержавних стандартів, порядків та рекомендацій в сфері міждержавної стандартизації. Важливим є рішення МДР щодо визначення діючих раніше в СРСР стандартів «ГОСТ» як міждержавних в рамках СНД. Це надало можливість використання як міждержавних понад 20 тис. державних стандартів колишнього Радянського Союзу.

В жовтні 1995 р. Міжнародна організація з стандартизації (ISO) визнала МДР як міждержавну регіональну організацію з стандартизації.

Таким чином, у державах СНД існували історичні традиції споживчого руху та системи контролю якості продукції (XVIII – початок ХХст.).

У колишньому СРСР не було єдиної державної політики, а також законодавства і спеціалізованих відомств на захист прав споживачів. Однак існували певні доробки в галузі запровадження систем якості, радянського варіанта "гуртків якості", роботи відповідних державних контролюючих структур, що займалися перевіркою якості продукції, додержанням правил торгівлі і громадського харчування, побуту тощо.

У державах – колишніх республіках СРСР – з кінця 80-х рр. реально існує і розвивається консюмерський рух. Із "екзотичної" теми, яким він був в регіоні ще на початку 90-х рр., консюмеризм перетворився в предмет зацікавленості державних структур і спеціалізованих громадських організацій. Сотні товариств, асоціацій, клубів, союзів споживачів діють на місцях. Консюмерські проблеми знаходяться в центрі уваги центральної та місцевої преси, радіо, телебачення. З консюмерської тематики організуються наукові і

практичні семінари, конференції (часто за участю міжнародного консюмеризму). Ефективно діє в регіоні міжнародна структура, яка об'єднує консюмерські організації країн СНД – КонфТС.

Консюмеризм країн регіону набув міжнародного визнання і отримує солідну підтримку і допомогу міжнародного співтовариства. Він всіляко підкреслює своє намагання слідувати Керівним принципам ООН, використовувати великі доробки міжнародного консюмеризму.

Даний етап розвитку консюмеризму в регіоні можна кваліфікувати як початковий (або як перехідний), тому що не можна ще говорити про вироблення й функціонування в цих країнах ефективного національного механізму захисту прав і законних інтересів громадян-споживачів. Як в самих концепціях консюмеризму, так і в заходах щодо їх впровадження в країнах СНД існують поки що безліч недоробок. Вони пов'язані насамперед з неконтрольованим ринком, слабкою інформативною, освітянською та законотворчою основами подальшого розвитку цивілізованого консюмерського руху з регіоні. Відіграє свою негативну роль в цьому плані і низька купівельна спроможність основної маси громадян.

### **3.3. Законодавча база і органи, які здійснюють державний захист прав споживачів**

У квітні 1985 р. Генеральна Асамблея ООН затвердила керівні принципи щодо захисту інтересів споживачів, які повинні використовуватися урядами країн світу при реалізації політики захисту інтересів споживачів. здоров'я споживачів. Керівні принципи щодо захисту прав споживачів підписані Україною.

У законі України „Про захист прав споживачів„ (1991 р.) були визначені основні правові положення захисту інтересів споживачів щодо товарів /робіт та послуг/ в умовах функціонування різних форм власності, розширення ринкових і товарно-грошових відносин.

15 грудня 1993 р. Верховна Рада України внесла ряд суттєвих змін 1 доповнень до Закону "Про захист прав споживачів" та прийняла його в новій редакції.

Цей Закон регулює відносини між споживачами товарів /робіт, послуг/, виготівниками, виконавцями, продавцями в умовах різних форм власності, встановлює права споживачів та визначає механізм реалізації державного захисту їх прав.

Законом визначена система органів, які здійснюють державний захист прав споживачів. Це Ради народних депутатів, їх виконавчі

та розпорядчі органи, місцеві державні адміністрації, Державний комітет України у справах захисту прав споживачів, Державний комітет по стандартизації, метрології та сертифікації і його територіальні органи, установи державного санітарного нагляду України, інші органи державної виконавчої влади, на які покладено контроль за якістю і безпекою товарів /робіт, послуг/, призначених для споживачів, а також суд.

Держспоживзахист та його територіальні органи здійснюють державний контроль за дотриманням законодавства України про захист прав споживачів:

- центральними і місцевими органами державної виконавчої влади;
- господарюючими суб'єктами – підприємцями;
- установами, організаціями незалежно від форм власності;
- громадянами-підприємцями;
- іноземними юридичними особами, що здійснюють підприємницьку діяльність на території України.

Забезпечують реалізацію державної політики щодо захисту прав споживачів і мають право :

1. Давати господарюючим суб'єктам обов'язкові для виконання приписи про припинення порушень прав споживачів.

2. Перевіряти господарюючих суб'єктів сфери торгівлі, якість товарів (робіт, послуг), додержання обов'язкових вимог щодо безпеки товарів та правил торгівлі. Входити безперешкодно та обстежувати, відповідно до законодавства, будь-які виробничі, складські, торговельні та інші приміщення, відбирати у господарюючих суб'єктів сфери торгівлі зразки товарів, сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів для перевірки їх якості на місці або проведення незалежної експертизи у відповідних лабораторіях та в інших установах з оплатою вартості зразків і проведених досліджень (експертиз) за рахунок господарюючих суб'єктів, що перевіряються. Порядок відбору таких зразків визначається Кабінетом Міністрів України /постанова Кабінету Міністрів України від 2.04.94р. №215/.

Держспоживзахист також має право проводити контрольні перевірки правильності розрахунків із споживачами за надані послуги та реалізовані товари Забороняти господарюючим суб'єктам реалізацію споживачам товарів /виконання робіт, надання послуг/, на які немає документів, що засвідчують їх відповідність вимогам нормативних документів; на які в актах законодавства, нормативних документах встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення без-

пеки життя, здоров'я, майна споживачів і охорони навколишнього природного середовища, якщо ці товари /роботи, послуги/ не мають сертифікати відповідності та інше.

Крім того, державні органи у справах захисту прав споживачів мають право приймати рішення про припинення продажу та виробництва товарів, виконання робіт і надання послуг, що не відповідають вимогам нормативних документів, – до усунення виявлених недоліків; про тимчасове припинення діяльності підприємств торгівлі, складів, що систематично реалізують недоброякісні товари, порушують правила торгівлі та надання послуг, умови зберігання та транспортування товарів. Вилучати неякісні товари, документи, інші предмети, що свідчать про порушення прав споживачів.

Питання прийняття цих рішень регулюються Положеннями, затвердженими постановою Верховної Ради України від 25.01.95р. № 26/95ВР.

Основною метою роботи цих органів є правовий захист прав споживачів у всіх відносинах його з продавцем товарів, робіт, послуг.

Хто такий споживач і які його права?

Споживач – це громадянин, який придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари /роботи, послуги/ для власних побутових потреб

Споживачі, які перебувають на території країни, мають право на: державний захист своїх прав; гарантований рівень споживання; належну якість товарів /робіт, послуг/, торговельне та інші види обслуговування; безпеку товарів /робіт, послуг/; необхідну, доступну та достовірну інформацію про кількість, якість і асортимент товарів /робіт, послуг/; відшкодування збитків, завданих товарами /роботами, послугами/ неналежної якості, а також шкоди, заподіяної небезпечними для життя і здоров'я людей товарами /роботами, послугами/ у випадках, передбачених законодавством; звернення до суду та інших уповноважених державних органів за захистом порушених прав; об'єднання в громадські організації споживачів /об'єднання споживачів.

Споживач має право вимагати від продавця /виготівника, виконавця/, щоб якість придбаного ним товару /виконаної роботи, наданої послуги/ відповідала вимогам нормативних документів, умовам договорів, а також інформації про товар /роботу, послугу/, яку надає продавець /виготівник-виконавець/.

Законом передбачено, що споживач при виявленні недоліків чи фальсифікації товару протягом гарантійного або інших термінів, установлених обов'язковими для сторін правилами чи договором, має право за своїм вибором вимагати від продавця або виготівника: безплатного усунення недоліків товару або відшкодування витрат на їх виправлення споживачем чи третьою особою; заміни на аналогічний товар належної якості; заміни на такий же товар іншої моделі з відповідним перерахуванням купівельної ціни.

Стосовно товарів /робіт, послуг/, на які гарантійні терміни не встановлені, споживач має право пред'явити продавцю /виготівнику, виконавцю/ відповідні вимоги, якщо недоліки були виявлені протягом шести місяців, а стосовно нерухомого майна – не пізніше трьох років від дня передачі його споживачеві.

Відповідно до ст. 17 Закону шкода, заподіяна життю, здоров'ю або майну споживача товарами /роботами, послугами/, що містять конструктивні, виробничі, -рецептурні або інші недоліки, підлягає відшкодуванню в повному обсязі, якщо законодавством не передбачено більш високої міри відповідальності. За кожним потерпілим споживачем визнається право вимагати відшкодування заподіяної шкоди. Таке право зберігається протягом встановленого терміну служби /терміну придатності/

Споживач має право на одержання необхідної, доступної та достовірної інформації про товари /роботи, послуги/, що забезпечує можливість компетентного вибору. Вона вміщує назви нормативних документів, вимогам яких повинні відповідати товари /роботи, послуги/, ціну та умови придбання товарів /робіт, послуг/, дату виготовлення, гарантійні зобов'язання виготівника /виконавця/, правила та умови ефективного використання товарів /робіт, послуг/, найменування та адресу виготівника /виконавця, продавця/ і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт, технічне обслуговування та інше /п. 1 СТ.18 Закону/.

Споживач має право відмовитися від договору про виконання робіт і надання послуг і вимагати відшкодування збитків, якщо виконавець своєчасно не приступає до виконання договору або виконує роботу так повільно, що закінчити її у визначений термін стає неможливим.

У разі невиконання цих вимог продавцем або виготівником у добровільному порядку захист прав споживачів здійснюється судом. Споживачі за своїм вибором подають позови до суду за місцем сво-

го проживання або за місцезнаходженням відповідача, за місцем заподіяної шкоди або за місцем виконання договору. Ця категорія справ розглядається судами без сплати державного мита..

А хто такий продавець і які його обов'язки ?

**Продавець** – це підприємство, установа, організація або громадянин-підприємець, які реалізують товари за договором купівлі-продажу. Але стосовно до споживача він має лише обов'язки'.

Продавець, виготівник зобов'язаний прийняти товар неналежної якості у споживача і задовольнити його вимоги. При наявності товару вимога споживача про його заміну підлягає негайному задоволенню, а в разі необхідності перевірки якості – протягом 14 днів або за домовленістю сторін. У разі відсутності товару вимога споживача про заміну підлягає задоволенню у двомісячний термін з часу відповідної заяви. Вимоги споживача про безплатне усунення недоліків товару повинні бути виконані протягом 14 днів або за згодою сторін в інший термін.

Доставка великогабаритних товарів і товарів вагою понад п'ять кілограмів продавцю, виготівнику та їх повернення споживачеві здійснюється силами і засобами продавця, виготівника. На вимогу споживача на час ремонту йому надається (з доставкою) аналогічний товар незалежно від моделі.

В процесі реалізації своїх прав споживач вступає в договірні відносини з продавцем товарів /робіт, послуг/. Так що є договором в цих відносинах?

Законом дається трактування, що договір – це усна чи письмова угода між споживачем і продавцем /виконавцем/ про якість, терміни, ціну та інші умови, за якими здійснюється купівля-продаж, робота та послуги. Оскільки договір купівлі-продажу у системі роздрібною торгівлі, як правило, збігається з його виконанням, в зв'язку з цим на нього не поширюються вимоги щодо обов'язкової письмової форми. В таких випадках договором є квитанція, товарний чи касовий чек або інший письмовий документ або технічний паспорт з відміткою продавця.

Під час продажу товарів продавець зобов'язаний видати споживачеві квитанцію, товарний чи касовий чеки або інший письмовий документ, що засвідчує акт купівлі. Це більш важливо для споживача, ніж для продавця, і ось чому. Понад 200 споживачів звернулося до управління за минулий рік з неякісним товаром, не маючи документів, підтверджуючих купівлю товару. Тому тяжко було

виявляти продавця недоброякісного товару, а ще важче довести, що це товар його і притягати до відповідальності.

При купівлі товарів необхідно знати, у кого куплено товар /назва підприємства і адреса або № свідоцтва про реєстрацію) і ким зареєстровано /яким виконавчим комітетом/, обов'язково треба мати чек товарний чи касовий або відмітку в паспорті і достовірну інформацію про товар.

За порушення прав споживачів Закон України "Про захист прав споживачів" передбачає відповідальність: як адміністративні штрафи до порушників, так і фінансові штрафи до господарюючих суб'єктів, в тому числі громадян-підприємців.

До цих порушень відносяться : відмова споживачеві в реалізації його права в разі придбання товару неналежної якості; випуск або реалізацію товару, виконання роботи, надання послуг, що не відповідають вимогам нормативних документів; реалізацію товару, виконання роботи, надання послуги, що підлягає обов'язковій сертифікації, але не має сертифіката відповідності; випуск, реалізацію товару, виконання роботи, надання послуги, що не відповідає вимогам нормативних документів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища; реалізацію товару /виконання роботи, надання послуги/, забороненого до випуску та реалізації відповідним державним органом; реалізацію небезпечного товару /отрути, отрутохімікату, вибухо- і вогне-небезпечної речовини тощо/ без належного попереджувального маркування, а також без інформації про правила та умови безпечного його використання; відсутність необхідної доступної та достовірної інформації про товар, роботу, послугу; створення перешкод службовій особі державного органу у справах захисту прав споживачів у проведенні перевірки якості товарів, виконуваних /виконаних/ робіт, надаваних. /наданих/ послуг, а також правил торговельного та інших видів обслуговування; реалізацію товару, термін придатності якого минув; порушення умов договору між споживачем і продавцем /виконавцем/ на виконання роботи, надання послуги.

Сума штрафів за вказані порушення може складати від 10 до 500 відсотків вартості реалізованих товарів.

Одночасно із Законом України "Про внесення змін 1 доповнень до Закону Української РСР "Про захист прав споживачів" Верховна Рада України прийняла Закон України "Про внесення змін 1 доповнень до Кодексу України про адміністративні правопорушення".

Відповідно до СТ.224 Кодексу України про адміністративні правопорушення органи Держспоживзахисту розглядають справи про адміністративні правопорушення, пов'язані з порушенням законодавства про захист прав громадян-споживачів /статті 42, 155; 156, 156, 167 – правопорушення під час реалізації продукції промисловими підприємствами громадянам-споживачам, статті 168, 168, 170 – правопорушення під час транспортування, зберігання і використання продукції, призначеної для реалізації громадянам-споживачам, 170 – правопорушення під час реалізації товарів, виконання робіт, надання послуг громадянам-споживачам, 172 – правопорушення на підприємствах /в організаціях/ торгівлі, громадського харчування, сфери послуг і громадянами, які займаються підприємницькою діяльністю, СТ.188/.

Від імені органів Державного Комітету України у справах захисту прав споживачів розглядати справи про адміністративні правопорушення і накладати адміністративні стягнення мають право : голова Державного комітету України у справах захисту прав споживачів та його заступники, начальники управлінь у справах захисту прав споживачів областей та їх заступники. Штрафи У розмірі до 20 мінімальних заробітних плат накладаються Головою Державного комітету України у справах захисту прав споживачів та його заступниками, начальниками управлінь у справах захисту прав споживачів областей та їх заступниками. Штрафи у розмірі понад 20 мінімальних заробітних плат накладаються Головою Державного комітету України у справах захисту прав споживачів та його заступниками.

Пунктами 4 – 8 Положення "Про порядок накладення на господарючі суб'єкти сфери торгівлі, громадського харчування і послуг, у тому числі на громадян-підприємців, стягнень за порушення законодавства про захист прав споживачів", затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 14.04.94р. № 236 передбачено, що рішення про накладення стягнення приймається на підставі відповідних актів перевірки господарюючого суб'єкта уповноваженими особами Держспоживзахисту за наявності порушень вимог законодавства про захист прав споживачів і оформляється постановою за встановленою формою.

Постанова про накладення стягнення складається у трьох примірниках. Перший примірник залишається у державному органі у справах захисту прав споживачів, службова особа якого прийняла постанову про накладення стягнення. Другий примірник постанови



у триденний термін після її прийняття надсилається господарюючому суб'єкту або видається його представнику під розписку. Третій примірник постанови передається відповідній державній податковій Інспекції за місцезнаходженням господарюючого суб'єкта для контролю за надходженням суми штрафу.

Господарюючий суб'єкт перераховує суму штрафу (50 %) до позабюджетного фонду органів місцевого самоврядування, 35 % – до державного бюджету, 15 % – державному органу у справах захисту прав споживачів/ через банк, який його обслуговує, у 15-денний термін з дня отримання постанови, про що у триденний термін після сплати письмово повідомляє державний орган у справах захисту прав споживачів, що наклав стягнення, із зазначенням номерів 1 дати платіжного доручення, за яким сплачено штраф.

Постанова про накладення стягнення обов'язкова для виконання господарюючим суб'єктом. У разі її невиконання протягом зазначеного терміну сума штрафу стягується у безспірному порядку відповідною державною податковою Інспекцією за місцезнаходженням господарюючого суб'єкта у 10-денний термін.

Сплата штрафів не звільняє господарюючих суб'єктів від обов'язків щодо відшкодування в установленому порядку споживачам як майнових, так і моральних збитків, які виникли внаслідок порушення законодавства про захист прав споживачів. Рішення про накладення стягнень на господарюючий суб'єкт може бути оскаржене в порядку, визначеному законодавством.

З метою захисту своїх законних прав та інтересів громадяни мають право об'єднуватися на добровільній основі у громадські організації споживачів /об'єднання споживачів/. Об'єднання мають право: вивчати споживачів, властивості продукції, попит на неї, проводити опитування населення для виявлення громадської думки про якість товарів, що випускаються і реалізуються, та ціни на них; одержувати від органів державної влади і управління, органів місцевого самоврядування інформацію, необхідну для реалізації своїх цілей і завдань; сприяти державним органам у здійсненні контролю за якістю товарів /робіт, послуг/, торговельного обслуговування та інших видів обслуговування; організувати юридичну і консультаційну допомогу споживачам; представляти і захищати інтереси споживачів в органах державної влади та управління й місцевого самоврядування; звертатися з позовом до суду про визнання дій продавця, виготівника /підприємства, що виконує їх функції/, виконавця протиправними щодо невизначеного кола споживачів і при-

пинення цих дій; відповідно до законодавства захищати в судовому порядку права споживачів, які не є членами громадських організацій споживачів /об'єднань споживачів/ та інше.

Проблеми захисту прав та інтересів громадян як споживачів на сьогодні особливо важливі і злободенні. Для їх вирішення необхідні спільні зусилля всіх державних структур, суб'єктів виробництва, сфери торгівлі та побуту, а також громадян-споживачів, які повинні вивчати і добре знати свої права та засоби їх захисту.

### **3.4 Роль і значення товарознавства у вирішенні соціально – економічних завдань щодо захисту прав споживачів.**

Товарознавство є однією з наук, що найбільшою мірою соціально затребувана саме на сучасному етапі. Для акцентування позицій наукового товарознавства є необхідність розглянути основні напрямки його застосування.

Традиційно науковці – товарознавці беруть активну участь у розробці нових товарів, починаючи з його „ідеї”, через створення певної наукової концепції, дослідження споживчих властивостей до впровадження у виробництво. Враховуючи свідомий та комплексний підхід до цього процесу, можна з певністю стверджувати, що товари, створені за цією схемою, максимально адаптовані до споживацьких вимог.

Однією з важливих складових товарознавства є розробка заходів щодо забезпечення якості товарів (як нових, так і традиційного асортименту):

- пошук та дослідження нових сировинних компонентів, встановлення шляхів їх застосування в харчових системах;
- визначення ступеня відповідності специфіці товару певних пакувальних матеріалів;
- розробка причинно – наслідкових залежностей факторів, які формують якість товарів;
- прогнозування її під час всього процесу товаропросування, що реалізує право споживача на гарантовану якість.

Дослідження якості товарів, яке здійснюється шляхом проведення комплексних товарознавчих експертиз, дозволяє встановити основні позитивні та негативні аспекти товару, в тому числі ті, що не очікуються або не властиві аналогічним товарам.

Визначення показників нешкідливості, розробка критеріїв потенційної небезпеки товарів для споживача, дослідження профілактичних властивостей – одні з актуальніших на сьогодні функцій науки про якість товару.

Україна була і залишається унікальною за традиціями харчування державою. Багато десятиріч в країні споживали тільки натуральні продукти, вітчизняна промисловість була позбавлена будь-яких синтетичних, штучних добавок і залучала до харчового обігу тільки природні барвники, ароматизатори, стабілізатори, емульгатори тощо. Сучасний стан товарного ринку, на якому представлені товари, по-перше, традиційного асортименту, по-друге, нові за рецептурою та технологією, по-третє, товари – сурогати, призвів до дезорієнтації українського невибагливого споживача майже до повного знищення „вітчизняної якості”. Відродження та пропаганда цієї товарної категорії – одне з пріоритетних напрямків розвитку товарознавства. Небувалого розвитку набула проблема виявлення фальсифікації товарів. Якщо десять років тому, крім пересортиці товару, фальсифікація нічим себе не „виявила”, сьогодні ми складаємо класифікації її видів.

Відносна прозорість наших кордонів та недосконалість законодавства спровокували виникнення порочної практики імпорту в Україну товарів, які не можуть бути реалізованими на території країни-виробника, а благополучно, іноді з позначкою „для країн третього світу”, надходять до нас. При цьому великі вітчизняні підприємства харчової промисловості за економічних обставин не здатні випускати такого обсягу та асортименту продукції, як за часів планової економіки. Конкуренцію їм склали фірми, для яких характерні мобільність змін та гнучкість асортименту, значна пристосованість до вимог ринку. З точки зору ліквідації товарного дефіциту їм немає рівних, але виробництво є низькокваліфікованим, хаотичним, часто не відповідає технологічним нормам.

Крім того, присвоєння марок, товарних знаків для продукції таких підприємств є процедурою не тільки дорогою, але й не бажаною із-за потенційної можливості апеляції споживачів на неякісність, підробку, тому і виглядає вона знеособленою. Створення нових або аргументоване застосування існуючих методик визначення фальсифікації товарів, відбір та систематизація інформації про факти фальсифікації, запровадження практики антиреклами фальсифікованих товарів з наданням компетентного коментарю – все це функції товарознавства.

Крім того, товарознавство може і повинно відігравати ключову роль у розробці сучасних науково-практичних критеріїв ідентифікації як сукупної якості товарів, так і окремих її ознак.

Однією з найгостріших потреб сьогодення є організація широко-масштабних заходів щодо створення сучасних норм стосовно товарів. Враховуючи бурхливі ринкові перетворення, певної раціоналізації потребують існуючі класифікації груп товарів з урахуванням реального асортименту, змін та доповнень в стандартах, внесені за останні роки. Самі стандарти та товари теж повинні бути переглянуті в аспекті їх актуалізації виходячи із набутого практичного досвіду, сучасних уявлень науки про харчування, безпеки тощо.

Неприпустимим є ігнорування компетентності науковців-товарознавців при розробці законодавчої бази щодо товарів. Підтвердженням цього є очевидні для більшості спеціалістів недоліки нових законів.

Неоціненним за значенням може стати перспективний внесок товарознавства у реалізацію одного з основних прав споживачів – права на інформацію. Добутки товарознавства можуть бути направлені на:

- раціоналізацію інформації на упакованні товарів;
- розробку змісту інформаційного забезпечення просування товарів (анотації, листівки, буклети тощо);
- інформування споживачів через засоби масової інформації;
- висвітлення позитивних та негативних аспектів щодо товарів;
- акцентування проблем, пов'язаних з товаром;
- роз'яснювання специфічних ознак сучасного товарного ринку;
- формування громадської думки щодо підтримання українського товаровиробника.

Реклама як один із ефективних засобів забезпечення „успіху” товару на ринку теж потребує втручання товарознавців в питанні:

- розробки змісту реклами товарів для максимізації ступеня захисту прав споживачів;
- експертизи змісту існуючої та нової реклами на відповідність чинним нормам і споживацьким вимогам.

Освіта була, є і залишається надовго одним з поширених, впливових та ефективних засобів підвищення свідомості споживача, вміння приймати компетентне рішення про вибір товарів та послуг на ринку. Вона дозволяє створювати умови для забезпечення як здоров'я та безпечності самого споживача, так і „здоров'я” суспільства в цілому. На сьогодні положення із споживацькою освітою можна характеризувати як незадовільне. Існує нагальна потреба у кваліфікованих фахівцях, які б могли не тільки особисто передава-

ти свої знання іншим, але й вміти організувати осередки створення та поширення таких знань серед значної кількості споживачів.

Таким чином, хотілося б зазначити актуальність та соціальну за-требуваність товарознавства як науки; звернути увагу на небувалий за всю історію його розвитку інтеграційний характер сучасного етапу (необхідність широкомасштабного співробітництва з державними і недержавними органами у справах захисту прав споживачів, Держстандартом, МОЗ України, Митним комітетом та іншими); зазначити життєво важливу для країни потребу в міжнародній співпраці за конsumerськими напрямками; наголосити на освітянській для споживача функції сучасного товарознавства.

### **3.5. Державне регулювання належної якості та безпеки непродовольчих товарів**

Належна якість та безпека непродовольчих товарів регулюються Законом України „Про захист прав споживачів”. Згідно з цим законом, кожен споживач, який знаходиться на території України, при купівлі або споживанні товарів для задоволення своїх потреб, має право на:

- гарантований рівень споживання;
- належну якість товарів торговельного або інших видів обслуговування;
- безпеку товарів;
- необхідну, доступну та достовірну інформацію про кількість, якість та асортимент товарів.

Зокрема, право на належну якість товарів включає в себе право вимагати від продавця, щоб якість придбаного покупцем товару відповідала вимогам нормативних документів, умовам договорів, інформації про товар, яку надає продавець. Даному праву кореспондує обов’язок виробника забезпечити можливість використання товару за призначенням протягом терміну його служби, передбаченого нормативним документом або встановленого ним за домовленістю із споживачем, а в разі відсутності таких термінів – протягом 10 років, тобто забезпечити технічне обслуговування та гарантійний ремонт товару.

Гарантійний термін повинен бути зазначений в паспорті на товар або на його етикетці чи в будь-якому іншому документі, що додається до товару. Гарантійним терміном вважається також і термін придатності лікарських засобів, виробів побутової хімії, парфумерно-косметичних та інших товарів, споживчі властивості яких з часом можуть погіршуватися і становити небезпеку для життя, здо-

ров'я, майна і навколишнього природного середовища. Термін придатності обчислюється від дати виготовлення і визначається або часом, протягом якого товар є придатним для використання, або датою, до настання якої товар є придатним для використання. На сезонні товари гарантійний термін обчислюється з початку відповідного сезону, в якому або перед початком якого був придбаний товар. Наприклад, для взуття зимового асортименту сезон починається з 15 листопада і триває до 15 березня. При цьому взуття з підошвою із термопластичного еластомера, пористої гуми та поліуретану має термін гарантії 70 днів, з підошвою із полівінілхлориду – 60 днів, шкіряне взуття з гумовою підошвою – 45 днів, а дитяче і повсякденне взуття на шкіряній підошві – 40 днів. Відповідно модельне взуття має гарантійний термін на 10 днів більше. Перелік сезонних товарів, гарантійні терміни на які обчислюються з початку відповідного сезону, затверджено Постановою КМУ від 19 березня 1994 р. №172.

Слід мати на увазі, що гарантійні терміни на імпортовану продукцію зазначаються у договорах постачання і на відміну від гарантійних зобов'язань вітчизняного виробника, не визначаються діючими в Україні нормативними документами. Короткі гарантійні терміни на імпортовані товари можуть свідчити про їх невисоку якість. Наприклад, певна частина побутової техніки, яка поступає в Україну, має позначку „Тільки для країн Східної Європи” або „Тільки для країн СНД”, що є свідченням низької якості даної апаратури порівняно з аналогічною, яка надходить на ринки розвинутих країн.

Право на належну якість товарів торговельного та інших видів обслуговування включає в себе також право споживача, передбачене ст.14 зазначеного Закону, при виявленні недоліків або фальсифікації товару протягом гарантійних або інших термінів, встановлених обов'язковими для сторін правилами чи договором, за своїм вибором вимагати від продавця або виробника:

- а) безоплатного усунення недоліків товару або відшкодування витрат на їх виправлення споживачем чи третьою особою;
- б) заміни на товар аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) належної якості;
- в) відповідного зменшення його купівельної ціни;
- г) заміни на такий же товар іншої марки (моделі, артикулу, модифікації) з відповідним перерахуванням купівельної ціни;
- д) розірвання договору та відшкодування збитків, яких він зазнав.

Наприклад, якщо поламався телевізор (який не відпрацював гарантійного терміну), виготовлений Київським радіозаводом, споживач має право вимагати відремонтувати його протягом 14 днів (або в інший термін за згодою сторін) та забезпечити доставку в ремонт і з ремонту за рахунок заводу (якщо телевізор важить більше 5кг).

При невиконанні цих вимог завод повинен нести фінансову відповідальність, яка передбачає виплату споживачеві суми в розмірі одного відсотка вартості телевізора за кожен день затримання ремонту після закінчення 14-денного терміну з дня пред'явлення вимог на ремонт та відшкодувати спричинену споживачеві моральну шкоду. Згідно з Законом України „Про захист прав споживачів” споживач має право протягом 14 днів з дня придбання обміняти непродовольчий товар належної якості, якщо він не підійшов йому за формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин. До товарів належної якості, але які не підлягають обміну, наприклад, віднесені парфюмерно-косметичні вироби, деякі види дитячих іграшок, білизна, друковані вироби, а також цікаві засоби, предмети санітарії та гігієни.

Право споживача на безпеку товарів, передбачене ст.16 Закону України „Про захист прав споживачів” полягає в тому, щоб товари за звичайних умов їх використання, зберігання і транспортування були безпечними для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавали шкоди його майну.

Виробник повинен попереджати споживача про наявність терміну служби товару, обов'язкові умови його використання та можливі наслідки в разі їх виконання, а також про необхідні дії після закінчення цього терміну.

Якщо встановлено, що при додержанні споживачем правил використання, зберігання чи транспортування товарів вони завдають або можуть завдати шкоди життю, здоров'ю, майну споживача чи навколишньому природному середовищу, виробник зобов'язаний негайно припинити їх виробництво до усунення причин шкоди, а в необхідних випадках вжити заходів до вилучення їх з обороту і відкликання від споживачів.

Виробник зобов'язаний інформувати споживача про можливий ризик і про безпечне використання товару за допомогою прийнятих у міжнародній практиці позначень.

З цього можна зробити висновок, що кожен громадянин, споживач товарів має право на належну якість та безпеку товарів. Якщо

товар виявився неякісним, покупець може вимагати від продавця безоплатного усунення недоліків, заміни цього товару на товар аналогічної марки або іншої марки з відповідним перерахуванням ціни, повернення грошей.

У випадку якщо товар якісний, але не підійшов покупцеві, той може обміняти його або повернути гроші протягом 14 днів за умови, що збереглися цінник та ярлики. При купівлі товарів споживач повинен бути впевнений, що вони є безпечними і не зашкодять його здоров'ю.

### **3.6. Повноваження органів з захисту прав споживачів та порядок проведення перевірок**

Згідно зі ст.4 Закону України „Про захист прав споживачів” повноважними органами з захисту прав споживачів є:

- Державний комітет України у справах захисту прав споживачів та його територіальні органи;
- Державний комітет України зі стандартизації, метрології і сертифікації та його територіальні органи;
- органи і установи Державного санітарно-епідеміологічного нагляду України;
- Ради народних депутатів, органи місцевого самоврядування, місцеві державні адміністрації та інші.

Посадові особи вказаних органів мають право:

- видавати господарюючим суб'єктам обов'язкові до виконання приписи про припинення порушень прав споживачів;
- перевіряти на підприємствах торгівлі, громадського харчування та послуг:

а) якість товарів (робіт, послуг);

б) дотримання обов'язкових вимог з безпеки товарів (робіт, послуг);

в) дотримання правил торгівлі та надання послуг;

- вільно входити і обстежувати будь-які виробничі, складські, торговельні та інші приміщення;

- відбирати зразки товарів, сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів для перевірки якості на місці або для проведення незалежної експертизи в лабораторіях (при цьому така експертиза виконується за рахунок підприємств, у яких відбувалася перевірка). Порядок відбору зразків затверджений постановою КМУ від 02.04.94р. №215;

- проводити контрольні перевірки правильності розрахунків із споживачами за вказані послуги та реалізовані товари. Порядок



проведення таких перевірок затверджений постановою КМУ від 02.04.94р. №215;

- припиняти відвантаження та реалізацію товарів, які не відповідають вимогам нормативних документів, до усунення недоліків, згідно з положенням, затвердженим постановою ВРУ від 25.01.95р. №26/95 – ВР;
- забороняти реалізацію споживачам товарів (виконання робіт, надання послуг), на які у підприємств:
  - 1) відсутні документи, які засвідчують їх відповідність вимогам нормативних документів;
  - 2) відсутні сертифікати відповідності при реалізації товарів;
  - 3) відсутні документи, які підтверджують відповідну якість імпортованих товарів;
- тимчасово, до усунення виявлених недоліків, припиняти діяльність підприємств сфери торгівлі, громадського харчування і послуг, які систематично реалізують недоброякісні товари, порушують правила торгівлі і надання послуг, умови зберігання та транспортування товарів у порядку, затвердженому постановою ВРУ від 25.01.95р. №26/95 – ВР;
- опломбовувати в сфері торгівлі, громадського харчування та послуг:
  - 1) виробничі, складські, торговельні та інші приміщення;
  - 2) неправильні, несправні й такі, що не мають відповідного клейма чи з порушеними термінами повірки вимірювальні прилади, за допомогою яких здійснюється обслуговування споживачів у відповідності до порядку, затвердженого наказом Держспоживзахисту від 13.02.96р. №5;
- вилучати неякісні товари, документи та інші предмети, що свідчать про порушення прав споживачів;
- подавати до суду позови щодо захисту прав споживачів;
- передавати матеріали перевірок на дії осіб, що мають ознаки злочину, органам дізнання чи попереднього слідства;
- накладати на винних осіб адміністративні штрафи;
- накладати на господарюючих суб'єктів сфери торгівлі, громадського харчування та послуг, в тому числі на громадян-підприємців, стягнення, передбачені ст.23 Закону про захист прав споживачів.

Державний контроль за дотриманням законодавства про захист прав споживачів здійснюється Держспоживзахистом та його регіональними органами, які мають право перевіряти:

- підприємства, установи та організації незалежно від форми власності і організаційно-правових форм;
- громадян-підприємців;
- іноземних юридичних осіб, які здійснюють підприємницьку діяльність на території України.

Права посадових осіб органів захисту прав споживачів при проведенні перевірок викладені в ст.5 Закону про захист прав споживачів. Порядок проведення контрольної перевірки правильності розрахунку із споживачами за надані послуги і реалізовані товари затверджений постановою КМУ від 02.04.94р. №215.

Контрольні перевірки проводяться посадовими особами вищезначених органів Держспоживзахист після пред'явлення службового посвідчення і в присутності особи, яка здійснює безпосередній продаж товарів (продавця), та, по можливості, представника перевіряючого господарюючого суб'єкта (наприклад, директора магазину).

Результати контрольної перевірки оформляються актом, один примірник якого залишається у перевіряючого підприємства.

Якщо при проведенні контрольної перевірки будуть встановлені порушення правил торгівлі, особа, що допустила порушення, зобов'язана надати письмове пояснення. Це пояснення додається до акта контрольної перевірки, про що в акті ставиться відповідна відмітка.

Акт про результати контрольної перевірки підписується всіма учасниками контрольної перевірки.

Продавець (виконавець), представник господарюючого суб'єкта мають право при підписанні акта письмово оформити свою незгоду з результатами контрольної перевірки в формі протоколу розбіжностей. Згідно зі ст.10 Указу Президента України від 23.07.98р. №817/98 „Про деякі міри з дерегулювання підприємницької діяльності” державні органи у справах захисту прав споживачів здійснюють позапланові перевірки діяльності суб'єктів підприємницької діяльності виключно на основі отримання від споживачів скарг про порушення такими суб'єктами вимог законодавства про захист прав споживачів.

Скарга споживача повинна подаватися в письмовому вигляді і містити прізвище, ім'я, по батькові, місце проживання, серію і номер паспорта або інший документ, який засвідчує особу, а також дані про товар, при продажу якого були порушені права споживача.

Органи у справах захисту прав споживачів не мають права розголошувати відомості про споживача, який подав скаргу.

З цього ми бачимо, що службові особи управління у справах захисту прав споживачів мають широкі повноваження. Вони мають право перевіряти на підприємствах торгівлі і громадського харчування якість товарів, дотримання правил торгівлі, вільно входити і обстежувати будь-які виробничі, складські, торговельні та інші приміщення, забороняти реалізацію товарів, тимчасово припиняти діяльність торговельних підприємств, накладати штрафи та стягнення. Але також службові особи повинні суворо дотримуватися законодавства України „Про захист прав споживачів” та зобов’язані не розголошувати відомостей, отриманих під час здійснення своїх повноважень.

### **Питання для самоконтролю знань студентів**

1. Наведіть законодавчі акти, що регламентують захист прав споживачів у різних країнах СНД.
2. Сформулюйте відмінності трактування понять "споживач", "недолік", "виконавець" тощо у законах про захист прав споживачів країн СНД.
3. Порівняйте права, що декларують закони окремих країн СНД, з відповідним українським законодавством.
4. Порівняйте організаційні системи захисту прав споживачів у країнах СНД.
5. Окресліть систему забезпечення права споживача на гарантований рівень споживання у країнах СНД.
6. Зазначте системи захисту прав споживачів громадськими угрупованнями.
7. Визначте відмінності законодавства щодо захисту прав споживачів різних країн СНД стосовно українського законодавства.

## **ТЕМА 4. ПРАВА СПОЖИВАЧА В РАЗІ ПРИДБАННЯ НИМ ТОВАРУ НЕНАЛЕЖНОЇ ЯКОСТІ ТА МАЙНОВА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ШКОДУ, ЗАПОДІЯНУ ТОВАРАМИ (РОБОТАМИ, ПОСЛУГАМИ) НЕНАЛЕЖНОЇ ЯКОСТІ**

### **4.1 Права споживачів у разі придбання ними товарів неналежної якості**

#### **4.1.1 Основний зміст статті 8 Закону України „Про захист прав споживачів”**

1. У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку недоліків споживач в порядку та у строки, що встановлені законодавством, має право вимагати:

- 1) пропорційного зменшення ціни;
- 2) безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;
- 3) відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку істотних недоліків, які виникли з вини виробника товару (продавця, виконавця), або фальсифікації товару, підтверджених за необхідності висновком експертизи, споживач в порядку та у строки, що встановлені законодавством, і на підставі обов'язкових для сторін правил чи договору, має право за своїм вибором вимагати від продавця або виробника:

- 1) розірвання договору та повернення сплаченої за товар грошової суми;
- 2) вимагати заміни товару на такий же товар або на аналогічний з числа наявних у продавця (виробника), товарів.

2. Стосовно непродовольчих товарів, що перебували у використанні та були реалізовані через роздрібні комісійні торговельні підприємства, вимоги споживача, зазначені у частині першій цієї статті, задовольняються за згодою продавця.

Згідно з цією частиною задовольняються вимоги споживача щодо товарів, гарантійний строк на які не закінчився.

3. Вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті, пред'являються на вибір споживача продавцеві за місцем купівлі товару, виробникові або підприємству, що задовольняє ці вимоги, за місцезнаходженням споживача.

Споживач має право пред'явити одну з вимог, передбачених частиною першою цієї статті, а в разі її невиконання заявити іншу вимогу, передбачену частиною першою цієї статті.

Зазначені вимоги за місцезнаходженням споживача задовольняють також створені власником продавця торговельні підприємства та філії, що здійснюють продаж аналогічних придбаним споживачем товарів, або підприємства, на які ці функції покладено на підставі договору. Функції представників підприємств-виробників виконують їх представництва та філії, створені виробниками для цієї мети, або підприємства, які задовольняють зазначені вимоги на підставі договору з виробником.

4. Продавець і виробник під час продажу (реалізації) товару зобов'язані інформувати споживача про підприємства, що задовольняють вимоги, встановлені частинами першою і третьою цієї статті. За ненадання такої інформації встановлюється відповідальність згідно із статтями 15 і 23 цього Закону.

5. Продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті) зобов'язані прийняти товар неналежної якості у споживача і задовольнити його вимоги.

Доставка великогабаритних товарів і товарів вагою понад п'ять кілограмів продавцуві, виробникові (підприємству, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті) та їх повернення споживачеві здійснюються за рахунок продавця, виробника (підприємства, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті).

6. За наявності товару вимога споживача про його заміну підлягає негайному задоволенню, а в разі виникнення потреби в перевірці якості – протягом чотирнадцяти днів або за домовленістю сторін.

У разі відсутності товару вимога споживача про його заміну підлягає задоволенню у двомісячний строк з моменту подання відповідної заяви. Якщо задовольнити вимогу споживача про заміну товару в установлений строк неможливо, споживач вправі на свій вибір пред'явити продавцю, виробнику (підприємству, що виконує їх функції) інші вимоги, передбачені пунктами 1, 3, 4, 5 частини першої цієї статті.

7. Під час заміни товару з недоліками на товар аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) належної якості, ціна на який змінилася, перерахунок вартості не провадиться.

Під час заміни товару з недоліками на такий же 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.

При розірванні договору розрахунки із споживачем у разі підвищення ціни на товар провадяться виходячи з його вартості на час пред'явлення відповідної вимоги, а в разі 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 семи днів.

8. У разі придбання споживачем продовольчих товарів неналежної якості продавець зобов'язаний замінити їх на товари належної якості або повернути споживачеві сплачені ним гроші, якщо недоліки виявлено у межах строку придатності. При цьому розрахунки із споживачем провадяться в порядку, передбаченому абзацом третім частини сьомої цієї статті.

9. При пред'явленні споживачем вимоги про безоплатне усунення недоліків товару вони повинні бути усунуті протягом чотирнадцяти днів з дати його пред'явлення або за згодою сторін в інший строк.

На письмову вимогу споживача на час ремонту йому надається (з доставкою) товар аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) незалежно від моделі. Для цього продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті) зобов'язані створювати (мати) обмінний фонд товарів. Перелік таких товарів визначається Кабінетом Міністрів України.

За кожний день затримки виконання вимоги про надання товару аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) та за кожний день затримки усунення недоліків понад установлений строк (чотирнадцять днів) споживачеві виплачується неустойка відповідно в розмірі одного відсотка вартості товару.

При усуненні недоліків шляхом заміни комплектуючого виробу або складової частини товару, на які встановлено гарантійні строки, гарантійний строк на новий комплектуючий виріб і складову частину обчислюється починаючи від дня видачі споживачеві товару після ремонту.

10. Споживач має право пред'явити виробнику (продавцю) вимогу про безоплатне усунення недоліків товару після закінчення гарантійного строку. Ця вимога може бути пред'явлена протягом уста-

новленого строку служби, а якщо такий не встановлено – протягом десяти років, якщо в товарі було виявлено недоліки (істотні недоліки), допущені з вини виробника. Якщо цю вимогу не задоволено у строки, передбачені частиною дев'ятою цієї статті, споживач має право на свій вибір пред'явити виробникові (продавцеві) інші вимоги, відповідно до частини першої цієї статті.

11. Вимоги споживача розглядаються 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.

Під час продажу товару продавець зобов'язаний видати споживачеві розрахунковий документ встановленої форми, що засвідчує факт купівлі, з позначкою про дату продажу.

У разі втрати споживачем технічного паспорта чи іншого документа, що його замінює, їх відновлення здійснюється у порядку, визначеному законодавством.

12. Виробник зобов'язаний відшкодувати всі збитки продавця (підприємства, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті), який розглядає претензію споживача до придбаного товару.

Продавець (виробник) товарів зобов'язаний у місячний строк відшкодувати підприємству, що виконує його функції, збитки, яких воно зазнало у зв'язку із задоволенням вимог споживача, передбачених цією статтею.

13. Вимоги, встановлені частиною першою цієї статті щодо товарів, виготовлених за межами України, задовольняються за рахунок продавця (імпортера).

14. Вимоги споживача, передбачені цією статтею, не підлягають задоволенню, якщо продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті) доведуть, що недоліки товару виникли внаслідок порушення споживачем правил користування товаром або його зберігання. Споживач має право брати участь у перевірці якості товару особисто або через свого представника.

#### **4.1.2. Обов'язки покупця при купівлі товарів**

Товари різні за своїм призначенням, характеристиками, якістю, споживчими властивостями. Останні два показники бажано перевірити, придбаваючи, наприклад, автомобіль, побутову техніку, взуття, одяг тощо.

Згідно з редакцією Закону України "Про захист прав споживачів" від 12.05.91 р. № 1023-ХІІ (далі-Закон про захист прав споживачів), що запроцювала з 13 січня цього року, споживачі мають не тільки права, а й обов'язки (ст. 4);

- перед використанням товару уважно ознайомитися з правилами експлуатації;
- за необхідності звернутися до продавця за роз'ясненнями умов і правил користування товаром.

Отже, придбаваючи, скажімо, одяг чи взуття, покупцеві треба поміряти його на місці і тільки після цього купувати. Продавець повинен видати покупцеві **розрахунковий документ** (касовий або товарний чек). Він неодмінно знадобиться, якщо виникне необхідність повернути товар. Повернувшись додому, слід повторно приміряти покупку. Якщо річ з будь-яких причин покупця не влаштовує (не той розмір, колір тощо), то протягом **14 днів** її можна обміняти на аналогічну або ж забрати гроші (якщо немає аналогічного товару). Але тільки за умови, що товаром ще не користувалися.

Купуючи, скажімо, побутову техніку, спочатку слід ознайомитися з **інструкцією з експлуатації, паспортом** товару, а також із **гарантійними зобов'язаннями**. Такими Закон про захист прав споживачів називає гарантію виробника (продавця) товару на його нормальну експлуатацію протягом певного періоду часу – гарантійного строку. Даний строк зазначають як в інструкції з експлуатації (паспорті) товару, так і в гарантійному талоні.

Гарантійні зобов'язання поширюються на будь-який товар. Тому покупцеві потрібно звернути увагу на такі особливості:

1. До товарів має бути додано спеціальний документ, що найчастіше називається гарантійними умовами або гарантійними зобов'язаннями. У ньому, зокрема, зазначають: строк гарантії, перелік поломок, що не підпадають під гарантію, а також список та адреси підприємств, які здійснюють гарантійне обслуговування. До них звертаються у разі несправностей протягом гарантійного строку. Зауважте: якщо гарантійний строк не встановлено, покупець має право висунути претензії до якості товару продавцеві (виробникові) протягом **2-х років**.

2. При купівлі продавець має зробити в гарантійних зобов'язаннях позначку, що свідчить про початок гарантійного строку, встановленого для даного виду товарів.

3. Складова гарантійних зобов'язань – гарантійні талони. Тому рекомендуємо покупцеві перевірити їх наявність та вивчити зміст.



Після ознайомлення з документацією на товар покупцеві треба випробувати його в різних режимах. Деяка складна побутова техніка(кухонні комбайни, пилососи, електром'ясорубки і т. ін.) та меблі продають-ся у розібраному (розукомплектованому) вигляді. Тому перед придбанням необхідно попросити продавців зібрати товар, перевірити його роботу і знову розібрати перед упакуванням. Потім бажано самостійно повторити збирання-розбирання товару у присутності продавця.

Якщо товар доставили додому, покупцеві потрібно попросити зібрати його і продемонструвати всі особливості функціонування (включити, перевірити роботу в різних режимах експлуатації тощо). Тільки тоді уповноважений працівник продавця заповнює гарантійні зобов'язання на товар.

Однак не завжди впевнитися в якості товару можна під час його купівлі. Існують так звані **приховані недоліки**, що визначаються протягом гарантійного строку експлуатації. Що ж тоді робити?

Відповідно до ст. 8 Закону про захист прав споживачів, якщо покупець помітив недоліки в товарі протягом гарантійного строку, він має право вимагати:

- 1) пропорційно зменшити ціну;
- 2) безоплатно усунути недоліки (найчастіше це безкоштовний гарантійний ремонт);
- 3) відшкодувати витрати на усунення недоліків.

Якщо ж брак суттєвий, покупець вправі повернути товар і вимагати повернення грошей або обмін товару на аналогічний. Усі вищезазначені вимоги покупець може пред'явити на власний вибір або виробникові, або продавцеві, або ж організації, яка взялася за гарантійне обслуговування.

Якщо покупцеві відмовлять у його правах (наприклад, тому що недоліки виникли з його вини), то згідно зі ст. 17 Закону про захист прав споживачів у нього є **право на експертизу**, що визначить реальні причини втрати якості товару: це приховані недоліки або ж неправильна експлуатація. Для цього покупцеві необхідно пред'явити продавцю або виробникові товару письмову вимогу. Отримавши її, продавець (виробник) зобов'язаний організувати експертизу. У разі відмови покупець може надіслати скаргу до органів захисту прав споживачів. Витрати на експертизу покладають на продавця (виробника), і тільки якщо експертиза встановить вину покупця у псуванні товару, він компенсує витрати. Його вимоги при цьому не задовольняють.

### 4.1.3. Заміна та повернення товару на вимогу споживача

Право покупця на заміну та повернення товару

Закон про захист прав споживачів передбачає обмін як товарів неналежної якості, так і якісних при дотриманні певних умов.

Спершу поговоримо про товари *неналежної якості* (ст. 8 Закону про захист прав споживачів). До них відносять:

- *товар з недоліком*, тобто з будь-якою невідповідністю вимогам нормативно-правових актів, нормативних документів, умовам договорів або вимогам, що пред'являють до нього, а також інформації, наданій виробником (виконавцем, продавцем) (див. п. 15 ст. 1 Закону про захист прав споживачів). Наприклад, мобільний телефон із подряпаним екраном чи галстук із плямою, що можна вивести, тощо;

- *товар з істотним недоліком* (книга зі склеєними сторінками, розпароване взуття та ін.). Істотним вважають недолік, який робить неможливим або неприпустимим використання товару за його цільовим призначенням, виник з вини виробника (продавця, виконавця, а після його усунення проявляється знову з незалежних від споживача причин. Крім цього, такий недолік повинен мати хоча б одну з таких ознак:

а) його взагалі не можна усунути;

б) усунення потребує понад **14 календарних днів**;

в) робить товар суттєво іншим, ніж передбачено договором (див. п. 12 ст. 1 Закону про захист прав споживачів);

- *фальсифікований товар*, а саме виготовлений з порушенням технології або неправомірним використанням знака для товарів та послуг, чи копіюванням форми, упаковки, зовнішнього оформлення, а також неправомірним відтворенням товару іншої особи (п. 27 ст. 1 Закону про захист прав споживачів). Наприклад, підроблені джинси відомої марки, які лише зовні схожі на оригінал.

Таким чином, виявивши протягом гарантійного терміну **недолік** у непродуктовому товарі, споживач має право вимагати (ч. 1 ст. 8 Закону про захист прав споживачів):

1) пропорційного зменшення ціни;

2) безоплатного усунення недоліків у розумний строк;

3) відшкодування витрат на усунення недоліків товару. Як бачимо, такий товар обміну чи поверненню не підлягає.

Якщо виявлено **істотний недолік**, що виник з вини виробника (продавця) товару, або **факт фальсифікації** товару і це за необхід-

ності підтверджено висновком експертизи, у покупця є право вибору одного з таких варіантів:

а) розірвати договір та отримати сплачену за товар суму;

б) замінити товар на такий самий товар належної якості або на аналогічний з числа наявних у продавця (виробника).

Споживач, як правило, самостійно визначає, яку з названих вимог обрати. Однак без згоди продавця не обійтись при реалізації споживчих прав щодо вживаних непродовольчих товарів, придбаних через роздрібні комісійні торговельні підприємства.

**Продовольчі товари з недоліком**, строк придатності яких ще не минув, покупець зможе або обміняти в продавця на якісні, або вимагати повернення сплачених коштів. На практиці буває так, що у поспіху через неухважність чи нерозбірливу дату кінцевого споживання на упаковці придбали вже прострочений товар. Безумовно, у такій ситуації покупець може сміливо вимагати у продавця задовольнити одну з вищеперелічених вимог. А оскільки реалізовувати товар після закінчення терміну споживання заборонено (абз. 3 ч. 3 ст. 7 Закону про захист прав споживачів та п. 14 Правил роздрібної торгівлі продтоварами), то в інтересах продавця піти назустріч клієнту.

У Законі про захист прав споживачів не залишилися поза увагою й **імпортні товари**. Тут вимоги споживачів задовольняють продавці (імпортери) за свій рахунок.

Продавець, виробник (третє підприємство, що задовольняє вимоги споживача) можуть відмовити замінити товар (повернути гроші, відшкодувати витрати на ремонт чи інше), якщо доведуть, що недоліки виникли внаслідок порушення споживачем правил використання або зберігання товару (ч. 14 ст.8 Закону про захист прав споживачів).

Далі під товаром **неналежної якості** будемо розуміти лише товар з істотним недоліком та фальсифікований товар.

Тепер про **якісний товар**, що не підійшов своєю формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин не стане вам у нагоді. Такий товар (звісно, непродовольчий) міняють лише за умови, що його *не використовували*, тобто збережено товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, а також розрахунковий документ, виданий споживачеві разом з проданим товаром (ст. 9 Закону про захист прав споживачів).

Із **заміною** (поверненням) якісного товару не варто зволікати, адже Закон про захист прав споживачів дає для цього лише **14 днів**,

не враховуючи дня покупки (звісно, якщо більший строк не оголошений продавцем – п. 1.30 Правил роздрібної торгівлі).

Не всі якісні товари можна обміняти чи повернути. Ознайомитися з переліком товарів належної якості, які не підлягають обміну-поверненню.

Коли на момент обміну **відсутня необхідна для заміни (аналогічна) річ**, у споживача є вибір (ч. 2 ст. 9 Закону про захист прав споживачів):

- **придбати** будь-які інші товари з наявного в магазині асортименту (із відповідним перерахуванням вартості);
- **розірвати** договір і забрати гроші;
- **обміняти** товар на аналогічний при першому ж його надходженні у продаж (про те, що очікуваний товар для реалізації отримано, продавець зобов'язаний повідомити споживачові того ж дня).

### Процедура звернення

Наприклад, покупець твердо вирішив замінити товар. Для цього йому потрібно звернутися **за місцем придбання товару**, до виробника або підприємства, що задовольняє ці вимоги у зручному для споживача регіоні (підприємства, створеного власником продавця торговельного підприємства та філії, що торгують аналогічним товаром; підприємства, на яке ці функції покладено на підставі договору). Про останні продавець має повідомити під час продажу.

Продавець попросить пред'явити **оригінал розрахункового документа**, який підтверджує факт купівлі (касовий чек, квитанцію тощо). А якщо товар на гарантії – технічний паспорт або документ, який його замінює (гарантійний талон чи товарний чек із зазначенням гарантійного строку обслуговування), з позначкою про дату продажу.

Далі споживач письмово оформляє свої вимоги, подаючи продавцю **заяву** (п. 1.32 Правил роздрібної торгівлі). У нашому випадку – це заява на заміну товару. Її складають у двох примірниках. Один з них продавець залишає у себе, а другий з відміткою про дату прийняття, прізвища, імені, по-батькові та посади працівника, що прийняв заяву, видає покупцю. Приклад заяви наведено нижче:

Адміністрації магазину  
"Домотехніка"  
Власенка Івана Ростиславовича  
Паспорт КН № 258796,  
виданий Ленінським РВ ЛМУ  
УМВСУ  
в Полтавській обл. 16.05.94 р.

### ЗАЯВА

Прошу замінити несправний LCD телевізор SONY KLV-V40A10 на аналогічний якісний товар цієї марки. Копія касового чека на цей товар № 777 від 23.05.06 р. додається.

25.05.06 р. *Власенко* Власенко І. Р.

Заяву і копію касового чека № 777 від 23.05.06 р. на суму 9500 грн 00 коп прийняв: завідувач відділу магазину "Домотехніка" Мазуренко І.І.

25.05.06 р. *Мазуренко* Мазуренко І. І.

Наступний крок – передача товару для заміни. У результаті споживач отримує **документ (накладну)**, який підтверджує цю операцію (п. 1.32 Правил роздрібної торгівлі). Є ще й третій документ – **акт про повернення товару та видачу коштів**, але ним оформляють повернення товару в обмін на грошову суму у разі розірвання договору з продавцем, якщо сума повернення більше 100 грн. (п. 1.28 Правил роздрібної торгівлі й п. 9.4 Порядку реєстрації та ведення КОРО і РК). Його складають також у 2-х примірниках, один з яких призначено для покупця, а другий – для продавця. З прикладом заповнення накладної і акта можна ознайомитися в газеті "**Все про бухгалтерський облік**" № 82 за 2005 р., стор. 23.

При **наявності** заявленого на обмін **товару** вимогу споживача задовольняють **негайно**. Причому **витрати на доставку великогабаритного** і товару **вагою понад 5 кг** з дефектом у магазин (сервісний центр, склад та ін.) і заміненого – у потрібне вам місце бере на себе продавець (ч. 5 ст. 8 Закону про захист прав споживачів).

Однак продавець може не повірити на слово, що куплений у нього товар має істотний недолік, а покупець жодним чином не причетний до поломки, і забажати провести експертизу якості товару. На неї ч. 6 ст. 8 Закону про захист прав споживачів відводить **2 тижні**, хоча можна домовитися про інший строк. Як правило, **витрати на проведення експертизи** несе **продавець**. Проте **споживачу** дове-

деться **відшкодувати** їх, якщо доведуть, що **недоліки** виникли **внаслідок порушення** ним встановлених правил використання, зберігання, транспортування чи дій третіх осіб. У результаті вимоги споживача не задовольняють. Споживач має право не погодитись і оскаржити висновок експертів у судовому порядку.

Якщо в день обміну в магазині не виявиться товару для обміну, доведеться чекати щонайбільше **2 місяці** з моменту подання заяви. Або ж заявити будь-яку іншу з вищеперелічених вимогу. Наприклад, безоплатно усунути недолік протягом **14 днів**. Аби ви не відчували дискомфорту без речі, яку ремонтують, на письмову вимогу вам нададуть (із доставкою) аналогічну з обмінного фонду.

### **Ціна та швидкість розрахунків**

Ціни постійно змінюються. Закон про захист прав споживачів подбав, щоб це не зашкодило інтересам покупця.

Вартість (ціну) товару, яку беруть для розрахунків при заміні (поверненні) товару, дано у таблиці (при її складанні керувалися ч. 7 ст. 8 і ч. 2, ч. 3 ст. 9 зазначеного Закону).

Як бачимо, заміну товару якісного і неякісного) на аналогічний товар тієї ж марки, моделі, артикулу, модифікації проводять без перерахунку вартості незалежно від зміни ціни.

При **обміні товару належної якості** на будь-який **інший** з наявного у продавця асортименту для розрахунків використовують **вартість на час купівлі**. Тому за дорожчу річ доведеться доплатити, а коли вибір впав на **товар з меншою ціною**, споживачу **повернуть різницю** між вартістю купленого і заміненого товару. Суму, зазначену в чеку, також застосовують у розрахунках із клієнтом при розірванні договору (ч. 3 ст. 9 Закону про захист прав споживачів).

**Таблиця 4.1. – Визначення ціни товару при заміні (повернення)**

Вимога споживача	Розрахункова вартість товару	
	неякісного	якісного
Обмін на аналогічний товар	не перераховують	
Обмін на інший товар	при зростанні ціни – вартість на час обміну	ціна придбання
	при зниженні ціни – вартість на час купівлі	
Розірвання договору купівлі-продажу і повернення коштів	вартість на час пред'явлення вимоги, а при зниженні ціни – вартість на час купівлі	

Обмінюючи **неякісний товар, ціна на який зросла**, споживачу **не потрібно** нічого додатково сплачувати. А при **зниженні ціни** не варто розраховувати на відшкодування різниці.

Після **розірвання договору** з продавцем і повернення неякісного товару споживач отримає суму, розраховану виходячи або з **вартості на час пред'явлення вимоги** (коли **ціна зросла**), або з **купівельної вартості** (у разі **зниження ціни**) (або. 3 ч. 7 ст. 8 Закону про захист прав споживачів). Якщо **ціну підвищено**, покупець **отримує суму більшу, ніж сплатив при купівлі товару**. Для нього це дохід від відшкодування матеріальної шкоди, з якого утримують податок з доходів фізосіб (пп. 4.2.10 Закону про доходи). Як при цьому обчислюють величину виплати споживачу, покажемо на **прикладі**.

Нехай купівельна ціна телевізора – 1200 грн. Виявивши брак, споживач звертається до магазину з вимогою повернути гроші. Однак на дату подання заяви і копії касового чека аналогічний товар реалізують уже по 1300 грн. Таким чином, покупець отримає на руки суму у розмірі 1287грн. (1300грн. – (100 грн. x 13%)). А продавець, що виступає тут в ролі податкового агента, перерахує різницю в сумі **13 грн** (1300 грн. – 1287 грн.) до бюджету.

Гроші, сплачені за товар, повертають у день розірвання договору, а коли з об'єктивних причин це неможливо (наприклад, у касі магазину немає потрібної суми) – в інший строк за домовленістю сторін, але не пізніше ніж через 7 днів (ч. 7 ст. 8 та ч. 3 ст. 9 Закону про захист прав споживачів).

### **Ситуаційні завдання**

1..Жінка придбала в магазині “Магеллан” чобітки. Через 3 дні по дорозі до магазину в них зламався каблук. Жінка вирішила повернути чобітки в магазин. Прокоментуйте дії працівників магазину.

#### *Розв'язання ситуації:*

Згідно зі статтею 7 п.1 споживач при виявленні протягом встановленого гарантійного терміну недоліків чи фальсифікації товару, має право розірвати договір та повернути сплачену за товар грошову суму.

2. Громадянин Шимко М.В. придбав в магазині “Лагрос” холодильник “NORD”. Сервісна служба магазину доставила куплений товар за місцем проживання покупця. Встановивши вдома холодильник, споживач виявив, що не працює реле. Громадянин звернувся до магазину, щоб обміняти куплений холодильник на холодильник належної якості. Вага холодильника 75 кг. На обмін продавець згодився, але у послуги

доставки товару в магазин відмовили і покупець своїми силами і засобами доставив холодильник. Прокоментуйте права продавця.

*Розв'язання ситуації:*

Продавець зобов'язаний прийняти товар неналежної якості у споживача і задовольнити його вимоги. Доставка великогабаритних товарів і товарів вагою більше 5 кг. продавцю здійснюється силами та засобами продавця. У разі невиконання цього зобов'язання, доставка і повернення товарів може бути здійснена споживачем за рахунок продавця (згідно зі ст.8 п.5). Отже, покупцю повинні обміняти товар і відшкодувати затратені ним кошти на повернення холодильника.

3. Петров І.Д. придбав телевізор “SONY” в магазині “Фокстрот”. Впродовж гарантійного строку телевізор зламався, як з'ясувалося, вийшов з ладу кінескоп. Громадянин звернувся в магазин з вимогою ремонту телевізора. Йому відповіли, що для ремонту потрібен новий кінескоп, який поступить в магазин лише через 3 місяці, і запропонували йому зачекати цей строк. Але Петров І.Д. відмовився чекати і вимагав повернення вартості телевізора. Чи правомірні вимоги покупця?

*Розв'язання ситуації:*

Так, вимоги правомірні. згідно зі ст.8 п.6, у разі відсутності товару вимога споживача про заміну підлягає задоволенню у двомісячний строк.

При пред'явленні споживачем вимог про безоплатне усунення недоліків товару, вони повинні бути усунені протягом 14 днів або, за згодою сторін, в інший термін.

4. Жінка придбала в магазині пиловсмоктувач “ROWENTA”. При купівлі їй було видано гарантійний талон зі строком гарантії на 1 рік. Через 2 місяці пиლოსос вийшов з ладу. Громадянка вирішила звернутися в магазин з вимогою про безоплатне відремонтування. Але, як з'ясувалося, жінка втратила технічний паспорт та гарантійний талон. Чи має право громадянка вимагати ремонту?

*Розв'язання ситуації:*

Вимоги споживача щодо гарантійного товару розглядаються після пред'явлення технічного паспорта чи іншого документа, що його замінює (ст.8 п.11). Отже, жінці буде відмовлено у задоволенні її вимог.

5. Іванова Л.Г. висунула вимогу магазину “Престиж” про безкоштовний ремонт, купленого в цьому магазині відеомагнітофона “SAMSUNG”, який коштує 1280 грн. Гарантійний термін на товар



ще не закінчився. За згодою обох сторін ремонт повинен бути виконаний у 5-ти денний термін, але відеомагнітофон було відремонтовано за 20 днів. Громадянка вимагає неустойку за затримку ремонту. Чи правомірні її вимоги?

*Розв'язання ситуації:*

Так, правомірні (згідно зі ст.8 п.9). за кожен день затримки виконання вимоги про надання аналогічного товару та за кожен день затримки усунення недоліків понад установлений термін нараховується неустойка в розмірі 1%. Отже, громадянці потрібно виплатити:  $15д*1280*0,01=192$ грн.

6. Громадянка придбала мікрохвильову піч в магазині за ціною 730грн. Через 5 днів вона виявила, що в цій печі не працюють 2 режими. Жінка повернула куплений товар в магазин і вимагала заміни на аналогічний товар належної якості. Але ціна на цю мікрохвильову піч становила вже 790грн. Продавець згодився з жінкою, але за умови, що вона доплатить різницю в вартості (60грн.). Чи правомірні дії продавця?

*Розв'язання ситуації:*

Неправомірні (згідно зі ст.8 п.7). Під час заміни товару на аналогічний товар належної якості, ціна на який змінилася, перерахунок вартості не проводиться.

## ТЕСТИ

1. При пред'явленні вимог споживачем про безоплатне усунення недоліків товару, протягом якого строку вони повинні бути усунені? Протягом:

- 1) 10 днів або за згодою сторін в інший термін;
- 2) 1 місяця або за згодою сторін в інший термін;
- 3) 14 днів або за згодою сторін в інший термін;
- 4) інший термін.

2. Вимога споживача щодо товару, на який встановлено гарантійний термін, розглядається після пред'явлення споживачем:

- 1) розрахункового документа;
- 2) технічного паспорта;
- 3) договору купівлі.

3. При підвищенні ціни перерахунок вартості не проводиться, під час заміни товару з недоліками на товар:

- 1) іншої моделі;
- 2) іншого виробника;
- 3) аналогічний товар.

4. При підвищенні ціни перерахунок вартості проводиться, під час заміни товару з недоліками на товар:

- 1) іншої моделі;
- 2) іншого виробника;
- 3) аналогічний товар.

5. Доставка товарів продавцю або споживачу проводиться силами та засобами продавця, якщо вага цього товару:

- 1) більше 10 кг;
- 2) більше 15 кг;
- 3) більше 5 кг.

6. Протягом якого терміну продавець товарів зобов'язаний відшкодувати підприємству, що виконує його функції, збитки яких воно зазнало у зв'язку із задоволенням вимог споживача?

- 1) протягом 1 тижня;
- 2) протягом 2 місяців;
- 3) протягом 1 місяця.

7. Протягом якого терміну повинні повернути гроші споживачу, сплачені за товар, при розірванні договору, у разі неможливості повернути гроші у день розірвання договору?

- 1) 14 днів;
- 2) 1 місяця;
- 3) 7 днів.

8. Протягом якого терміну продавець зобов'язаний відшкодувати підприємству, що виконує його функції, збитки, яких воно зазнало у зв'язку із задоволенням вимог споживача?

- 1) 1 місяця;
- 2) 2 місяців;
- 3) 14 днів.

9. За чий рахунок задовольняються вимоги щодо товарів, виготовлених за межами України або придбаних у посередників?

- 1) за рахунок виготівника;
- 2) за рахунок посередників;
- 3) за рахунок продавця.

10. Протягом якого терміну, у разі відсутності товару, вимога споживача про заміну підлягає задоволенню з часу подання письмової заяви?

- 1) 1 місяця;
- 2) 2 місяців;
- 3) 14 днів.

11. На вимогу споживача на час ремонту йому надається (з доставкою) товар:

- 1) іншої моделі;
- 2) аналогічний товар;
- 3) аналогічний товар іншої моделі.

12. Споживач має право на обмін товару належної якості протягом:

- 1) 14 днів, не рахуючи дня купівлі;
- 2) 14 днів, враховуючи день купівлі;
- 3) 10 днів, не враховуючи дня купівлі.

## **4.2. Права споживачів за сучасних форм торгівлі**

### **4.2.1. Придбання товарів через інтернет: як споживачеві захистити свої права**

При придбанні товару у інтернет-магазині (*далі – і-магазин*) споживач заходить на сайт продавця, знаходить потрібний йому товар (при цьому можна роздивитися його фотознімки, прочитати опис, а нерідко ще й відгуки тих, хто встиг його купити раніше), потім обирає спосіб доставки і оплати. Доставляють товари, як правило:

- кур'єр магазину;
- поштою;
- кур'єрські служби;
- залізницею.

Не менш різноманітні й способи оплати. Найпоширеніші:

- готівкою (кур'єру);
- банківським переказом;
- платіжними картками (*далі – кредитками*) на сайті магазину.

Дехто згадає ще один варіант інтернет-торгівлі – покупець знаходить товар на сайті продавця, а потім іде за вказаною адресою і купує те, що йому потрібно. Вся відмінність від звичайного походу в магазин у тому, що людина спочатку пересвідчується, що продавець має необхідну їй річ. Назвати цей спосіб реальною торгівлею через Інтернет не можна, тому все сказане нижче його не стосується.

Отже, основні особливості інтернет-торгівлі, з точки зору покупця, такі:

- 1) отримання товару і оплата за нього не збігаються у часі (крім випадку, коли доставку здійснює кур'єр і він же забирає гроші);

2) при отриманні товару не завжди можна перевірити його комплектність та якість (наприклад, якщо товар надсилають поштою).

Крім того, поки що не всі і-магазини повідомляють на своїх сайтах власну адресу та інші реквізити. А тому покупець не знає, де шукати продавця, якщо той не відвантажив товар замовнику або підсунув брак.

Але все не так сумно, як здається на перший погляд. Адже не так давно (13.01.06 р.) запрацювала нова редакція Закону про захист споживачів.

**Говорячи далі про споживача (покупця), ми будемо мати на увазі виключно фізосіб, які придбавають продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних із підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника (п. 22 ст. 1 Закону про захист споживачів).**

Оформляємо документи:

Купівлю-продаж товарів в Інтернеті п. 8 ст. 1 Закону про захист споживачів відносить до договорів, укладених на відстані. Це договір, укладений продавцем зі споживачем за допомогою "засобів дистанційного зв'язку", до яких належать телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення та інформаційні мережі, зокрема Інтернет.

**Вимоги до інтернет-торговця** досить суворі. Перед укладенням договору купівлі-продажу він повинен (ч. 2 ст. 13 Закону про захист споживачів) надати споживачеві інформацію про:

**1) найменування продавця та його місцезнаходження.** Якщо з найменуванням у більшості і-магазинів проблем немає (на будь-якому їхньому сайті є напис на кшталт "Інтернет-магазин "100 дрібниць"), то власну адресу оприлюднюють лише поодинокі сміливці;

**2) порядок прийняття претензії.** Закон не розшифровує, про які претензії йдеться. Ймовірно, про претензії покупця до продавця;

**3) основні характеристики продукції'.** Ось із цим у будь-якого і-магазину все гаразд. Як правило, можна побачити і детальний опис товару, і його фотознімки;

**4) ціну, включаючи плату за доставку.** Тут також усе зрозуміло. Якщо і-магазин бере окрему плату за доставку, про це, здебільшого, зазначають на його сайті. Ну а знайти сайт, де б не було ціни запропонованого товару, мабуть, просто нереально;

**5) умови оплати;**

**6) гарантійні зобов'язання та інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом продукції.** Переважно на товари, придбані в

і-магазині, поширюється така ж гарантія від виробника, як і на продукцію у звичайних магазинах;

**7) інші умови поставки;**

**8) мінімальну тривалість договору, якщо він передбачає періодичні поставки продукції;**

**9) вартість телекомунікаційних послуг, якщо вона відрізняється від граничного тарифу.** Найвірогідніше, що до інтернет-торгівлі подібна вимога не має ніякого стосунку. Адже за те, що покупець відвідує сайт і-магазину, останньому він нічого не платить;

**10) період прийняття пропозицій.** У випадку і-магазину такі дані можуть знадобитись, якщо продавець закупає і постачає товар тільки під конкретне замовлення;

**11) порядок розірвання договору.** А от над цим більшості і-магазинів доведеться попрацювати. Про те, як можна розірвати договір, ми напишемо трохи згодом.

Згідно з ч. 3 ст. 13 Закону про захист споживачів те, що **споживачу надано** наведені вище **відомості**, і-магазин повинен **підтвердити** письмово або за допомогою електронного повідомлення. Таким повідомленням називають інформацію, яку споживач може у будь-який спосіб відтворити або зберегти в електронному вигляді (п. 10 ст. 1 Закону). У нашій ситуації – інтернет-сторінка, на яку покупець потрапляє перед тим, як запит на купівлю товару буде сформовано. Однак радимо продавцям потурбуватись і про дублювання всіх даних на папері або хоча б в електронному листі.

Якщо інше не передбачено договором, **продавець повинен поставити товар не пізніше 30 днів** із моменту одержання згоди споживача на укладення договору (ч. 6 ст. 13 Закону про захист споживачів). Коли продавець не має замовленого товару і тому він не може виконати договір, йому необхідно повідомити споживача якнайшвидше, але не пізніше 30 днів з моменту одержання його згоди на укладення договору.

Ось товар замовлено і доставлено. Які документи слід отримати покупцю? Це залежить від того, хто продавець (юридична особа чи приватний підприємець) і які способи оплати та доставки обрав покупець.

Справа в тому, що правочини між фізичною та юридичною особою, а також між фізособами на суму, що перевищує 340 грн., треба вчиняти у письмовій формі (ч. 1 ст. 208 Цивільного Кодексу України (ЦКУ)). Виняток знайдемо у ч. 1 ст. 206 ЦКУ – усно можуть вчиняти правочини, які сторони повністю виконують у момент вчинення.

**Виходить, договір купівлі-продажу не потрібно оформляти письмово, коли:**

- товар через і-магазин продає фізособа-підприємець і вартість товару не перевищує 340 грн.;
- момент оплати й отримання товару збігаються (незалежно від вартості покупки і того, кому належить і-магазин), тобто замовлення доставляє кур'єр магазину і він же приймає готівку в оплату.

У решті випадках правочин, який виникає при купівлі товару в і-магазині, оформляють письмово. При цьому правочин вважають вчиненим у письмовій формі, якщо його зміст зафіксовано в одному або в кількох документах: у листах, телеграмах, якими обмінялися сторони (ч. 1 ст. 207 ЦКУ). Наприклад, у рахунку-фактурі, яку і-магазин надсилає покупцю після того, як той замовить щось на сайті. Правочин буде укладеним письмово тоді, коли і-магазин письмово підтвердить інформацію зі ст. 13 Закону про захист споживачів. Про те, що покупець визнає правочин, свідчатиме надходження від нього оплати або листа (телеграми), у якому він погоджується придбати товар.

Крім того, ЦКУ допускає, що сторони можуть виражати свою волю за допомогою телетайпного, електронного або іншого технічного засобу зв'язку. Тобто, якщо продавець і покупець обмінялися електронними листами, можна б сказати, що договір купівлі-продажу укладений письмово. Можна було б, аби обидві сторони дотримувалися при цьому вимог Закону про цифровий підпис. Але поки що він не набув в Україні широкого поширення.

І-магазин має видати покупцю розрахунковий документ, що засвідчує купівлю, з позначенням дати продажу (ч. 11 ст. 8 Закону про захист споживачів). А ще суб'єкти підприємницької діяльності (у т. ч. й і-магазини), які здійснюють розрахункові операції при продажу товарів у сфері торгівлі, зокрема, зобов'язані (ст. 3 Закону про РРО):

**1) проводити розрахункові операції на повну суму покупки через реєстратори розрахункових операцій (далі – РРО) з роздрукуванням відповідних розрахункових документів;**

**2) видавати особі, яка отримує або повертає товар, розрахунковий документ** встановленої форми (ним може бути фіскальний касовий чек, товарний чек, розрахункова квитанція тощо) на повну суму проведеної операції.

**РРО та розрахункові книжки не застосовують** (ст. 9 Закону про РРО), серед іншого, при:

- виконанні банківських операцій (тобто коли покупець перераховує гроші за товар через банк);
- продажу товарів у системах електронної комерції (коли замовлення та оплату здійснюють на сайті продавця (ввівши дані банківської платіжної картки) або за допомогою електронного банкінгу<sup>1</sup>);
- продажу товарів фізособами-підприємцями, які придбали фіксований патент або сплачують єдиний податок і ведуть Книгу обліку доходів і витрат.

Тоді і-магазину слід виписати покупцю товарний чек (якщо продавець – фізособа-підприємець) або накладну (якщо продавець – юридична особа).

Крім того, до товару повинні додати **документ** (паспорт, талон тощо), у якому виробник зазначає **гарантійний строк**<sup>2</sup> на свою продукцію (ч. 2 ст. 7 Закону про захист споживачів).

#### **Коли можна повернути товар**

**Договір купівлі-продажу**, укладений через Інтернет, **покупець може розірвати протягом 14 днів** із моменту підтвердження інформації про укладення договору від продавця або з моменту одержання товару чи його першої поставки (ч. 4 ст.13 Закону про захист споживачів). Якщо згадане підтвердження не відповідає наведеним вище вимогам, покупець вправі розірвати договір протягом 90 днів від дати отримання інформації. Утім продавець може виправитися і надіслати нове, правильне підтвердження. У такому випадку покупцю дозволено відмовитися від договору протягом 14 днів з моменту одержання уточненого повідомлення.

Якщо покупець вирішив розірвати договір, він має повідомити продавця про місце, де продукцію можна забрати назад (ч. 5 ст. 12 Закону про захист споживачів). Обов'язок споживача зберігати її в себе припиняється по закінченні 60 днів після одержання. Якщо **протягом цього часу продавець не приїде** за товаром, товар стає **власністю споживача**, причому безоплатно. Коли для доставки використовували послуги пошти, у договорі може бути передбачено, що покупець повертатиме товар також поштою. Тоді будь-які витрати, пов'язані з пересиланням продукції, покладають на продавця (він має відшкодувати споживачу гроші, які той заплатив у зв'язку з поверненням).

Щоб мати змогу розірвати договір купівлі-продажу, споживач повинен зберігати товар у незмінному стані (ч. 7 ст. 12 Закону про захист споживачів).

Однак **повернути товар**, що не сподобався, вдається **не завжди**. У ч. 5 ст. 13 Закону про захист споживачів перелічено обставини, за яких це **неможливо**:

1) за згодою споживача поставка товару електронними засобами зв'язку відбулася до закінчення строку розірвання договору, про що споживачеві повідомлено у підтвердженні інформації (наприклад, при купівлі через Інтернет комп'ютерної програми її можуть надіслати споживачу дуже оперативно);

2) ціна товару залежить від котировок на фінансовому ринку, тобто поза контролем продавця;

3) договір стосується виготовлення або переробки товару на замовлення споживача, тобто товар не можна продати іншим особам (або можна з істотними фінансовими втратами для продавця);

4) споживач відкрив аудіо- чи відеокасету або носій комп'ютерного забезпечення (компакт-диск), які постачають запечатаними;

5) договір стосується доставки періодичних видань;

6) договір укладено щодо лотерей чи інших азартних ігор.

Ч. 6 ст. 13 Закону про захист споживачів дозволяє продавцю використовувати у договорі стандартну умову про можливість заміни товару за його відсутності іншим. Про це **покупця повинні повідомити перед укладенням договору**.

Утім перейматися щодо такої умови пересічному покупцю не варто. Адже продавець може замінити товар тільки тоді, коли одночасно виконуються три умови:

1) інший товар відповідає меті використання замовленого;

2) має таку ж або кращу якість;

3) його ціна не перевищує ціни замовленого товару. Наприклад, людина замовила в і-магазині кольоровий телевізор. А їй надіслали аналогічний телевізор (за ті ж гроші), але ще й з функцією телетексту. Навряд чи хтось буде заперечувати. Та й можливість повернути протягом 14 днів товар, що не сподобався, у покупця залишається.

#### **4.2.2. Права покупця при споживчому кредитуванні**

Що розуміють під споживчим кредитом? Закон про захист прав споживачів тлумачить його так:

"кошти, що надаються кредитором (банком або іншою фінансовою установою) споживачеві на придбання продукції (*див.* п. 23 ст. 1 Закону про захист прав споживачів). Таким чином, констатуємо:



- споживчий кредит можуть надавати лише фінансові установи (банки, кредитні спілки тощо);
- кредит бере споживач, тобто фізособа, яка придбаває продукцію для особистих потреб, не пов'язаних із підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника (тому, власне, кредит і носить назву споживчого);
- кошти надають на придбання продукції (а точніше, споживчих товарів та послуг).

При придбанні продукції в кредит без договору про надання споживчого кредиту тут не обійтися. У ньому однією стороною виступає кредитор. Він надає або зобов'язується надати у певному розмірі та на визначених умовах кошти для придбання продукції. Другою – споживач, який має повернути ці кошти разом із **нарахованими відсотками**. Договір укладають у **письмовій формі**. Перед тим, як поставити свій автограф на документі, варто зважити ось на що:

1. Кредитор повинен у **письмовій формі** поінформувати вас про свою особу та місцезнаходження, а також про кредитні умови:

- а) мету, для якої споживчий кредит може бути витрачено;
- б) форми його забезпечення;
- в) наявні форми кредитування зі стислим описом відмінностей між ними, у тому числі між зобов'язаннями споживача;
- г) тип відсоткової ставки;
- г) суму, на яку кредит може бути виданий;
- д) орієнтовну сукупну вартість кредиту та вартість послуги з оформлення договору про надання кредиту (перелік усіх витрат, пов'язаних з його одержанням, обслуговуванням та поверненням, зокрема таких, як адміністративні витрати, витрати на страхування, юридичне оформлення тощо);
- е) строк, на який кредит можна одержати;
- є) варіанти повернення кредиту, включаючи кількість платежів, їх частоту та обсяги;
- ж) можливість дострокового повернення кредиту та його умови;
- з) необхідність оцінки майна та, якщо вона потрібна, відомості про особу, яка її проводить;
- и) податковий режим сплати відсотків та державні субсидії, на які споживач має право (або повідомити про те, від кого споживач може одержати докладнішу інформацію);
- і) переваги та недоліки запропонованих схем кредитування.

Такі дані допоможуть зорієнтуватись у морі кредитних пропозицій та вибрати найоптимальніший варіант. Тому не варто відмовлятися від них. Тим більш, що відомості безкоштовні.

2. У договорі обов'язково мають бути:

а) сума кредиту;

б) детальний розпис загальної вартості кредиту;

в) дата видачі кредиту або, якщо його видаватимуть частинами, дати їх надання і суми та інші умови кредитування;

г) пункт про право дострокового повернення кредиту;

г) річна відсоткова ставка за кредит;

д) інші умови, визначені законодавством.

Доцільно уважно вчитуватись у кожне речення договору і не піддаватися спокусі пробігтись очима по його умовах, аби швидше покінчити із цією марудною справою. Адже, можливо, у ньому записано щось подібне:

- для надання кредиту необхідно передати як забезпечення його повної суми або частини суми чи повністю або частково покласти її на депозит або викупити на неї цінні папери чи інші фінансові інструменти (крім випадків, коли споживач одержує за депозитом, цінними паперами чи іншими фінансовими інструментами таку ж або більшу відсоткову ставку, як ставка за кредитом);

- споживач зобов'язаний під час укладення договору укласти інший договір з кредитором або третьою особою, названою кредитором (крім ситуацій, коли цього вимагає законодавство та/або коли витрати за зазначеним договором прямо прописані в складі сукупної вартості кредиту для споживача).

Або у договорі передбачено зміни в будь-яких витратах за договором, крім відсоткової ставки, чи встановлюються дискримінаційні стосовно споживача правила і зміни.

**Знайте – це НЕСПРАВЕДЛИВІ УМОВИ! А тому жодну з них договір не повинен містити. Якщо необхідно, її можна визнати недійсною через суд.**

І ще один нюанс: надаючи кредит, кредитор ризикує. Вирішуючи, чи укласти договір, він може поцікавитися платоспроможністю покупця та відомостями, які необхідні для надання кредиту. Персональні дані, одержані від споживача, йому слід використовувати суто для оцінки фінансового стану.

Якщо все гаразд: умови договору покупця задовольняють і кредитор нічого не має проти даної персони, можна сміливо ставити свій підпис на документі. При цьому один з оригіналів нале-

жить вам. При потребі доводити, що договір передали, зобов'язаний буде кредитор.

Припустимо, основну справу зроблено – договір споживчого кредитування укладено. Залишилася дрібниця – сплатити суму кредиту та відсотки. Майте на увазі: **нічого, окрім того, що було зазначено в договорі, ви перераховувати не зобов'язані**. Утім, у кредитних договорах іноді є примітка про те, що відсоткова ставка за кредитом може змінюватися залежно від зміни облікової ставки НБУ або за інших обставин. Тоді знайте: **кредитор має повідомити про зміну письмово протягом 7 календарних днів**. А без повідомлення вона недійсна (ч. 4. ст. 11 Закону про захист прав споживачів).

Споживач вправі достроково повернути споживчий кредит, у тому числі збільшивши суми періодичних виплат. Якщо скористатись останнім способом, то кредитор у відповідь повинен зменшити кредитні зобов'язання (ч. 8 ст. 11 Закону про захист прав споживачів).

Уявімо, покупець прийшов додому і... от сюрприз – хтось із членів родини придбав аналогічний товар, тобто купив абсолютно таку саму річ у кредит, чи побачили схожий товар у сусідньому магазині з грандіозною знижкою. Зрештою, покупець просто передумав. Що тоді? Законодавці потурбувалися про ваші права в подібних ситуаціях. А саме в ч. 6 ст. 11 Закону про захист прав споживачів прописали: **"споживач має право протягом чотирнадцяти календарних днів відкликати свою згоду на укладення договору про надання споживчого кредиту без пояснення причин. Строк слід відраховувати з моменту передачі примірника укладеного договору. Для відкликання своєї згоди потрібно оформити письмове повідомлення і подати його особисто (або через уповноважену особу) чи надіслати кредитору до настання встановленого 14-денного терміну. При цьому не забудьте одночасно повернути кошти або товар, що отримали за договором, та відсотки, які набігли за час користування кредитом. Нічого більше (ніяких інших зборів) у зв'язку з відкликанням згоди платити не потрібно**.

А якщо споживач вже встиг заплатити якусь суму на погашення кредиту і передумав протягом 14 днів? Що тоді? Просто впродовж 7 днів кредитор зобов'язаний повернути кошти. А якщо не встигне – сплатити неустойку за кожен день у розмірі 1% від суми, належної до повернення.

Проте є ще одна важлива деталь: правом на **відкликання згоди споживач не може скористатися** щодо споживчих кредитів:

- 1) забезпечених іпотекою;
- 2) на придбання житла;
- 3) наданих на купівлю послуги, виконання якої відбулося до закінчення строку відкликання згоди.

Тому, укладаючи такі договори, варто пам'ятати народну мудрість: сім разів відміряй – один раз відріж.

І ще одна важлива річ, про яку варто згадати, розглядаючи цю тему. Кредитодавець при порушенні споживачем умов договору (якщо це ним передбачено) має право вимагати дострокового повернення споживчого кредиту або на вилучення продукції чи застосування інших санкцій. Але скористатися таким правом він може лише тоді, коли виконується одна з умов:

- 1) затримано сплату частини кредиту та/або відсотків щонайменше на 1 календарний місяць;
- 2) сума заборгованості перевищує суму кредиту більше як на 10%;
- 3) не сплачено більше однієї виплати, яка перевищує 5% суми кредиту;
- 4) відбулося інше істотне порушення умов договору про надання споживчого кредиту.

Якщо кредитодавець на підставі договору про надання споживчого кредиту вимагає **дострокового здійснення** внесків або повернення споживчого кредиту, у споживача є **30 календарних днів** з дати одержання повідомлення, аби виконати вимогу. Але якщо порушення умов договору буде усунено протягом цього періоду, вимога кредитодавця втрапить чинність.

Кредитодавець, який у позасудовому порядку чи до судового провадження звертається з вимогою про повернення споживчого кредиту або погашення іншого боргового зобов'язання споживача, не може у будь-який спосіб вимагати якоїсь плати або винагороди від останнього за таке звернення.

При цьому кредитодавцеві заборонено:

- 1) надавати неправдиву інформацію про наслідки несплати споживчого кредиту;
- 2) вилучати продукцію у споживача без його згоди або без одержання відповідного судового рішення;
- 3) Зазначати на конвертах з поштовими повідомленнями інформацію про те, що вони стосуються несплати боргу або споживчого кредиту;

4) вимагати стягнення сум, про які не йдеться у договорі про надання споживчого кредиту;

5) звертатися без згоди споживача за інформацією про його фінансовий стан до третіх осіб, які пов'язані зі споживачем родинними, особистими, діловими, професійними або іншими стосунками у соціальному бутті споживача;

6) вчиняти дії, що вважаються нечесною підприємницькою практикою ст. 10 Закону про захист прав споживачів);

7) вимагати повернення споживчого кредиту, строк давності якого минув.

#### 4.2.3. Як повернути товар, за який розраховалися платіжною карткою

При виявленні істотного недоліку (наприклад – розпарованість взуття) протягом строку гарантійного зобов'язання споживач вправі вимагати на власний вибір:

1) розірвання договору та повернення сплаченої за товар суми;

2) заміни товару на такий самий чи аналогічний з числа наявних у продавця (*див.* другий абзац ч. 1 ст. 8 Закону України "Про захист прав споживачів" від 12.05.91 р. № 1023-XII, *далі – Закон про захист прав споживачів*).

Наприклад, якщо куплена пара взуття розпарована, можна скористатися також і правом заміни товару.

Утім, якщо споживачеві більше імпонує перший варіант, необхідно взяти до уваги: **продавець повинен повернути сплачені за товар гроші у день розірвання договору**, а у разі неможливості – в інший строк за домовленістю зі споживачем, але не пізніше **7 днів** (або. 3 ч. 7 ст. 8 Закону про захист прав споживачів). Що розуміти під "неможливістю", Закон не роз'яснює. На нашу думку, тут йдеться про об'єктивні причини, що перешкоджають продавцю повернути кошти у встановлений термін. Тобто причини, що не залежать від нього і не обумовлені його бажанням. Наприклад, це може бути відсутність потрібної суми у касі, обмеження, встановлені правилами платіжної системи, тощо. Адже згідно з другим абзацом п. 3.14 Положення про порядок емісії платіжних карток і здійснення операцій з їх застосуванням, затвердженого постановою Правління НБУ від 19.04.05 р. № 137, повернення коштів за повернений товар (за який розраховалися платіжною карткою) здійснюється:

1) готівкою, якщо це не суперечить правилам платіжної системи;

2) шляхом їх зарахування на карттрахунок відповідно до правил платіжної системи.

З цього випливає: останнє слово при визначенні способу (готівковий чи безготівковий) та терміну виплати коштів – за **правилами платіжної системи**.

Якщо вони дозволяють повернути належну суму з каси, у споживача є вибір: отримати її або готівкою, або на карттрахунок. Якщо ж забороняють, нічого не вдієш – залишається чекати перерахунку на картку. При цьому строк повернення визначено ч. 7 ст. 8 Закону про захист прав споживачів. А саме: продавець має сплатити кошти у день звернення споживача (це день подання заяви). Хоча при безготівковому розрахунку можливе відстрочення платежу, що пов'язане з порядком перерахування, який передбачено все тими ж правилами платіжної системи. Приміром, в останніх зазначено: повернення грошей відбудеться лише після їх зарахування на рахунок продавця або ж протягом **2 банківських днів**. Тоді доведеться почекати. Головне: який би строк правила не встановлювали, віддати кошти споживачу повинні впродовж **7 днів**. А про відстрочення сплати та його причини споживача мають повідомити.

Розглянемо ситуацію: “О. Гусев із Чернігова придбав у супермаркеті в Києві товари і розрахувався за них платіжною карткою. Але, вийшовши з магазину, помітив, що куплена пара взуття розпарована. Відразу звернувся до продавця з вимогою повернути йому кошти за такий товар (чек пред'явив). Однак йому відмовили. Аргументували це так: гроші з картки на рахунок підприємства ще не надійшли. Повернути їх зможуть не раніше дня зарахування.

Чи правомірно вчинив продавець? Якщо так, то як Гусев міг би отримати сплачені гроші за взуття, адже будучи в рідному місті, він не може забрати їх з каси у Києві? Порадьте, як діяти в подібних випадках.”

Продавець діяв правомірно, якщо у нього були об'єктивні причини для відмови в поверненні коштів у день звернення. А для того щоб зміцнити свої аргументи, йому слід було документально підтвердити неможливість сплати коштів. Скажімо, представити правила платіжної системи, що містять обмеження, чи надати довідку про відсутність необхідної суми у касі чи інші документи – залежно від обставин, що перешкоджають сплатити суму в день розірвання договору. Інакше його відмова є безпідставною.

І ще одна важлива особливість: якщо спосіб отримання коштів безготівковий, тобто їх споживачу перераховують на карттрахунок, не забудьте вказати у заяві його реквізити. У протилежному випадку гроші не знайдуть свого адресата.

В цій ситуації є альтернативні варіанти:

- отримати кошти може інша людина, звісно, за проханням Гусєва. Але для цього потрібна довіреність (нотаріально завірена), оскільки при розрахунках карткою видно, хто оплатив товар. Тому повернути гроші можуть лише власнику картки або уповноваженій ним особі;
- з вимогою повернути гроші чи замінити товар Гусєв може звернутися до створених власником продавця торговельних підприємств та філій, що продають товари, аналогічні придбанам, або до підприємства, на яке покладено таку функцію, чи до виробника. Про такі підприємства споживача повинні були поінформувати ще під час купівлі. За ненадання таких відомостей продавцю загрожує штраф за ст. 15 і ст. 23 Закону про захист прав споживачів (ч. 4. ст. 8 цього Закону). Тож вибір оптимального варіанта за споживачем. Підкреслимо: якщо прохання споживача не знайшли відгуку у продавця, тоді варто звернутися до територіального органу сфери захисту прав споживачів, місцевої держадміністрації чи суду (ч. 3 ст. 5 Закону про захист прав споживачів). А вже вони потурбуються, щоб слово споживача було почуте.

#### **4.2.4. Товар куплено зі складу – чи є у споживача право його повернути**

Сьогодні практика складських продажів досить поширена і коло її прихильників постійно збільшується. Воно й не дивно, адже це вигідно і виробнику (продавцю), бо мінімізує витрати на збут продукції, і покупцю, якому пропонують товар за ціною, нижчою, ніж у магазині. Враховуючи таку тенденцію на ринках споживчих товарів, автори нової редакції Закону України "Про захист прав споживачів від 12.05.91 р. № 1023-ХІІ (далі – Закон про захист прав споживачів) присвятили правам покупця при укладенні договору поза торговельними або офісними приміщеннями окрему статтю (див. ст. 12).

Розглянемо ситуацію: “Нещодавно А. Ніколенко придбав зі складу підприємства-виробника меблі для кухні. При встановленні виявилось, що вони не підходять. Він вирішив повернути товар і для цього на сьомий день після його придбання звернувся до продавця. Але останій відмовився прийняти меблі та повернути сплачені за них гроші, мотивуючи свої дії тим, що товар уже розпакований і на ньому помітні сліди від проведеного монтажу.

Чи має право споживач повернути куплений зі складу товар? За яких умов це неможливо? чи правомірна відмова продавця?”

Спершу уточнимо одну важливу деталь. При купівлі товару на складі Ніколенко повинні були надати документ, який засвідчує факт укладення договору і є підставою для виникнення взаємних прав та обов'язків. Його не може замінити товарний чек чи інший розрахунковий документ, що підтверджує проведення оплати за товар. Адже крім дати укладення договору, найменування та місцезнаходження продавця (виконавця), найменування і ціни продукції, він має містити ще й інформацію про права та обов'язки сторін, а також інші істотні умови договору (ч. 2 ст. 12 Закону про захист прав споживачів). Якщо споживач не отримав такого документа, то й підстав для виникнення у нього обов'язків немає. Про те, що **договір недійсний**, споживач повідомляє продавця. А останній повинен протягом **30 днів** повернути кошти та відшкодувати покупцю витрати на повернення товару (ч. 6 ст. 12 Закону про захист прав споживачів).

Утім якщо документально все оформлено правильно, то у споживача є **право розірвати договір** купівлі-продажу, укладений поза торговельним або офісним приміщенням. Це можливо за умови повідомлення продавцю про своє рішення не пізніше ніж через **14 днів**. Відлік строку починається або з дати одержання документа, який засвідчує факт придбання меблів зі складу, або з моменту їх прийняття (у разі кількох поставок – надходження першої частини продукції), якщо згаданий документ Вам видали раніше. Отже, поінформувавши продавця на **7-й день** з дати отримання меблів про бажання їх повернути і місце, де це може відбутися, споживач реалізовує своє право, надане ч. 3 ст. 12 Закону про захист прав споживачів.

Що стосується відмови продавця в задоволенні прохання споживача, то вона неправомірна.

Так, п.7 ст.12 "Закону про захист прав споживачів зобов'язує покупця, який хоче розірвати договір, подбати про збереження купленого товару в **незмінному стані**. Однак другий абзац цього пункту говорить про обставини, при яких зміни в товарі – не перешкода для споживача, який вирішив скористатися своїм правом і повертає зроблену покупку. А саме:

1) знищення, пошкодження або псування продукції відбулося не з вини покупця;

2) вартість продукції зменшилася внаслідок відкриття упаковки, огляду чи перевірки продукції.



Як бачимо, друга обставина – випадок з наведеної ситуації (звісно, якщо меблі при монтуванні не були пошкоджені). Таким чином, продавець, відмовляючись виконати вимогу споживача, діє всупереч вищезгаданій нормі.

Також споживач вправі вимагати від продавця відшкодувати йому всі витрати, пов'язані з поверненням товару (або. 3 ч. 5 ст. 12 Закону про захист прав споживачів). Зокрема, витрати на транспортування, розвантаження і завантаження меблів тощо.

Для розрахунків зі споживачем продавцю відведено знову **30 днів** з моменту отримання повідомлення про розірвання договору. Для несумлінного продавця порушення строку повернення сплачених за товар грошей не обійдеться безкарно. Згідно з ч. 9 ст. 12 Закону про захист прав споживачів він виплачуватиме покупцю неустойку в розмірі **1% вартості** товару за **кожний день затримки**. При цьому споживач має право не віддавати товар, поки не отримає своїх грошей (ч. 4 ст. 12 Закону про захист прав споживачів). У випадку розірвання договору купівлі-продажу, укладеного поза торговельними і офісними приміщеннями, на споживача покладено обов'язок зберігати у себе товар **60 днів** із дати його отримання. А коли впродовж цього часу продавець не проявляє інтересу до свого товару, тобто не вживає жодних заходів для його повернення, право власності на нього автоматично переходить споживачу. Притому, що у покупця не виникає будь-яких зобов'язань щодо оплати його вартості.

### **4.3. ПРАВА СПОЖИВАЧІВ НА БЕЗПЕКУ ПРОДУКЦІЇ (НАСЛІДКИ РОБИТ)**

#### **4.3.1. Основний зміст статті 14 Закону України „Про захист прав споживачів”**

1. Споживач має право на те, щоб продукція за звичайних умов її використання, зберігання і транспортування була безпечною для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавала шкоди його майну.

У разі відсутності нормативних документів, нормативно-правових актів, що містять обов'язкові вимоги до продукції, використання якої може завдати шкоди життю, здоров'ю споживача, навколишньому природному середовищу, а також майну споживача, відповідні органи виконавчої влади, що здійснюють державний захист прав споживачів, зобов'язані негайно заборонити випуск і реалізацію такої продукції.

2. На товари (наслідки робіт), використання яких понад визначений строк є небезпечним для життя, здоров'я споживача, навколишнього природного середовища або можуть заподіяти шкоду майну споживача, встановлюється строк служби (строк придатності). Ці вимоги можуть поширюватись як на виріб у цілому, так і на окремі його частини.

Виробник (виконавець, продавець) повинен попереджати споживача про встановлений строк служби (строк придатності) товару (наслідків роботи) або його частини, обов'язкові умови його використання та можливі наслідки в разі їх невиконання, а також про необхідні дії після закінчення цього строку.

Забороняється змінювати строк служби (строк придатності), який зазначено на етикетці, упаковці або у супровідних документах на товар, а також вводити в обіг товари, строк придатності яких минув.

3. Якщо для безпечного використання продукції, її зберігання, транспортування та утилізації необхідно дотримуватися спеціальних правил, виробник (виконавець) зобов'язаний розробити такі правила та довести їх до продавця або споживача, а продавець – до споживача.

4. Продукція, на яку актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки для життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища і передбачено нанесення національного знака відповідності, повинна пройти встановлену процедуру оцінки відповідності. Виробник має право маркувати продукцію національним знаком відповідності за наявності декларації про відповідність та/або сертифіката відповідності, виданих згідно із законодавством.

Реалізація продукції (у тому числі імпортих товарів) без маркування національним знаком відповідності та/або без сертифіката відповідності чи декларації про відповідність забороняється.

Підставою для митного оформлення імпорту таких товарів на територію України є наявність передбачених законодавством документів, які засвідчують факт проходження ними процедури оцінки відповідності.

Відповідальність за порушення вимог щодо безпеки продукції, передбачених цією частиною, визначається цим Законом та іншими законодавчими актами.

5. Якщо встановлено, що при додержанні споживачем правил використання, зберігання чи транспортування товарів (наслідків робіт) вони завдають або можуть завдати шкоди життю, здоров'ю, майну споживача чи навколишньому природному середовищу, виробник (виконавець, продавець) зобов'язаний негайно припинити їх виробництво (реалізацію) до усунення причин заподіяння шкоди, а в необхідних випадках – вжити заходів щодо вилучення їх з обігу і відкликання у споживачів.

Якщо причини заподіяння шкоди усунути неможливо, виробник (виконавець) зобов'язаний зняти таку продукцію з виробництва, вилучити з обігу, відкликати у споживачів. У разі невиконання цих обов'язків зняття продукції з виробництва, вилучення з обігу і відкликання у споживачів проводиться за приписом органів виконавчої влади, що здійснюють контроль за безпекою продукції.

Виробник (виконавець) зобов'язаний відшкодувати у повному обсязі завдані споживачам збитки, пов'язані з відкликанням продукції.

6. Створюючи новий (модернізований) товар, розробник повинен подати технічну документацію відповідному органу для проведення державної експертизи на його відповідність вимогам щодо безпеки для життя, здоров'я і майна споживачів, а також навколишнього природного середовища.

7. Виробник (виконавець) зобов'язаний інформувати споживача про можливий ризик і про безпечне використання продукції за допомогою прийнятих загальновідомих у міжнародній практиці позначень.

#### **4.3.2. Основний зміст статті 16 Закону України „Про захист прав споживачів”. „Майнова відповідальність за шкоду, завдану дефектною продукцією або продукцією неналежної якості”**

1. Шкода, завдана життю, здоров'ю або майну споживача дефектною продукцією або продукцією неналежної якості, підлягає відшкодуванню в повному обсязі, якщо законом не передбачено більш високої міри відповідальності.

2. Право вимагати відшкодування завданої шкоди визнається за кожним потерпілим споживачем незалежно від того, чи перебував він у договірних відносинах з виробником (виконавцем, продавцем). Таке право зберігається протягом установленого строку служби (строку придатності), а якщо такий не встановлено – протягом десяти років з дати введення в обіг такої продукції її виробником.

При цьому на такого споживача покладається обов'язок довести:

- 1) наявність шкоди;
- 2) наявність дефекту в продукції;
- 3) наявність причинно-наслідкового зв'язку між такими шкодою та дефектом.

Відповідальність, яка покладається на виробника (виконавця) відповідно до положень цього Закону, не залежить від дій або бездіяльності інших осіб, які мають відношення до шкоди, що завдана дефектною продукцією або продукцією неналежної якості.

3. Відповідальність перед споживачем за шкоду, зазначену в частині першій цієї статті, несе сторона, яка її завдала.

4. Виробник (виконавець) несе відповідальність за шкоду, завдану життю, здоров'ю або майну споживача, що виникла у зв'язку з використанням речей, матеріалів, обладнання, приладів, інструментів, пристосувань чи інших засобів, необхідних для виробництва товарів, виконання робіт або надання послуг, незалежно від рівня його наукових і технічних знань.

5. Виробник (виконавець, продавець) звільняється від відповідальності, якщо доведе, що:

1) шкоду завдано з вини самого споживача внаслідок порушення ним встановлених правил використання, зберігання чи транспортування продукції або дії непереборної сили;

2) не вводив продукції в обіг;

3) дефект у продукції виник внаслідок додержання виробником вимог законодавства або виконання обов'язкових для нього приписів органів державної влади.

### **Ситуаційні завдання**

1.1.09.2005 громадянка Одуло М.П. купила холодильник за 2300 грн. Гарантійний термін складав 6 років. 23.11.05 холодильник перестав охолоджувати і зіпсувалися продукти. Прокоментуйте дії споживача.

#### *Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 16 п 1, оскільки гарантійний термін не минув, громадянка повинна вимагати відшкодування вартості холодильника і всіх збитків, які були понесені.

2. Громадянин Дашков Т.М. купив сковороду зі спеціальним антипригарним покриттям за 460 грн. Згодом було виявлено, що елементи, які містяться у верхньому шарі сковороди, негативно впли-

вають на шлунок і спричиняють онкологічні захворювання. Споживач захотів повернути сковороду назад, але йому відмовили. Прокоментуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 14 п 5 якщо причини, які завдають шкоди, усунути неможливо, виготівник зобов'язаний зняти такі товари з виробництва, вилучити із обороту і відкликати від споживачів. Виготівник зобов'язаний відшкодувати у повному обсязі збитки, пов'язані з відкликанням товарів. Тому продавець має відшкодувати покупцеві 460 грн.

3.Громадянин Губенко О. В. придбав у магазині йогурт «Смак» за 3,74 грн. Вдома він виявив, що термін придатності йогурту вже минув тиждень тому і продукт може завдати шкоди здоров'ю. Прокоментуйте дії споживача.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 14 п 2 на товари, використання яких понад визначений термін є небезпечним для життя встановлюється термін придатності. Згідно зі ст. 17. п 3 продаж товарів, термін придатності яких минув, забороняється. Тому споживач має право повернути йогурт в магазин і вимагати замінити на такий же свіжий або повернення своїх грошей.

4.1.10.2005 громадянка Супруненко А.П. придбала радіоприймач. Гарантійний термін – 1 рік. 4.11.2006 радіоприймач зламався. Прокоментуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 17 п 2 право вимагати відшкодування зберігається протягом встановленого гарантійного терміну служби. Такий термін минув уже 1.10.2006, тому продавець ніякої відповідальності не несе.

5.Громадянин Рудько Н.В. придбав телевізор 1.11.2005р. Гарантійний термін складав 3 роки. Через 6 місяців (1.05.2006 р) телевізор поламався – він заіскрив, загорівся, таким чином пошкодивши стіл. Проаналізуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 16 п 1, шкода, заподіяна життю, здоров'ю або майну споживача товарами (роботами, послугами), що містять конструктивні, виробничі, рецептурні або інші недоліки, підлягає відшкоду-

ванню в повному обсязі, якщо законодавством не передбачено більш високої міри відповідальності. Тому продавець повинен відшкодувати вартість телевізору і вартість столу.

6.Громадянин Ковальов А.І. купив набір ножів за 240 грн із нержавіючої сталі. Один із ножів виявився неякісним і при різанні лезо зламалося, громадянин поранив руку. Проаналізуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст.16 п.1, шкода, заподіяна життю, здоров'ю або майну споживача дефектною продукцією або продукцією неналежної якості, підлягає відшкодуванню в повному обсязі, якщо законодавством не передбачено більш високої міри відповідальності. Тому продавець повинен відшкодувати 240грн і витрати на лікування, якщо такі мали місце.

## ТЕСТИ

*1. Що повинні зробити відповідні органи державної виконавчої влади у разі відсутності нормативних документів, що містять обов'язкові вимоги до товару (роботи, послуги), використання якого може завдати шкоди життю, здоров'ю споживача, навколишньому природному середовищу, а також майну споживача?*

1) негайно заборонити випуск і реалізацію таких товарів;  
2)призупинити випуск продукції до отримання сертифіката відповідності;

3)організувати реалізацію таких товарів у спеціальних магазинах.

*2. На які товари встановлюється термін служби?*

1) на товари, використання яких понад визначений термін є небезпечним для споживача;

2) на харчові продукти;

3) на складно технічні товари;

4) на товари, які швидко втрачають придатність до споживання.

*3. Що є підставою для ввезення товарів, на які актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища?*

1)гігієнічний сертифікат;

2)сертифікат відповідності;

3)сертифікат якості;

4)карантинний сертифікат.

4. Яким нормативним актом визначається відповідальність за порушення вимог щодо безпеки товарів?

- 1) Законом України « Про захист прав споживачів»;
- 2) ГОСТами на відповідні товари;
- 3) договором купівлі-продажу;
- 4) Цивільним кодексом.

5. Чи може виготівник (виконавець) інформувати споживача про можливий ризик і про безпечне використання товару за допомогою спеціальних позначень?

- 1) ні, не може, потрібна інструкція;
- 2) може;
- 3) може при розшифруванні позначень.

6. Чи відшкодовується збиток, заподіяний споживачу товарами з недоліками?

- 1) частково і залежно від інформованості споживача;
- 2) так, у повному обсязі;
- 3) ні, не відшкодовується.

7. Чи має право споживач вимагати відшкодування, якщо він не перебував у договірних відносинах із продавцем?

- 1) так, має;
- 2) ні, не має;
- 3) має при наявності товарного чи касового чеку.

8. Чи несе відповідальність продавець за те, що Виготівник поставив йому неякісний товар і він заподіяв шкоду споживачу?

- 1) ні, відповідальність несе виготівник;
- 2) 50:50 несуть відповідальність виготівник і продавець;
- 3) відповідальність несе тільки продавець.

9. Протягом якого терміну споживач має право звернутися до продавця за відшкодуванням заподіяної шкоди?

- 1) протягом гарантійного терміну, а якщо такий не встановлено – протягом 10 років з дати виготовлення товару;
- 2) протягом гарантійного терміну, а якщо такий не встановлено – протягом 10 років з дати купівлі товару;
- 3) протягом гарантійного терміну.

10. Чи відшкодовує продавець збитки, пов'язані з відкриттям товарів?

- 1) ні, не відшкодовує;
- 2) відшкодовує;
- 3) залежно від умов договору купівлі-продажу.

## 4.4. ПРАВА СПОЖИВАЧА У РАЗІ ПОРУШЕННЯ ВИКОНАВЦЕМ УМОВ ДОГОВОРУ ПРО ВИКОНАННЯ РОБІТ І НАДАННЯ ПОСЛУГ

### 4.4.1. Основний зміст статті 10 Закону України „Про захист прав споживачів”

1. Споживач має право відмовитися від договору про виконання робіт (надання послуг) і вимагати відшкодування збитків, якщо виконавець своєчасно не приступив до виконання зобов'язань за договором або виконує роботу так повільно, що закінчити її у визначений строк стає неможливим.

Якщо значну частину обсягу послуги чи робіт (понад сімдесят відсотків загального обсягу) вже було виконано, споживач має право розірвати договір лише стосовно частини послуги або робіт, що залишилася.

2. Якщо під час виконання робіт (надання послуг) стане очевидним, що їх не буде виконано з вини виконавця згідно з умовами договору, споживач має право призначити виконавцю відповідний строк для усунення недоліків, а в разі невиконання цієї вимоги у визначений строк – розірвати договір і вимагати відшкодування збитків або доручити виправлення недоліків третій особі за рахунок виконавця.

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

1) безоплатного усунення недоліків у виконаній роботі (наданій послугі) у розумний строк;

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

3) безоплатного виготовлення іншої речі з такого ж матеріалу і такої ж якості чи повторного виконання роботи;

4) відшкодування завданих йому збитків з усуненням недоліків виконаної роботи (наданої послуги) своїми силами чи із залученням третьої особи;

5) реалізації інших прав, що передбачені чинним законодавством на день укладення відповідного договору.

Зазначені вимоги підлягають задоволенню у разі виявлення недоліків під час приймання виконаної роботи (наданої послуги) або під час її виконання (надання), а в разі неможливості виявлення недоліків під час приймання виконаної роботи (наданої послуги) – **протягом гарантійного чи іншого строку**, встановленого договором, чи протягом **двох років** з дня прийняття виконаної роботи



(наданої послуги) у разі відсутності гарантійного чи іншого строку, встановленого законодавством або договором.

б) За наявності у роботі (послузі) істотних недоліків споживач має право вимагати розірвання договору та відшкодування збитків.

Якщо істотні недоліки було виявлено в роботі (послузі), виконаній з матеріалу споживача, споживач має право вимагати на свій вибір або виконання її з такого ж матеріалу виконавця, або розірвання договору і відшкодування збитків.

Зазначені вимоги можуть бути пред'явлені споживачем протягом строків, передбачених нормативно-правовими актами та нормативними документами, умовами договору, а в разі відсутності таких строків – протягом десяти років.

7) У разі, коли виконавець не може виконати (прострочує виконання) роботу (надання послуги) згідно з договором, за кожний день (кожну годину, якщо тривалість виконання визначено у годинах) прострочення споживачеві сплачується **пеня** у розмірі **трьох відсотків** вартості роботи (послуги), якщо інше не передбачено законодавством. У разі коли вартість роботи (послуги) не визначено, виконавець сплачує споживачеві неустойку в розмірі **трьох відсотків загальної вартості** замовлення.

Сплата виконавцем неустойки (пені), встановленої в разі невиконання, прострочення виконання або іншого неналежного виконання зобов'язання, не звільняє його від виконання зобов'язання в натурі.

6. Виконавець не несе відповідальності за невиконання, прострочення виконання або інше неналежне виконання зобов'язання та недоліки у виконаних роботах або наданих послугах, якщо доведе, що вони виникли з вини самого споживача чи внаслідок дії непереборної сили.

7. Про відступи від умов договору та інші недоліки в роботі (послузі), що не могли бути виявлені при звичайному способі її прийняття, споживач зобов'язаний повідомити виконавцеві не пізніше трьох діб після їх виявлення.

8. Виконавець залежно від характеру і специфіки виконаної роботи (наданої послуги) зобов'язаний видати споживачеві розрахунковий документ, що засвідчує факт виконання роботи (надання послуги).

9. 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). Виконавець не звільняється від відповідальності, якщо рівень його наукових і технічних знань не дав змоги виявити особливі властивості речі, прийнятої ним від споживача для виконання робіт (надання послуг).

Якщо виконання робіт (надання послуг) вимагає використання додаткових матеріалів, такі матеріали повинні відповідати вимогам безпеки, встановленим законодавством до таких матеріалів.

10. Виконавець несе відповідальність за шкоду, завдану життю, здоров'ю або майну споживача, що виникла у зв'язку з використанням речей, матеріалів, обладнання, приладів, інструментів, пристосувань чи інших засобів, необхідних для виконання ним робіт (надання послуг), незалежно від рівня його наукових і технічних знань, що дає змогу виявити їх властивості, згідно із законодавством.

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

12. Якщо після укладення договору стане очевидним, що роботи (послуги), зважаючи на їх ціну (вартість) та характеристики або інші обставини, явно не задовольнятимуть інтересів або вимог споживача, виконавець зобов'язаний негайно повідомити про це споживача.

Виконавець зобов'язаний таким же чином повідомити споживача, якщо вартість робіт (послуг) може істотно зрости, ніж можна було очікувати під час укладення поговору.

Споживач має право відмовитися від договору про виконання робіт (надання послуг) без штрафних санкцій з боку виконавця у разі виникнення обставин, передбачених в абзацах першому та другому цієї частини.

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

#### **4.4.2. Права споживача у разі укладення договору поза торговельними або офісними приміщеннями (ст. 12 Закону України „ Про захист прав споживачів”)**

1. Положення цієї статті не застосовуються до договорів, укладених поза торговельними або офісними приміщеннями, і які стосуються:

- 1) договорів споживчого кредиту;
- 2) правочинів з нерухомим майном;
- 3) правочинів з цінними паперами;
- 4) договорів страхування.

2. У разі реалізації продукції поза торговельними або офісними приміщеннями продавець (виконавець) зобов'язаний надати споживачеві документ, який засвідчує факт укладення договору і є підставою для виникнення взаємних прав та обов'язків. Такий документ повинен містити інформацію про:

- 1) дату укладення договору;
- 2) найменування та місцезнаходження продавця (виконавця);
- 3) найменування продукції;
- 4) ціну;
- 5) строк виконання робіт (надання послуг);
- 6) інші істотні умови договору;
- 7) права та обов'язки сторін договору.

У разі ненадання такої інформації суб'єкт господарювання несе відповідальність, встановлену статтями 15 і 23 цього Закону.

У разі реалізації продукції поза торговельними або офісними приміщеннями споживач має право розірвати договір за умови повідомлення про це продавця (виконавця) протягом чотирнадцяти днів з дати одержання документа, який засвідчує факт здійснення правочину поза торговельними або офісними приміщеннями чи прийняття продукції або першої поставки такої продукції, за умови, що така продукція є річчю, а прийняття чи поставка продукції відбувається пізніше часу одержання споживачем документа на їх продаж.

У разі реалізації продукції поза торговельними або офісними приміщеннями продавець (виконавець) повинен повернути сплачені гроші без затримки не пізніше **тридцяти днів** з моменту повідомлення споживачем про розірвання договору. Споживач має право не повертати продукції або результати роботи чи послуги до моменту повернення йому сплаченої ним суми грошей.

У разі розірвання договору, укладеного поза торговельними або офісними приміщеннями, споживач повинен повідомити продавця (виконавця) про місце, де продукція може бути повернена.

Договором може передбачатися, що продукція або результати робіт (послуг), що були надіслані поштою, повинні у разі розірвання договору також бути повернені поштою.

Будь-які витрати, пов'язані з поверненням продукції, покладаються на продавця (виконавця). Продавець (виконавець) повинен відшкодувати витрати споживача у зв'язку з поверненням продукції.

У разі розірвання договору, укладеного поза торговельними або офісними приміщеннями, обов'язок споживача зберігати у себе продукцію припиняється по закінченні **шістдесяти** днів після її одержання. Якщо продавець (виконавець) не вживає заходів для повернення її протягом зазначеного періоду, така продукція переходить у власність споживача без виникнення зобов'язання з оплати її вартості.

3. Якщо споживачеві не було надано документа, який засвідчує факт здійснення правочину поза торговельними або офісними приміщеннями, такий правочин не є підставою для виникнення обов'язків для споживача.

У разі ненадання документа або підтвердження інформації споживач повідомляє продавця (виконавця) про недійсність договору. Продавець (виконавець) протягом **тридцяти днів** з моменту одержання такого повідомлення, повинен повернути споживачеві одержані кошти та відшкодувати витрати, понесені споживачем у зв'язку з поверненням продукції.

4. Для здійснення права на розірвання договору споживач повинен зберігати одержану продукцію у незміненому стані.

Знищення, пошкодження або псування продукції, що сталося не з вини споживача, не позбавляє споживача права на розірвання договору. Зменшення вартості продукції внаслідок відкриття упаковки, огляду чи перевірки продукції не позбавляє права споживача на розірвання договору.

5. У разі коли продавець (виконавець) або третя особа надала споживачеві кредит на суму коштів за договором, укладеним поза торговельними або офісними приміщеннями, такий кредит втрачає чинність у момент розірвання договору

6. Якщо всупереч вимогам цієї статті протягом установлених строків продавець (виконавець) не здійснює повернення сплаченої суми грошей за продукцію у разі розірвання договору, споживачеві виплачується неустойка в розмірі одного відсотка вартості продукції за кожний день затримки повернення грошей.

#### 4.4.3. Право споживача у разі укладення договору на відстані (Стаття 13 Закону України “Про захист прав споживачів”)

1. Положення цієї статті не застосовуються до договорів, укладених на відстані, які стосуються:

- 1) правочинів з нерухомим майном, крім оренди такого майна;
- 2) правочинів з цінними паперами;
- 3) фінансових послуг;
- 4) продажу товарів торговельними автоматами;
- 5) телекомунікаційних послуг;
- 6) правочинів, здійснених на аукціоні, якщо участь у ньому можлива і без використання засобів дистанційного зв'язку.

2. Перед укладенням договорів на відстані продавець (виконавець) повинен надати споживачеві інформацію про:

- 1) найменування продавця (виконавця), його місцезнаходження та порядок прийняття претензій;
- 2) основні характеристики продукції;
- 3) ціну, включаючи плату за доставку, та умови оплати;
- 4) гарантійні зобов'язання та інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом продукції;
- 5) інші умови поставки або виконання договору;
- 6) мінімальну тривалість договору, якщо він передбачає періодичні поставки продукції або послуг;
- 7) вартість телекомунікаційних послуг, якщо вона відрізняється від граничного тарифу;
- 8) період прийняття пропозицій;
- 9) порядок розірвання договору.

У разі ненадання такої інформації суб'єкт господарювання несе відповідальність згідно із статтями 15 і 23 цього Закону.

3. Факт надання інформації відповідно до вимог частини другої цієї статті повинен бути підтверджений письмово або за допомогою електронного повідомлення. Інформація, підтверджена таким чином, не може бути змінена продавцем (виконавцем) в односторонньому порядку.

Підтвердження інформації не вимагається, якщо послуга надається засобами дистанційного зв'язку і оплачується через оператора телекомунікаційних послуг.

4. Споживач має право розірвати укладений на відстані договір шляхом повідомлення продавця (виконавця) про це протягом чо-

**тиринадцяти днів** з моменту підтвердження інформації або з моменту одержання товару чи першої поставки товару.

Якщо відповідно до абзаца другої частини третьої цієї статті підтвердження інформації не вимагається, споживач може розірвати договір протягом **чотирнадцяти днів** з моменту його укладення.

У разі продажу матеріальних речей їх повернення також свідчить про розірвання договору.

Якщо підтвердження інформації не відповідає вимогам частини третьої цієї статті, строк, протягом якого споживач має право розірвати договір, становить **дев'яносто днів** з моменту одержання такої інформації, або у разі продажу матеріальних речей – з моменту одержання товару або першої поставки товару. Якщо протягом цього строку підтвердження інформації було виправлене, споживач має право розірвати договір протягом **чотирнадцяти днів** з моменту одержання виправленого підтвердження.

5. У разі коли інше не передбачено договором, споживач не має права розірвати договір, укладений на відстані, якщо:

1) надання послуги або поставка товару електронними засобами зв'язку за згодою споживача відбулися до закінчення строку розірвання договору, визначеного у частині четвертій цієї статті, про що споживачеві було повідомлено у підтвердженні інформації;

2) ціна товару або послуги залежить від котировок на фінансовому ринку, тобто поза контролем продавця;

3) договір стосується виготовлення або переробки товару на замовлення споживача, тобто якщо товар не може бути проданий іншим особам або може бути проданий лише з істотними фінансовими втратами для продавця(виконавця);

4) споживач відкрив аудіо- чи відеокасету або носій комп'ютерного забезпечення, які постачаються запечатаними;

5) договір стосується доставки періодичних видань;

6) договір стосується лотерей чи інших азартних ігор.

6. Якщо інше не передбачено договором, укладеним на відстані, продавець повинен **поставити** споживачеві **товар** протягом прийняттого строку, але не пізніше **тридцяти днів** з моменту одержання згоди споживача на укладення договору.

У разі неможливості виконання договору через відсутність замовленого товару продавець повинен негайно **повідомити** про це споживача, але **не пізніше тридцяти днів** з моменту одержання згоди споживача на укладення договору.

Продавець може використовувати стандартну умову у договорі про можливість заміни товару в разі його відсутності іншим товаром. Така умова вважатиметься справедливою, якщо:

- 1) інший товар відповідає меті використання замовленого товару;
- 2) має таку ж або кращу якість;
- 3) його ціна не перевищує ціни замовленого товару.

Про наявність такої умови у договорі споживач повинен бути повідомлений перед укладенням договору в порядку, передбаченому частиною другою цієї статті.

7. До договору, укладеного на відстані, застосовуються положення, передбачені частинами п'ятою – дев'ятою статті 12 цього Закону.

### **Ситуаційні завдання**

1. Споживачка Міщенко К. М. замовила в ательє пошиття спідниці з її матеріалу, після обговорення фасону була проведена калькуляція витрат й видана квитанція, де вказана ціна готового виробу – 40 грн. Але коли споживачка прийшла забирати виріб, майстер повідомила, що ціна виробу – 50 грн., так як вона неправильно оцінила вартість роботи при початковому складанні ціни. Проаналізуйте ситуацію.

#### *Розв'язання ситуації:*

Якщо після укладення договору стане очевидним, що роботи (послуги), зважаючи на їх ціну (вартість) та характеристики або інші обставини, явно не задовольнятимуть інтереси або вимоги споживача, виконавець зобов'язаний негайно повідомити про це споживача.

Виконавець зобов'язаний таким же чином повідомити споживача, якщо вартість робіт (послуг) може істотно зрости, ніж можна було очікувати під час укладення поговору.

Споживач має право відмовитися від договору про виконання робіт (надання послуг) без штрафних санкцій з боку виконавця у разі виникнення обставин, передбачених в абзацах першому та другому цієї частини (ст. 10 п. 12 Закону України “Про захист прав споживачів”).

2. Споживачка Іваненко М. П. прийшла до перукарні зробити завивку. Під час виконання послуги клієнтом пошкоджено волосся. На докори споживачки перукар відповіла, що використаний для завивки препарат новий і вона не встигла вивчити його властивості й дію на різні типи волосся. Проаналізуйте ситуацію.

### *Розв'язання ситуації:*

Згідно з п. 9 ст. 10 Закону України «Про захист прав споживачів» 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). Виконавець не звільняється від відповідальності, якщо рівень його наукових і технічних знань не дав змоги виявити особливі властивості речі, прийнятої ним від споживача для виконання робіт (надання послуг).

Якщо виконання робіт (надання послуг) вимагає використання додаткових матеріалів, такі матеріали повинні відповідати вимогам безпеки, встановленим законодавством до таких матеріалів.

3. Споживачка Одуло А. Р. 15.06. здала черевики в майстерню, з проханням їх відремонтувати. Майстер повідомив вартість роботи – 10 грн та дату, коли робота буде виконана – 16.06. Але коли споживачка прийшла в зазначений час, майстер повідомив, що через брак часу він не встиг виконати даного замовлення й черевики будуть готові лише 18.06. Проаналізуйте ситуацію.

### *Розв'язання ситуації:*

Згідно з п. 5 ст. 10 Закону України «Про захист прав споживачів», якщо виконавець прострочує виконання роботи згідно з договором, він за кожен день прострочення сплачує споживачеві пеню у розмірі 3 % вартості роботи (в даному випадку – 0,6 грн). Але оскільки договір про виконання роботи носить усний характер, споживачеві буде важко довести свою правоту.

4. Працівники СТО провели пофарбування легкового автомобіля й визначили гарантійний термін 1 рік. Але через 2 місяці фарба почала місцями злущуватися. На вимогу споживача виправити недоліки роботи йому відповіли, що це через низьку якість фарби, яка була придбана споживачем. Проведена експертиза, за рахунок споживача, встановила, що даний дефект виник в результаті порушення технологічного процесу фарбування, а саме – недбале проведення операції знежирення. Проаналізуйте ситуацію.

### *Розв'язання ситуації:*

Згідно з п. 4 ст. 10 Закону України «Про захист прав споживачів», якщо істотні відступи від умов договору або інші істотні недоліки було виявлено в роботі (послузі), виконаній з матеріалу



споживача, споживач має право вимагати за своїм вибором або виконання її з такого ж матеріалу виконавця, або розірвання договору і відшкодування збитків, в тому числі і вартість експертизи.

5. Споживачка Мірошник Я. М. замовила в ательє «Марія» пошиття блузи зі свого матеріалу, вартість послуги – 40 грн, термін пошиття – 2 тижні. Але коли вона прийшла забрати виріб, блуза виявилася малою. Проаналізуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно з п. 4 ст. 10 Закону України «Про захист прав споживачів», якщо істотні відступи від умов договору або інші істотні недоліки було виявлено в роботі (послугі), виконаній з матеріалу споживача, споживач має право вимагати за своїм вибором або виконання її з такого ж матеріалу виконавця, або розірвання договору і відшкодування збитків.

6. Бригада робітників будівельного агентства «Миг» поклеїли шпалери в будинку споживача Яценка О. П. Після виконаної роботи споживача попередили про недопущення протягів в даній кімнаті протягом доби. Але десятирічний син споживача, не знаючи цього, відчинив вікно, в результат чого робота була зіпсована. Проаналізуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно з п. 6 ст. 10 Закону України «Про захист прав споживачів», виконавець не несе відповідальності за недоліки у виконаних роботах або наданих послугах, якщо доведе, що вони виникли з вини самого споживача.

7. Споживач Ярема О.П. придбав путівку в туристичній фірмі «Сам» на відпочинок в Єгипті. Але коли споживач прибув до готелю, виявив, що в його номері відсутній кондиціонер, хоча це передбачено умовами договору. На вимогу споживача надати іншу кімнату, йому відмовили, мотивуючи це тим, що в готелі немає вільних місць. Проаналізуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно з п. 3 ст. 10 Закону України «Про захист прав споживачів» у разі виявлення недоліків у виконаній роботі (наданій послугі) споживач має право за своїм вибором вимагати: безоплатного усунення недоліків у виконаній роботі (наданій послугі); відповідного

зменшення ціни виконаної роботи (наданої послуги); відшкодування завданих йому збитків з усуненням недоліків виконаної роботи (наданої послуги) своїми силами чи із залученням третьої особи.

8. Будівельна бригада фірми «УЮТ» на замовлення споживача виконала пофарбування кімнати з попереднім підготуванням стін. Матеріали для виконання роботи підбирали працівники фірми. Під час прийому роботи споживач (17.03.2005) недоліків не виявив. 19.07.2005 на стіні місцями з'явилися помітні тріщини, а в деяких місцях почали відпадати шматки шпатлівки з фарбою. На вимогу споживача виконати роботу належним чином чи відшкодувати збитки, йому відмовили, мотивуючи це тим, що фірма гарантійного терміну не надавала. Проаналізуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно з п. 3 ст. 10 Закону України «Про захист прав споживачів» у разі неможливості виявлення недоліків під час приймання виконаної роботи (наданої послуги) зазначені вимоги підлягають задоволенню протягом гарантійного чи іншого терміну, встановленого договором, чи протягом шести місяців з дня прийняття виконаної роботи (наданої послуги) у разі відсутності гарантійного чи іншого терміну, встановленого договором.

9. Споживачка Антоненко Н. А. замовила в фотоательє фотокартки на документи о дев'ятій годині ранку, заплативши авансом за виконання роботи (8грн), про що отримала касовий чек. За домовленістю сторін робота мала бути виконана через годину. Але коли споживачка прийшла за замовленням, майстер повідомив, що зламалася апаратура й фотокартки споживачка може отримати не раніше 18 год. Проаналізуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно з п. 5 ст. 10 Закону України «Про захист прав споживачів», якщо виконавець не виконує, прострочує виконання роботи(надання послуги) згідно з договором, він за кожну годину (так як в даному випадку тривалість виконання визначена у годинах) прострочення сплачує споживачеві пеню у розмірі трьох відсотків вартості роботи (послуги). Споживачці повинні повернути 1,92 грн.

10. Споживачка Жукова Л. Д. зробила манікюр в салоні «Марго» (вартість послуги – 15 грн). В результаті використання майстром

нестерилізованих інструментів була занесена інфекція, на лікування якої споживачка витратила 150 грн, про що має медичну довідку. Проаналізуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно з п. 10 ст. 10 Закону України «Про захист прав споживачів» виконавець несе відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю або майну споживача, що виникла у зв'язку з використанням речей, матеріалів, обладнання, приладів, інструментів, пристосувань чи інших засобів, необхідних для виконання ним робіт або надання послуг, незалежно від знання виконавцем їх властивостей. Споживачка має право на відшкодування завданих збитків.

## ТЕСТИ

*1. Який термін передбачено законодавством для пред'явлення вимог про наявність недоліків, які неможливо було виявити під час приймання роботи, якщо гарантійний та інший термін в договорі не зазначений:*

- 1) протягом року;
- 2) протягом 6-ти місяців;
- 3) протягом 2 років.

*2. За яке порушення умов договору передбачена пеня:*

- 1) за неналежне виконання роботи чи надання послуги;
- 2) за підвищення ціни, встановленої в договорі;
- 3) за порушення термінів виконання роботи чи надання послуги.

*3. Який розмір пені передбачено в разі порушення терміну виконання роботи чи надання послуги:*

- 1) 3% від загальної вартості роботи за кожен день прострочення;
- 2) 6% від загальної вартості роботи за кожен день прострочення;
- 3) 1% від загальної вартості роботи за кожен день прострочення;

*4. При виконанні роботи чи наданні послуги видача споживачу розрахункового документа:*

- 1) обов'язкова;
- 2) лише за вимогою споживача;
- 3) видача такого документа не передбачена.

*5. В якому випадку виконавець не несе відповідальності за недоліки у виконаній роботі:*

- 1) якщо вони виникли з вини споживача;
- 2) якщо вони виникли внаслідок дії непереборної сили;

3) якщо рівень його наукових і технічних знань не дав змоги виявити особливості речі прийнятої у споживача для виконання роботи чи надання послуги.

*6. Протягом якого терміну передбачено відшкодування збитків виконавцем, що виникли в зв'язку з втратою, псуванням чи пошкодженням речі, прийнятої ним у споживача для виконання роботи чи надання послуг:*

- 1) протягом місяця;
- 2) протягом 3-х місяців;
- 3) протягом 6-ти місяців.

*7. Протягом якого терміну споживач має право пред'явити вимоги виконавцю в разі наявності істотних відступів від умов договору, якщо такі терміни не вказані в договорі:*

- 1) протягом 10 років;
- 2) протягом 3-х років;
- 3) протягом року;

## **ТЕМА 5. ПРАВА СПОЖИВАЧІВ НА ОБМІН ТОВАРІВ НАЛЕЖНОЇ ЯКОСТІ, НЕДІЙСНІСТЬ УМОВ ДОГОВОРІВ, ЩО ОБМЕЖУЮТЬ ПРАВА СПОЖИВАЧІВ**

### **5.1. Права споживачів на належну якість товарів (робіт послуг)**

#### **5.1.1. Основний зміст статті 6 Закону України „Про захист прав споживачів”**

Споживач має право вимагати від продавця (виготівника, виконавця), щоб якість придбаного ним товару (виконаної роботи, наданої послуги) відповідала вимогам нормативно – правових актів, умовам договорів, а також інформації про товар (роботу, послугу), яку надає продавець (виготівник, виконавець).

Вимоги до товару (роботи, послуги) щодо його безпеки для життя, здоров'я і майна споживачів, а також навколишнього природного середовища встановлюються нормативними документами.

Щодо окремих груп товарів (робіт, послуг) вказані вимоги встановлюються законодавчими актами України.

Реалізація інтересів споживачів у встановленні вимог до якості товарів (робіт, послуг) забезпечується правом участі об'єднань споживачів у розробці нормативних документів згідно з чинним законодавством.

Продавець (виготівник, виконавець) зобов'язаний передати споживачеві товар (роботу, послугу), який за якістю відповідає вимогам нормативних документів, умовам договору, а також інформації про товар (роботу, послугу), що надається продавцем (виготівником, виконавцем).

На товари, що завозяться на територію України, повинен бути передбачений чинним законодавством документ, який підтверджує їх належну якість.

Виготівник (виконавець) зобов'язаний забезпечити можливість використання товару (результатів виконаної роботи) за призначенням протягом терміну його служби, передбаченого нормативним документом або встановленого ним за домовленістю із споживачем, а в разі відсутності таких термінів – протягом 10 років.

Виготівник зобов'язаний забезпечити технічне обслуговування та гарантійний ремонт товару, а також випуск і поставку для підприємств, що здійснюють технічне обслуговування та ремонт, в необхідних обсягах і асортименті запасних частин протягом усього терміну його виробництва, а після зняття з виробництва – протягом терміну служби, в разі відсутності такого терміну – протягом десяти років.

### 5.1.2. Основний зміст статті 7 Закону України „Про захист прав споживачів”

Виготівник (виконавець) забезпечує нормальну роботу (застосування, використання) товару (роботи, послуги), в тому числі комплектуючих виробів, протягом гарантійного терміну, встановленого законодавством або нормативними документами, а в разі їх відсутності – договором.

Гарантійні терміни на комплектуючі вироби повинні бути не меншими, ніж гарантійний термін на основний виріб, якщо інше не передбачено законодавством чи договором.

Гарантійний термін має зазначатися в паспорті на товар (роботу, послугу) або на його етикетці чи в будь-якому іншому документі, що додається до товару (роботи, послуги).

Для лікарських засобів, харчових продуктів, виробів побутової хімії, парфюмерно-косметичних та інших товарів, споживчі властивості яких можуть з часом погіршуватися і становити небезпеку для життя, здоров'я, майна і навколишнього природного середовища, встановлюється термін придатності, який зазначається на етикетках, упаковці або в інших документах, що додаються до них при продажу, і який вважається гарантійним терміном. Термін придатності обчислюється від дати виготовлення, яка також має бути вказана на етикетці або в інших документах, і визначається або часом, протягом якого товар є придатним для використання, або датою, до настання якої товар є придатним для використання.

**Продаж** товарів, на яких термін придатності **не зазначений** або зазначений з порушенням вимог нормативних документів, а також товарів, **термін придатності яких минув, забороняється.**

На сезонні товари (одяг, хутряні вироби та інші) гарантійний термін обчислюється з початку відповідного сезону, що встановлюється Кабінетом Міністрів України.

При продажу товарів **за зразками, поштою**, а також у випадках, коли **час укладення** договору купівлі-продажу і **час передачі** товару споживачеві **не збігаються**, гарантійні терміни обчислюються від дня доставки товару споживачеві, а якщо товар потребує спеціальної установки (підключення) чи складання – **від дня їх здійснення**. Якщо день доставки, установки (підключення) чи складання товару, а також передачі нерухомого майна встановити неможливо або якщо майно перебувало у споживача до укладення договору купівлі-продажу – **від дня укладення договору** купівлі – продажу.

Стосовно товарів (робіт, послуг), на які гарантійні **терміни не встановлено**, споживач має право пред'явити продавцю (виготівнику, виконавцю) відповідні вимоги, якщо недоліки були виявлені протягом **шести місяців**, а стосовно **нерухомого майна** – не пізніше **трьох років** від дня передачі їх споживачеві.

При виконанні гарантійних ремонтів гарантійний термін **збільшується на час** перебування товару (роботи, послуги) **в ремонті**.

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

При **обміні товару** його гарантійний термін обчислюється **заново від дня обміну**.

До переліку сезонних товарів, гарантійні терміни за якими обчислюються з початку відповідного сезону, відносяться одяг, хутряні вироби, взуття тощо.

**Гарантійні терміни** одягу, хутряних виробів **весняно – літнього** сезону обчислюються з **1 квітня**, **осінньо – зимового** асортименту з **1 жовтня**.

Гарантійні терміни **взуття зимового асортименту** обчислюються з **15 листопада по 15 березня**, **весняно – осіннього асортименту** з **15 березня по 15 травня**, **літнього асортименту** з **15 травня по 15 вересня**.

### **5.1.3. Права споживачів на обмін товарів належної якості**

Споживач має право обміняти непродовольчий товар належної якості на аналогічний у продавця, у якого він був придбаний, якщо товар не підійшов 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**, не рахуючи дня купівлі.

Обмін товару належної якості провадиться, якщо він не споживався і якщо збережено його товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, а також товарний чи касовий чек або інші документи, видані споживачеві разом з проданим товаром.

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

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 одержати

назад гроші у розмірі вартості повернутого товару, або здійснити обмін товару на аналогічний при першому ж надходженні відповідного товару в продаж. Продавець зобов'язаний у день надходження товару в продаж повідомити про це споживача, який вимагає обміну товару.

На будь-якому підприємстві торгівлі побутовою технікою повинен бути створений **обмінний фонд**. Він утворюється з таких товарів:

- Телевізори;
- Мікрохвильові печі;
- Магнітоли;
- Кухонні комбайни;
- Магнітофони;
- В'язальні машини;
- Радіоприймачі;
- Пілососи;
- Холодильники;
- Електропраски;
- Електроміксери;
- Морозильники;
- Пральні машини;
- Електросоковидавлювачки.

#### **5.1.4 Перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню)**

До товарів належної якості, які **взагалі не підлягають обміну (поверненню)** відносяться такі:

- Продовольчі товари;
- Лікарські препарати та засоби;
- Предмети санітарної гігієни;
- Світлочутливі товари;
- Корсетні товари;
- Парфюмерно – косметичні вироби;
- Пір'яно – пухові вироби;
- Дитячі іграшки м'які, гумові надувні;
- Зубні щітки;
- Мундштуки;
- Апарати і помазки для гоління;



- Розчіски, гребінці та щітки масажні;
- Скрипічні підборіддя;
- Рукавички;
- Ювелірні вироби з дорогоцінних металів;
- Вироби з бурштину;
- Тканини;
- Тюлегардинні і мережевні полотна;
- Килимові вироби метражні;
- Білизна натільна;
- Білизна постільна;
- Панчішно – шкарпеткові вироби;
- Товари в аерозольній упаковці;
- Друковані видання;
- Лінійний та листковий металопрокат, трубна продукція;
- Пиломатеріали;
- Пагонажні вироби;
- Плитні вироби (ДСП, ДВП, фанера);
- Скло нарізане або розкроєне під розділ;
- Некондиційні товари.

Кожен споживач має право купувати якісний товар (роботу, послугу). Це повинно регламентуватися вимогами нормативно – правових актів, умовами договорів, а також інформацією про товар, яку надає продавець (виготівник, виконавець).

Існують окремі групи товарів, вимоги до яких встановлюються законодавчими актами України.

Товар, який споживач купує у продавця (виготівника, виконавця) повинен бути якісним і відповідати вимогам нормативно-правових актів, а також іншим документам та інформації, що надається споживачеві в момент придбання товару.

Також, обов’язково у документах на товар повинні бути вказані гарантійні терміни та зобов’язання продавця (виготівника, виконавця), або якщо таких немає, споживач має право пред’явити продавцю (виготівнику, виконавцю) відповідні вимоги, якщо недоліки були виявлені протягом шести місяців, а стосовно нерухомого майна – не пізніше трьох років від дня передачі їх споживачеві.

### 5.1.5. Як бути, якщо продавець чи виробник не виконує гарантійних зобов'язань

Споживачі стикаються з покупками найрізноманітніших товарів практично щодня. І непоодинокі ситуації, коли куплений товар лавмався або частково втрачав свої початкові властивості. Особливо це прикро, якщо річ вкрай необхідна саме зараз або просто дорога як пам'ять. Споживач у такому випадку відразу несе її до магазину, де вона була куплена, або до пункту гарантійного обслуговування, щоб усунути поломку чи несправність. Звичайно, якщо своїм улюбленим ноутбуком споживач забив цвях у бетонну стіну, то полагодити його в межах гарантійного обслуговування йому на цілком законних підставах відмовлять. Однак якщо у споживача місяць простояв на столі і одного разу просто не ввімкнувся, виконати свої гарантійні зобов'язання продавець (виробник) мусить. Як бути, якщо останні не задовільняють вимоги споживача? Розглянемо вирішення цієї ситуації.

Відмову продавця (виробника) виконати гарантійні зобов'язання необхідно зафіксувати письмово. У протилежному випадку, споживачу не вдасться довести сам факт звернення з вимогою про гарантійний ремонт, а відповідно – факт порушення його права. Відмову можна оформити декількома способами:

- Наприклад, надіслати лист з повідомленням про вручення і чекати результатів. Це малоефективно – цілком можливо, що споживачу ніхто не захоче відповідати.
- Скласти документ (назвемо його актом) із зазначенням часу, дати і причини звернення, конкретної причини відмови у виконанні гарантійних зобов'язань, посади та прізвища, імені, по батькові особи, яка відмовила в цьому. Поставити на ньому підписи – свій і представника продавця (виробника). Якщо останні з будь-яких причин не захочуть підписатися, доцільно попросити двох сторонніх людей засвідчити відмову і записати їхні прізвища, імена, по батькові, місце проживання, телефон, дату народження, серію і номер паспорта, дані про те, коли і ким він виданий.

Відтепер споживач має повноцінний юридичний доказ. Крім того, будь-який орган (організація) перед тим як вжити заходів для захисту прав споживача, безперечно, захоче переконатися, чи придбав споживач певний товар у цього продавця (що може підтвердити договір, квитанція, товарний або касовий чек, гарантійний талон та інші документи). Тому обов'язково треба подбати про їх наявність.

Споживачу необхідно вибрати, куди звернутися з заявою.

Так, ст. 5 Закону України "Про захист прав споживачів" від 12.05.91 р. № 1023-ХІІ говорить про те, що захист прав споживачів у нашій країні покликані здійснювати:

1. Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики (Держспоживстандарт) і його територіальні відділення.

2. Рада Міністрів Автономної Республіки Крим (АРК) і місцеві держадміністрації.

3. Органи та установи санітарно-епідеміологічного нагляду.

4. Органи місцевого самоврядування.

5. Суди.

6. Інші органи виконавчої влади.

Загалом, вибір органів і установ досить широкий. Оптимальною інстанцією для звернення будуть саме місцеві управління у справах захисту прав споживачів (*далі – управління*). Діють вони на підставі Положення про Головне управління у справах захисту прав споживачів в Автономній Республіці Крим, головні обласні; обласні, Севастопольське міське управління у справах захисту прав споживачів і Департамент у справах захисту прав споживачів у місті Києві, затвердженого наказом Держспоживстандарту від 09.10.03 р. № 169 (*далі – Положення*).

Звернувшись до п. 6 Положення, можна побачити, що **управління мають право:** видавати суб'єкту підприємницької діяльності (СПД) приписи (вони обов'язкові для виконання) про припинення порушень прав споживачів, інформувати органи Держспоживстандарту про порушення для перевірки та вжиття необхідних заходів. Службовці управлінь також вправі без перешкод входити до виробничих, складських, торговельних та інших приміщень СПД для перевірки якості товарів (робіт, послуг), вимагати і безкоштовно отримувати від СПД пояснення про порушення тощо. Результатом такої перевірки може бути навіть рішення про припинення виконання робіт, надання послуг, продажу товарів, якщо вони не відповідають законодавству, технічним регламентам – до самого моменту усунення недоліків.

Як бачимо, перелік прав управлінь із захисту споживачів, а отже, і можливостей досить великий. Тому щоб покарати продавця (виробника), який незаконно відмовив споживачу у гарантійному обслуговуванні, достатньо написати до управління скаргу, додати до неї копію акта про відмову в гарантійному обслуговуванні та копії документів на купівлю товару. Недбалі будуть покарані.

### Ситуаційні завдання

1. Громадянин Петренко П. П. в магазині побутової техніки купив холодильник іноземного виробництва. Документи на купівлю оформляв продавець, але без участі покупця, який після оформлення їх не перевірів. Через 5 місяців холодильник зламався. Петренко П. П. звернувся до магазину з вимогою відремонтувати куплений товар та пред'явив документи на нього. Йому відмовили, аргументуючи тим, що гарантійні терміни не зазначені і тому це не входить до їх обов'язків. Зробіть висновки.

#### *Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 7 п. 5 “Стосовно товарів (робіт, послуг), на які гарантійні терміни не встановлено, споживач має право пред'явити продавцю (виготівнику, виконавцю) відповідні вимоги, якщо недоліки були виявлені протягом 2 років”, отже, робимо висновок, що продавці повинні здійснити гарантійний ремонт.

2. Громадянка Іванова І. І. у ювелірному магазині придбала собі золоту каблучку з діамантом, але через 3 дні вирішила обміняти дану каблучку на іншу, більшого розміру. Їй відмовили. Зробіть висновки.

#### *Розв'язання ситуації:*

Існує перелік товарів належної якості, які не підлягають поверненню, до них відносяться ювелірні вироби з дорогоцінного металу. Продавець має повне право відмовити покупцю.

3. Громадянка Сидорова Т.Л. у косметичному відділі магазину “Галантерея” придбала крем для обличчя без зазначення дати виробництва на упаковці. Через тиждень застосування цього крему на обличчі Сидорової з'явилося подразнення. Вона прийшла в магазин “Галантерея”, щоб повернути товар Але товар не було прийнято. Зробіть висновки.

#### *Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 7 п. 3 “ Для продукції, споживчі властивості якої можуть з часом погіршуватися і становити небезпеку для життя, здоров'я, майна споживачів і навколишнього природного середовища, встановлюється строк придатності, який зазначається на етикетках, упаковці або в інших документах, що додаються до неї при продажу, і який вважається гарантійним строком.”. Так як цього не було, продавець повинен повернути гроші за товар та відшкодувати збитки.

4. Громадянин Петров В. В. придбав машину в кредит і виплатив повну суму за неї за 5 років. А через рік після цього вона зламалася. Він звернувся до автосалону з вимогою ремонту автомобіля, але йому відмовили, пояснивши це тим, що цю модель давно зняли з виробництва і запасних частин до неї немає. Зробіть висновки.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно ст. 6 п. 5 “Виготівник зобов’язаний забезпечити можливість використання товару за призначенням протягом терміну його служби, або в разі відсутності таких термінів – протягом 2 років”. Тобто продавці повинні задовольнити вимоги споживача, внаслідок цього вони можуть звернутися до виготівника і вимагати у нього запасні частини до автомобіля, або повного ремонт даного автомобіля.

5. Громадянка Сидорова придбала радіоприймач, гарантійний термін якого 2 роки. Протягом цього терміну він ламався 5 разів і щоразу раз громадянка Сидорова здавала його на ремонт, термін якого в цілому склав 4 місяці. Через 2 роки і 1 місяць радіоприймач знов зламався, але вже його відмовилися прийняти на ремонт. Зробіть висновки.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 7 п. 6 “При виконанні гарантійних ремонтів гарантійний термін збільшується на час перебування товару в ремонті”, тобто гарантійний термін повинен скласти в цілому 2 роки і 4 місяці, тому продавці повинні виконати свої гарантійні зобов’язання і відремонтувати товар.

6. Громадянка Сидорова в магазині “Продукти” купила шоколад, але не звернула уваги на термін придатності. Прийшовши додому і розгорнувши шоколад, вона побачила, що він вкритий білими плямами, а термін придатності минув. Вона звернулася до магазину з вимогою повернути гроші. Зробіть висновки.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 7 п. 3 “Продаж товарів, термін придатності яких минув, забороняється”, тобто продавець повинен повернути гроші покупцеві і усунути весь товар з вітрини.

7. Громадянка Петрова в магазині побутової техніки купила телевізор, гарантійний термін якого 2 роки. Через півроку використання телевізор загорівся і завдав шкоди майну споживача. Обґрунтуйте подальші дії споживача.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 6 п. 3 “Вимоги до товарів щодо його безпеки для життя, здоров'я, майна споживача, а також навколишнього природного середовища встановлюються нормативно – технічною документацією”, тобто продавець за вимогою споживача повинен повернути гроші за товар, якщо ціну було змінено, то з перерахунком вартості, а ще відшкодувати матеріальні збитки споживача.

8. Громадянин Іванов замовив поштою мобільний телефон 1 січня 2005 року. Доставили йому товар 1 квітня 2005 року. Гарантійний термін телефона 1 рік. Через 13 місяців з дня замовлення телефон зламався. Громадянин Іванов звернувся до постачальника з вимогою відремонтувати товар. Йому відмовили, пояснивши, що гарантійний термін закінчився. Обґрунтуйте права споживача.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 7 п. 4 “При продажу товарів поштою, а також у випадках, коли час укладення договору купівлі-продажу і час передачі товару покупцеві не збігається, гарантійні терміни обчислюються від дня доставки товару споживачеві”, тобто від 1 квітня 2005 року і до 1 квітня 2006 року. На момент поломки гарантійний термін ще не минув і продавець повинен відремонтувати товар.

9. Громадянин Петров купив газову плиту з гарантійним терміном 1 рік. Плита пропрацювала півроку і зламалася. Споживач прийшов до магазину і вимагав замінити цю плиту на іншу. Зробіть висновки.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 6 п. 1 “Продавець зобов'язаний передати споживачу продукцію належної якості та згідно зі ст. 7 п. 7 “При обміні товару його гарантійний термін обчислюється заново від дня обміну”, тобто за вимогою споживача продавець повинен замінити цю плиту на аналогічну (якісну) та вважати її гарантійний термін від дня обміну.

## ТЕСТИ

1. При обміні товару на інший його гарантійні терміни обчислюються з:

- 1) дня продажу;
- 2) дня обміну;
- 3) дня поломки товару, який обмінюють.

2. Стосовно нерухомого майна, гарантійні терміни на яке не встановлено, споживач має право пред'являти відповідні вимоги впродовж:

- 1) 1 року;
- 2) 2 років;
- 3) 3 років.

3. Товари, на які термін придатності минув, продавати:

- 1) заборонено;
- 2) можливо з дозволу виготівника;
- 3) можливо, якщо він не шкідливий для здоров'я.

4. Якщо товар був на гарантійному ремонті, то:

- 1) до гарантійних термінів додається ще 2 місяці;
- 2) до гарантійних термінів додається той час, скільки товар був у ремонті;
- 3) гарантійний термін на подовжується.

5. На сезонні товари гарантійні терміни встановлює:

- 1) продавець;
- 2) покупець;
- 3) кабінет Міністрів України.

6. На який термін виготівник зобов'язаний забезпечити можливість використання товару за призначенням, якщо цього не обумовлено в договорі:

- 1) на 5 років;
- 2) на 10 років;
- 3) на 15 років.

7. Протягом якого терміну виготівник забезпечує нормальну роботу товару, в тому числі його комплектуючих виробів:

- 1) протягом гарантійного терміну;
- 2) протягом періоду використання товару;
- 3) протягом терміну, який обумовлений в договорі;
- 4) протягом терміну, який зазначений в НТД.

## **ТЕМА 6. ПРАВА СПОЖИВАЧІВ: НА ІНФОРМАЦІЮ ПРО ТОВАРИ (РОБОТИ, ПОСЛУГИ) У СФЕРІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ТА ІНШИХ ВИДІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ**

### **6.1. Права споживачів на інформацію про продукцію**

#### **6.1.1. Основний зміст статті 15 Закону України „Про захист прав споживачів”**

1. Споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Інформація повинна бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги). Інформація про продукцію не вважається рекламою.

Інформація про продукцію повинна містити:

1) назву товару, найменування або відтворення знака для товарів і послуг, за якими вони реалізуються;

2) найменування нормативних документів, вимогам яких повинна відповідати вітчизняна продукція;

3) дані про основні властивості продукції, а щодо продуктів харчування – про склад (включаючи перелік використаної у процесі їх виготовлення сировини, в тому числі харчових добавок), номінальну кількість (масу, об'єм тощо), харчову та енергетичну цінність, умови використання та застереження щодо вживання їх окремими категоріями споживачів, а також іншу інформацію, що поширюється на конкретний продукт;

4) відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин, які встановлені нормативно-правовими актами, та застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження встановлені нормативно-правовими актами;

5) позначку про наявність у її складі генетично модифікованих компонентів;

6) дані про ціну (тариф), умови та правила придбання продукції;

7) дату виготовлення;

8) відомості про умови зберігання;

9) гарантійні зобов'язання виробника (виконавця);

10) правила та умови ефективного і безпечного використання продукції;

11) строк придатності (строк служби) товару (наслідків, роботи), відомості про необхідні дії споживача після їх закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;



12) найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

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.

Стосовно продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації, споживачеві повинна надаватись інформація про її сертифікацію. Стосовно продукції, яка за певних умов може бути небезпечною для життя, здоров'я споживача та його майна, навколишнього природного середовища, виробник (виконавець, продавець) зобов'язаний довести до відома споживача інформацію про таку продукцію і можливі наслідки її споживання (використання). Інформація споживачеві повинна надаватись згідно із законодавством про мови.

2. Інформація, передбачена частиною першою цієї статті, доводиться до відома споживачів виробником (виконавцем, продавцем) у супровідній документації, що додається до продукції, на етикетці, а також у маркуванні чи іншим способом (у доступній наочній формі), прийнятим для окремих видів продукції або в окремих сферах обслуговування.

Інформація про продукцію може бути розміщена у місцях, де вона реалізується, а також за згодою споживача доводиться до нього за допомогою засобів дистанційного зв'язку.

Продукти харчування, упаковані або розфасовані в Україні, повинні супроводжуватись інформацією про їх походження.

3. Продавець (виконавець), який реалізує продукцію, повинен обов'язково зазначати ціну кожної одиниці такої продукції або однієї категорії продукції та ціну однієї стандартної одиниці цієї продукції.

Написи щодо ціни реалізації продукції мають бути чіткими і простими для розуміння.

Ціна продукції повинна включати в себе всі податки та неподаткові обов'язкові платежі, які відповідно до законодавства сплачуються споживачем під час придбання відповідної продукції.

На аукціонних торгах споживачам повинна повідомлятися стартова ціна продажу відповідного товару.

Ціна товару зазначається за одну упаковку такого товару, а якщо товар поставляється без упаковки – за одиницю вимірювання, яка звичайно застосовується до такого товару.

У разі коли за одну ціну пропонується кілька товарів, робіт або послуг чи їх поєднання або якщо продавець (виконавець) надає споживачеві при реалізації однієї продукції право одержати іншу продукцію за зниженою ціною, до споживача доводиться інформація щодо:

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

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

4. Вживання понять "знижка" або "зменшена ціна" або будь-яких інших, аналогічних за значенням, дозволяється лише з додержанням таких умов:

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

2) якщо такого роду знижка або зменшення ціни застосовується протягом визначеного та обмеженого періоду часу;

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

5. Вживання поняття "розпродаж" або будь-яких інших, аналогічних йому, дозволяється лише з додержанням таких умов:

1) якщо здійснюється розпродаж усіх товарів у межах певного місця або чітко визначеної групи товарів;

2) якщо тривалість розпродажу обмежено в часі;

3) якщо ціни товарів, що підлягають розпродажу, є меншими від їх звичайної ціни.

6. Після публічного повідомлення про початок про ведення розпродажу, застосування знижок або зменшення ціни до споживачів повинна доводитися інформація про ціну продукції, що була встановлена до початку проведення відповідного розпродажу, застосування знижок або зменшення ціни, а також ціну цієї ж продукції, встановлену після їх початку.

7. У разі коли надання недоступної, недостовірної, неповної або несвоечасної інформації про продукцію та про виробника(виконавця, продавця)спричинило:

1) придбання продукції, яка не має потрібних споживачеві властивостей, – споживач має право розірвати договір і вимагати відшкодування завданих йому збитків;

2) неможливість використання придбаної продукції за призначенням – споживач має право вимагати надання у прийнятно короткий, але не більше місяця, строк належної інформації. Якщо інформацію в обумовлений строк не буде надано, споживач має право розірвати договір і вимагати відшкодування збитків;

3) заподіяння шкоди життю, здоров'ю або майну споживача – споживач має право пред'явити продавцю (виробнику, виконавцю) вимоги, передбачені статтею 16 цього Закону, а також вимагати відшкодування збитків, завданих природним об'єктам, що перебувають у його володінні на праві власності або на інших підставах, передбачених законом чи договором.

8. Збитки, завдані споживачеві недобрросовісною рекламою, підлягають відшкодуванню винною особою у повному обсязі.

Продавець не звільняється від відповідальності у разі неодержання ним від виробника (імпортера) відповідної інформації про товар.

9. Під час розгляду вимог споживача про відшкодування збитків, завданих недостовірною або неповною інформацією про продукцію чи недобрросовісною рекламою, необхідно виходити з припущення, що у споживача немає спеціальних знань про властивості та характеристики продукції, яку він придбаває.

### **Ситуаційні завдання**

1. Громадянин Іванченко С. К. прийшов до магазину «Продовольчий кошик» з наміром придбати добрий зелений чай. Він попросив продавця показати різні сорти зеленого чаю, щоб прочитати на упаковці інформацію про склад та виготівника. На його прохання продавець відмовилась. Визначте права споживача.

#### *Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 15 п. 1 Споживач має право на одержання необхідної, доступної та достовірної інформації про товари (роботи, послуги), що забезпечує можливість їх компетентного вибору

2. Анищенко Ю.В. придбала в магазині «Оріон» імпортний телевізор. На товар був виданий товарний чек. Але вдома вона з'ясувала, що інформація щодо його експлуатації англійською мовою. Визначте права громадянки Анищенко Ю.В.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 15 п. 1 Споживачу повинні надати інформацію про товар доступною для нього мовою.

3. Громадянином Петренко Б.П. в магазині «Світ шпалер» були придбані 6 роликів вінілових шпалер, щоб змінити інтер'єр в спальній кімнаті. Через тиждень після зміни інтер'єру в нього при перебудованні в кімнаті боліла голова. Потім він з'ясував, що в склад шпалер входить шкідлива речовина – полівінілхлорид, яка викликала головний біль. Визначте права громадянина Петренко Б.П.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 15 п. 7.3, якщо надання недостовірної або неповної інформації про товар (роботу, послугу), а також про виготівника (виконавця, продавця) спричинило заподіяння шкоди життю, здоров'ю або майну споживача, він має право пред'явити продавцю (виготівнику, виконавцю) вимоги, передбачені статтею 15 цього Закону, а також вимагати відшкодування збитків

4.Громадянин Мілейко А.А. придбав в магазині «Фарби» фарбу, на якій не було вказано умови зберігання даної фарби. Він поставив її на вікні, в результаті чого фарба почала виділяти отруйний запах. Внаслідок цього було завдано шкоди громадянину Мілейку А.А. На товар він мав товарний чек. Проаналізуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 15 п. 7.3 у разі коли надання недоступної, недостовірної, неповної або несвоечасної інформації про продукцію та про виробника(виконавця, продавця)спричинило заподіяння шкоди життю, здоров'ю або майну споживача, споживач має право пред'явити продавцю (виробнику, виконавцю) вимоги, передбачені статтею 16 цього Закону, а також вимагати відшкодування збитків, завданих природним об'єктам, що перебувають у його володінні на праві власності або на інших підставах, передбачених законом чи договором.

5.Громадянка Ященко Н.Г. придбала в магазині «Світ посуду» сковорідку для випікання млинців. На товар вона мала товарний чек. Але при використанні за призначенням млинці постійно прилипали до сковорідки. Визначте права громадянки Ященко Н.Г.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 15 п. 7.2 у разі коли надання недоступної, недостовірної, неповної або несвоєчасної інформації про продукцію та про виробника (виконавця, продавця) спричинило:

1) придбання продукції, яка не має потрібних споживачеві властивостей, – споживач має право розірвати договір і вимагати відшкодування завданих йому збитків;

2) неможливість використання придбаної продукції за призначенням – споживач має право вимагати надання у прийнятно короткий, але не більше місяця, строк належної інформації. Якщо інформацію в обумовлений строк не буде надано, споживач має право розірвати договір і вимагати відшкодування збитків;

6.Громадянка Кир'ян А.В. в результаті побаченої реклами про йогурті по телевізору, що покращують стан здоров'я впродовж вживання 14 днів, вирішила спробувати. Ця спроба спричиняла постійний розлад шлунку. Визначте права громадянки Кир'ян А.В.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 18 п. 5 збитки, завдані споживачеві товарами (роботами, послугами), придбаними в результаті недобросовісної реклами, підлягають відшкодуванню винною особою у повному обсязі.

7.Громадянин Якович В.Б. придбав в магазині засіб проти комарів. Прочитавши інструкцію по експлуатації, він не знайшов протипоказань, намазав руки, шию та обличчя і пішов до лісу. Вранці наступного дня він прокинувся з незрозумілими плямами на обличчі. Звернувшись до лікаря, він з'ясував, що цей засіб не можна наносити на обличчя. Визначте права громадянина Якович В.Б.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 15 п. 1, ст. 14 п.5 споживач має право на одержання необхідної, доступної та достовірної інформації про товари, яка включає й інформацію щодо протипоказань в застосуванні. В цьому випадку споживач може вимагати: відповідного зменшення його купівельної ціни; заміни на такий же товар іншої моделі з відповідним перерахуванням купівельної ціни; розірвання договору та відшкодування збитків, яких він зазнав.

8.Громадянка Кушнір Л.П. придбала в магазині «Продтовари» молоко, на якому не було вказано виготівника цього продукту. Проаналізуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 15 п. 1 споживач має право на одержання необхідної, доступної та достовірної інформації про товари, яка включає й інформацію про термін придатності продукту.

9. Громадянка Стельмах Н.Ф. придбала засіб для виведення з тканин плям іржі. Але на цьому засобі була надана неповна інформація про його застосування. Використання засобу за призначенням стало неможливим, оскільки вона не знала як правильно його використовувати. Визначте права громадянки Стельмах Н.Ф.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 15 п.2, якщо надання неповної або недостовірної інформації про товар унеможливають використання придбаного товару (роботи, послуги) за призначенням – споживач має право надання у розумно короткий термін, але не більше місяця, термін належної інформації. Якщо інформацію в обумовлений термін не буде надано, споживач має право розірвати договір і вимагати відшкодування збитків.

## ТЕСТИ

1. Чи має право споживач на одержання необхідної, доступної та достовірної інформації про товар:

- 1) має право на одержання інформації про продовольчі товари;
- 2) має право на одержання інформації про непродовольчі товари;
- 3) має право на одержання інформації про будь-який товар;
- 4) не має права.

2. Інформація про товар доводиться до споживача за допомогою:

- 1) етикетки;
- 2) технічної документації;
- 3) маркування;
- 4) всі відповіді правильні.

3. Стосовно товарів, які підлягають обов'язковій сертифікації, споживачеві повинна надаватись інформація про:

- 1) їх сертифікацію;
- 2) органи, які сертифікували цей товар;
- 3) порядок сертифікації цього товару.

4. *Продукти харчування, упаковані або розфасовані в Україні, повинні забезпечуватись інформацією про:*
- 1) їх сертифікацію;
  - 2) місце їх походження;
  - 3) організацію, яка здійснювала упакування або розфасування;
  - 4) правильні відповіді 1, 2.
5. *Громадянин, який здійснює підприємницьку діяльність, на етикетці товару повинен надати інформацію про:*
- 1) номер документа, що засвідчує право на заняття підприємницькою діяльністю;
  - 2) найменування органу, що видав документи на право на заняття підприємницькою діяльністю;
  - 3) відомості про його сертифікацію;
  - 4) всі відповіді правильні.
6. *Збитки, завдані споживачеві товарами, придбаними в результаті недобросовісної реклами, підлягають:*
- 1) відшкодуванню винною особою + завдані збитки;
  - 2) відшкодуванню винною особою у повному обсязі;
  - 3) відшкодуванню винною особою в обсязі, встановленому судом.
7. *Якщо надання недостовірної або неповної інформації про товар чи виготівника спричинило придбання товару, який не має потрібних споживачеві властивостей, – споживач має право:*
- 1) розірвати договір;
  - 2) вимагати на заміну потрібного йому товару;
  - 3) вимагати відшкодування завданих йому збитків;
  - 4) правильні відповіді 1, 3
8. *При неможливості використання придбаного товару за призначенням споживач має право вимагати інформації у термін:*
- 1) 14 днів;
  - 2) 25 днів;
  - 3) не більше місяця.
9. *Ким відшкодовуються збитки завдані споживачеві в результаті недобросовісної реклами:*
- 1) стороною, яка заподіяла ці збитки;
  - 2) підприємством – виготівником;
  - 3) державою;
  - 4) продавцем.
10. *Хто створює умови для набуття споживачами потрібних знань з питань реалізації їх прав:*
- 1) підприємство – виготівник;
  - 2) держава;
  - 3) органи по захисту прав споживачів.

**6.2. Права споживачів у сфері торговельного  
та інших видів обслуговування**  
**6.2.1. Основний зміст статті 17 Закону України**  
**„Про захист прав споживачів”**

1. За всіма громадянами однаковою мірою визнається право на задоволення їх потреб у сфері торговельного та інших видів обслуговування. Встановлення будь-яких переваг, прямих або непрямих обмежень прав споживачів не допускається, крім випадків, передбачених законодавчими актами.

2. Споживач має право на вільний вибір товарів і послуг у зручний для нього час з урахуванням режиму роботи продавця (виконавця).

Продавець (виконавець) зобов'язаний всіляко сприяти споживачеві у вільному виборі товарів і послуг.

Забороняється примушувати споживача придбавати товари і послуги неналежної якості або непотрібного йому асортименту.

3. Продавець (виконавець) зобов'язаний надати споживачеві достовірну і доступну інформацію про найменування, належність та режим роботи свого підприємства.

4. Споживач має право на перевірку якості, безпеки, комплектності, міри, ваги та ціни товарів (робіт, послуг), що придбаваються (замовляються), демонстрацію безпечного та правильного їх використання. На вимогу споживача продавець (виконавець) у цих випадках зобов'язаний надати йому контрольно-вимірвальні прилади, документи про якість, безпеку, ціну товарів (робіт, послуг).

У разі коли під час гарантійного терміну необхідно визначити причини втрати якості товару (роботи, послуги), продавець (виконавець) зобов'язаний у триденний термін з дня одержання від споживача письмової заяви організувати проведення експертизи товару (роботи, послуги). Експертиза провадиться за рахунок продавця (виконавця). Якщо в результаті експертизи буде доведено, що недоліки виникли після передачі товару (роботи, послуги) споживачеві внаслідок порушення ним встановлених правил використання, зберігання чи транспортування, дій третіх осіб, вимоги споживача не підлягають задоволенню, а споживач зобов'язаний відшкодувати продавцю (виконавцю, підприємству, яке виконує його функції) витрати на проведення експертизи. Споживач, продавець (виконавець) мають право оскаржувати висновки експертизи у судовому порядку.

5. В разі порушення прав споживача на підприємствах сфери торговельного та інших видів обслуговування продавець (виконавець) і працівники цих підприємств несуть відповідальність, встановлену законодавством.



## **6.2.2. Інструкція “Про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання на підприємствах роздрібно́ї торгівлі та громадського харчування”**

Ця Інструкція визначає основні вимоги щодо порядку позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібно́ї торгівлі, громадського харчування та спрямована на дотримання прав споживачів щодо одержання необхідної, доступної та достовірної інформації про ціни на товари відповідно до Закону України “Про захист прав споживачів”.

Вимоги цієї Інструкції поширюються на всіх суб’єктів господарювання незалежно від форм власності, які здійснюють торговельну діяльність у сфері роздрібно́ї торгівлі та громадського харчування на території України.

Роздрібні ціни на товари народного споживання (далі – ціни) – це ціни на товари невиробничого споживання, за якими їх продають незалежно від форми розрахунків безпосередньо громадянам та іншим кінцевим споживачам для їх особистого некомерційного використання.

Роздрібні ціни на товари формуються, встановлюються і застосовуються згідно з чинним законодавством.

Працівники, відповідальні за формування, встановлення і застосування роздрібних цін, призначаються керівником суб’єкта господарювання.

Роздрібні ціни фіксуються суб’єктом господарювання у реєстрі роздрібних цін, де зазначається: назва товару, артикул, марка, тип, оптова відпускна ціна (ціна постачальника) з посиланням на документ, що її засвідчує, розмір торговельної надбавки, встановлена роздрібна ціна.

Документами, які обґрунтовують сформовані і встановлені ціни на товари, що надійшли до підприємств роздрібно́ї торгівлі та громадського харчування, є рахунки-фактури, накладні, квитанції про прийняття товарів на комісію, заборні листи, калькуляційні картки, інші супровідні документи, книги надходження товарів, акти останньої інвентаризації, описи-акти уцінки, дооцінки, оформлені в установленому порядку.

Інформування покупців про роздрібні ціни на товари здійснюється за допомогою таких засобів:

- ярликів цін (цінників) на зразках товарів або покажчиків цін в підприємствах роздрібно́ї торгівлі;

- ярликів цін (цінників), преїскурантів алкогольних напоїв, меню та преїскурантів цін на куповані товари в підприємствах громадського харчування.

Ярлик цін (цінник) призначається для надання покупцям основної інформації на окремий товар, покажчик цін і преїскурант цін на куповані товари – на ряд товарів, що є у продажу, меню – про перелік страв, кулінарних, булочних, борошняних кондитерських виробів, що пропонуються протягом дня.

Ярлики цін (цінники) та покажчики цін повинні мати такі реквізити:

для продовольчих товарів:

- для вагових товарів – назва товару, сорт, ціна за один кілограм або за сто грамів;
- для товарів чи напоїв, що продаються на розлив, – назва товару чи напою, сорт, ціна за одиницю місткості або одиницю ваги; для штучних товарів та напоїв в пляшках – назва товару чи напою, вага або місткість, сорт, ціна за штуку;
- для товарів, що розфасовані, – назва товару, сорт, ціна за один кілограм або за сто грамів, вага одиниці розфасовки, ціна за одиницю розфасовки;

для непродовольчих товарів:

- для товарів, на які ціни встановлені в залежності від сортності, – назва товару, сорт, ціна за один метр, кілограм, штуку або одиницю розфасовки;
- для товарів, на які ціни по сортах не встановлені, – назва товару, ціна за один метр, кілограм, штуку або одиницю розфасовки; для дрібних штучних товарів (парфюмерні, галантерейні та ін.) – назва товару, вага або місткість, ціна за штуку або одиницю упаковки.

На підприємствах громадського харчування в меню зазначається назва продукції, вихід і вартість однієї порції, в преїскуранті цін на алкогольні напої – назва напою, вміст пляшки, ціна за пляшку, ціна за 50 та 100 мілілітрів. В підприємствах з обслуговуванням офіціантами в бланках рахунків повинні бути передбачені графи для зазначення назв страв, кількості порцій та ціни за порцію, підсумкової суми.

Роздрібні ціни також можуть бути позначені на товарних ярликах, етикетках підприємств-виготівників, упаковці, в якій товар продається населенню, або безпосередньо на самому товарі,

якщо позначення ціни не псує його товарного вигляду та не знижує якості товару.

Підприємства, що здійснюють продаж друкованої продукції, оформляють ярлики цін (цінники) на її зразках із зазначенням ціни видання та дати позначення ціни.

При продажу періодичних друкованих видань (газети, журнали, бюлетені) ціни позначаються безпосередньо на їх зразках, що зберігаються до кінця продажу.

При реалізації лікарських препаратів і виробів медичного призначення через мережу аптечних закладів ціни позначаються безпосередньо на оригінальній упаковці виробу.

На підприємствах роздрібно́ї торгівлі та громадського харчування, у тому числі в стаціонарній дрібно́роздрібній торговельній мережі (крім зазначених в абзаці другому цього пункту), ярлики цін (цінники), прейскуранти цін на куповані товари, покажчики цін обов'язково підписуються працівником, відповідальним за формування, встановлення або застосування цін, і завіряються печаткою або штампом суб'єкта господарювання із зазначенням дати підписання. Для підприємств споживчої кооперації, крім розташованих у містах, печатка або штамп не є обов'язковими. На підприємствах роздрібно́ї торгівлі, що при розрахунках з покупцями застосовують сучасну технологію автоматизованої ідентифікації товарів за їх штриховими кодами, а значення цін товарів зберігається в пам'яті ЕККА або комп'ютера, завірення ярликів цін (цінників) підписом з датою та печаткою або штампом не обов'язкове. У відділах та секціях торговельних залів таких підприємств у доступному для покупців місці повинен бути прейскурант цін, завірений підписом працівника, відповідального за формування, встановлення або застосування цін, та печаткою із зазначенням дати підписання.

На підприємствах громадського харчування меню та прейскуранти на алкогольні напої і тютюнові вироби підписуються керівником підприємства та бухгалтером (калькулятором) і завіряються печаткою суб'єкта господарювання.

У пересувній дрібно́роздрібній торговельній мережі ярлики цін (цінники), покажчики цін обов'язково підписуються працівником, відповідальним за формування, встановлення або застосування цін, і завіряються печаткою суб'єкта господарювання або штампом із зазначенням дати (у системі споживчої кооперації при здійсненні виносної (вивізної) торгівлі допускається оформлення засобів інформування про ціни на товари без печатки чи штампа суб'єкта

господарювання при наявності дозволу-накладної, яка підписується керівником та бухгалтером суб'єкта господарювання і завіряється печаткою).

Після проведення переоцінки товарів згідно з Порядком проведення дооцінки залишків товарно-матеріальних цінностей, затвердженим Міністерством економіки України та Міністерством фінансів України 31.05.93 за N 37-20/248/07-104 та Положенням про порядок уцінки і реалізації продукції, що залежала, з групи товарів широкого вжитку і продукції виробничо-технічного призначення, затвердженим наказом Міністерства економіки України і Міністерства фінансів України від 10.09.96 N 120/190, суб'єкт господарювання повинен перемаркірувати ціни шляхом закреслення попередньої ціни і позначення нової ціни на ярликах цін (цінниках), товарних ярликах, етикетках підприємств-виготівників, упаковці та ін. кожної одиниці товару і засвідчити підписом працівника, відповідального за формування, встановлення або застосування цін.

Якщо старі ціни на товарах закреслити неможливо (наприклад, були позначені етикетпістолетом), нові ціни позначаються шляхом наклеювання їх безпосередньо на попередні.

При перемаркіруванні цін на товарах, уцінених у зв'язку з частковою втратою якості, на товарних ярликах, упаковці або ярликах цін (цінниках) ставиться літера "П".

В торговельному залі підприємства роздрібної торгівлі, громадського харчування вивішуються оголошення про нові ціни, які зберігаються до остаточного продажу цих товарів.

Оформлення засобів інформування про ціни проводиться до надходження товару до торговельного залу або об'єкта дрібнороздрібної торговельної мережі.

Працівники суб'єкта господарювання до початку роботи повинні перевірити наявність і правильність оформлення ярликів цін (цінників), покажчиків цін, меню, прейскурантів цін на куповані товари.

Всі засоби інформування про ціни на товари виготовляються друкарським або іншим способом і повинні бути оформлені чітко, естетично (чорнилом, пастою, штемпельною фарбою (штампом) та ін.) відповідно до чинного законодавства про мови.

**Забороняється позначення цін олівцем.**

Спосіб позначення роздрібних цін на конкретні товари (штамп, чорнило, паста, маркування етикетпістолетом та ін.) визначається керівником суб'єкта господарювання.

При позначенні цін етикетпістолетом чи наклеюванні стрічки з позначенням ціни підпис працівника, відповідального за формування, встановлення цін, і позначення дати не обов'язкові.

В підприємствах громадського харчування класів "люкс" і "вищий", ярлики цін (цінники), меню, прейскуранти цін на куповані товари, інші види друкованої рекламної продукції повинні бути виготовлені на високому художньому рівні.

Ярлики цін (цінники), покажчики цін на товари, прейскуранти цін на куповані товари, яких вже немає в продажу, повинні знищуватись.

В Куточку покупця підприємства роздрібною торгівлі, громадського харчування повинна бути інформація про право покупця на ознайомлення з документами, що підтверджують ціни на товари, виставлені для продажу.

За порушення цієї Інструкції несуть відповідальність безпосередньо в цьому винні працівники суб'єкта господарювання, а також їх керівники згідно з чинним законодавством.

Контроль за дотриманням цієї Інструкції здійснюється службовими особами органів виконавчої влади в межах компетенції, наданої законодавством.

### **Ситуаційні завдання**

1. Громадянка Петрова А.Т. купила в спеціалізованому магазині копчену рибу, яка була упакована в поліетиленову вакуумну упаковку. На упаковці була приклеєна етикетка, на якій вказана вага риби – 370 грм. Взявши товар до рук, громадянка засумнівалася в правдивості ваги (риба здалася їй занадто легкою), і вона попросила продавця магазину зважити рибу на вагах. Продавець відмовив їй. Чи правий був продавець в даній ситуації? Обґрунтуйте права споживача.

#### *Розв'язання ситуації:*

Згідно зі Ст.17 Закону України "Про захист прав споживачів" п.4 споживач має право на перевірку якості, безпеки, комплектності, міри, ваги та ціни товарів (робіт, послуг), що придбаваються (замовляються), демонстрацію безпечного та правильного їх використання. На вимогу споживача продавець (виконавець) у цих випадках зобов'язаний надати йому контрольно-вимірювальні прилади, документи про якість, безпеку, ціну товарів (робіт, послуг). Тому продавець був зобов'язаний зважити рибу громадянці за її проханням.

2. Купуючи в магазині "Продтовари" цілий ряд харчових продуктів: цукор (1 кг), молоко (1 пачка), хліб (1 шт), майонез (1 пачка), громадянин Малко В.А. дав купюру 10 грн. Йому повинні були дати залишок 1,99 грн. Але продавець сказав, що у нього немає здачі і на залишок дав 2 упаковки сірників покупцеві. Чи порушені в даній ситуації права споживача? Чи мав право продавець так вчиняти?

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст.17 Закону України "Про захист прав споживачів" п.2 забороняється примушувати споживача придбавати товари і послуги неналежної якості або непотрібного йому асортименту. Тому дії продавця є неправомірними і споживач мав право не погодитися забирати сірники, а вимагати повернення залишку.

3. Громадянка Синько О.Л. купила в магазині "ТОРА" 20 січня зимові чоботи. Через десять днів вона прийшла до магазину з проханням обміняти їх на нові, мотивуючи своє прохання тим, що ніби-то її чоботи виявилися неякісними (верх чобіт був дуже погнутим, підошва відклеїлася з двох боків і на одному чоботі зіпсовані кнопки). Працівників магазину здивував такий вигляд чобіт (адже пройшло лише 10 днів з моменту купівлі) і було вирішено провести експертизу взуття. В результаті експертизи було виявлено спеціалістами, що дефекти взуття виникли внаслідок порушення правил експлуатації взуття. Які дії продавця в цьому випадку? Яку відповідальність несе споживач?

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі Ст.17 Закону України "Про захист прав споживачів" п.4 якщо в результаті експертизи буде доведено, що недоліки виникли після передачі товару (роботи, послуги) споживачеві внаслідок порушення ним встановлених правил використання, зберігання чи транспортування, дій третіх осіб, вимоги споживача **не підлягають задоволенню**, а споживач зобов'язаний відшкодувати продавцю (виконавцю, підприємству, яке виконує його функції) витрати на проведення експертизи. Тому Громадянка Синько О.Л. має оплатити всі витрати, що пов'язані з експертизою взуття.

4. Купуючи в магазині крем для обличчя, громадянка Власенко А.Б. зупинила свій вибір на кремі "Люкс", який вона завжди купувала і який підходив їй за типом її шкіри. Взнявши до рук крем, вона побачила, що термін його придатності минув два дні назад, але

гроші за крем вже заплатила. Вона попросила повернути їй сплачені гроші. Але продавець відмовив їй, сказавши, що вона може лише обміняти цей крем на інший, мотивуючи своє рішення тим, що термін придатності минув зовсім недавно. Які права споживача порушені в даному випадку і яку відповідальність може понести продавець?

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі Ст.17 Закону України "Про захист прав споживачів" п.2 забороняється примушувати споживача придбавати товари і послуги неналежної якості або непотрібного йому асортименту. Тобто крем, термін придатності якого минув, є товаром неналежної якості, і продавець не має права примушувати покупця його купити, а повинен задовольнити його вимогу щодо повернення грошей. За порушення правил торговельного обслуговування та реалізації товарів, термін придатності яких минув, продавець несе відповідальність у розмірі 200% вартості залишку одержаної для реалізації партії товару (Ст.23), але не менше п'яти неоподаткованих мінімумів доходів громадян.

5. Зайшовши на обід в їдальню "Українські страви", громадянин замовив собі: борщ (1 порція), пельмені (1 порція – 13 штук), чай та дві булочки з повидлом. Коли він оплатив своє замовлення і забрав його до свого столика, то побачив, що замість 13 шт. пельменів порція містила 8 шт., а замість двох замовлених їм булочок з повидлом, йому принесли одну з повидлом, а одну з кокосовою стружкою. Громадянин пред'явив до каси претензію, але ніякої реакції працівник їдальні не проявив. Прокоментуйте, які права споживача порушено і яку відповідальність несе продавець?

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі Ст.17 Закону України "Про захист прав споживачів" п.2 споживач має право на вільний вибір товарів і послуг та забороняється примушувати споживача придбавати товари і послуги неналежної якості або непотрібного йому асортименту. Тому громадянин має право вимагати замінити булочку з маком на ту, яку він замовив (тобто з повидлом), а також відповідної кількості пельменів в порції (тобто 13 штук, як це написано в меню). Отже, в разі порушення прав споживача на підприємствах громадського харчування, продавець несе відповідальність, встановлену законодавством (Ст.17 п.5).

6. У магазині “Техніка для дому” громадянка Агієнко М.Т. купила кухонний комбайн. У магазині перевірили його працездатність при підключенні напруги (звук мотору при підключенні до мережі було чути), але не було представлено споживачеві демонстрацію роботи насадок, мотивуючи це тим, що все написано в інструкції. Вдома громадянка побачила, що інструкція була написана іноземною мовою і було не зрозумілим, які насадки треба застосовувати для певних видів продуктів. Вкажіть, які права споживача порушено і які його подальші дії.

*Розв’язання ситуації:*

У даному випадку порушені правила торговельного обслуговування (згідно зі Ст.17 Закону України "Про захист прав споживачів" п.4 споживач має право на демонстрацію безпечного та правильного використання товарів (робіт, послуг): громадянки повинні були показати роботу всіх насадок комбайна, а також порушено право споживача на необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про товар (роботу, послугу). Тому громадянка повинна звернутися до магазину з вимогою надання даних про роботу кухонного комбайна. А за відсутність необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товар (роботу, послугу) продавець несе відповідальність у розмірі 30% вартості одержаного для реалізації товару (Ст.23).

7. Споживач захотів купити набір для гоління “Арко”, в який входила пінка для бриття та дезодорант і який коштував 21 гривню. Продавець сказав, що в набір ще входить і мило “Арко” і все це буде коштувати 23 гривні. Споживач відмовився платити за мило, мотивуючи це тим, що на вітрині воно в набір не входить. Проаналізуйте ситуацію. Чи вправі продавець вимагати від споживача купувати мило?

*Розв’язання ситуації:*

Згідно зі Ст.17 Закону України "Про захист прав споживачів" п.2 забороняється примушувати споживача придбавати товари непотрібного йому асортименту. Тому дії продавця є неправомірними і споживач має право вимагати продати набір для гоління без мила.



## ТЕСТИ

1. Які права має споживач у сфері торговельного та інших видів обслуговування?

- 1) на вільний вибір товарів і послуг;
- 2) на вільний вибір. товарів і послуг, не враховуючи можливостей роботи продавця;
- 3) на вільний вибір товарів і послуг у зручний для нього час з урахуванням режиму роботи продавця.

2. Що забороняється виконувати продавцю у сфері торговельного та інших видів обслуговування?

- 1) примушувати придбавати споживача товари і послуги неналежної якості;
- 2) протистояти вибору споживача при купівлі товарів та послуг;
- 3) примушувати споживача придбавати товари і послуги неналежної якості або в непотрібному йому асортименті.

3. Продавець зобов'язаний на вимогу споживача, який придбаває товар, надати:

- 1) інформацію про безпеку товарів та їх якість;
- 2) контрольно-вимірювальні прилади, документи про якість, безпеку, ціну товарів (робіт, послуг);
- 3) не зобов'язаний нічого надавати споживачеві.

4. Де фіксуються встановлені роздрібні ціни суб'єктом господарювання:

- 1) у реєстрі роздрібних цін;
- 2) в журналі обліку;
- 3) в іншому документі.

5. Інформування покупців про роздрібні ціни на товари здійснюється за допомогою таких засобів:

1) ярликів цін (цінників) на зразках товарів або покажчиків цін в підприємствах роздрібно́ї торгівлі;

2) ярликів цін (цінників), преїскурантів алкогольних напоїв, меню та преїскурантів цін на куповані товари в підприємствах громадського харчування;

3) ярликів цін (цінників) на зразках товарів або покажчиків цін в підприємствах роздрібно́ї торгівлі та ярликів цін (цінників), преїскурантів алкогольних напоїв, меню та преїскурантів цін на куповані товари в підприємствах громадського харчування.

*6. Що повинен зробити суб'єкт господарювання після проведення переоцінки товарів:*

1) закреслити попередні ціни і позначити нові ціни на ярликах цін (цінниках), товарних ярликах, етикетках підприємств-виготівників, упаковці та ін. кожної одиниці товару і засвідчити підписом працівника, відповідального за формування, встановлення або застосування цін;

2) закреслити попередні ціни і позначити нові ціни на ярликах цін (цінниках), товарних ярликах, етикетках підприємств-виготівників, упаковці та ін. кожної одиниці товару;

3) закреслити попередні ціни і позначити нові ціни на ярликах цін (цінниках), товарних ярликах, етикетках підприємств-виготівників, упаковці та ін. кожної одиниці товару і засвідчити підписом працівника, відповідального за формування, встановлення або застосування цін, а в разі неможливості закреслення – наклеїти нові безпосередньо на старі.

## ТЕМА 7. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ТА СУДОВИЙ ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

### 7.1. Відповідальність за порушення законодавства “Про права споживачів”

#### 7.1.1. Основний зміст статті 23 Закону України „Про захист прав споживачів”

1. У разі порушення законодавства про захист прав споживачів суб'єкти господарювання сфери торговельного та інших видів обслуговування, у тому числі ресторанного господарства, несуть відповідальність за:

1) **відмову споживачу в реалізації його прав**, установлених частиною першою статті 8 і частиною третьою статті 10 цього Закону, – у **десятикратному розмірі вартості продукції** виходячи з цін, що діяли на час придбання цієї продукції, але не менше двох неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

2) виготовлення або реалізацію продукції, що **не відповідає** вимогам нормативних документів, – у розмірі **п'ятдесяти відсотків вартості** виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але **не менше десяти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі **десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян**;

3) реалізацію продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні, але у документах, згідно з якими її передано на реалізацію, відсутні реєстраційні номери сертифіката відповідності або свідоцтва про визнання відповідності та/або декларації про відповідність, якщо це встановлено технічним регламентом з підтвердженням відповідності на відповідний вид продукції, – у розмірі **п'ятдесяти відсотків** вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але **не менше десяти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян, а у разі коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі **десяти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян;

4) виготовлення або реалізацію продукції, що не відповідає вимогам нормативних документів, нормативно-правових актів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколиш-

нього природного середовища, – у розмірі **трьохсот відсотків вартості** виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але **не менше двадцяти п'яти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян, а у разі коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі **п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян;

5) реалізацію продукції, забороненої відповідним державним органом для виготовлення та реалізації (виконання, надання), – у розмірі **п'ятисот відсотків вартості** одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але **не менше ста неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян, а у разі коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі **ста неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян;

6) реалізацію **небезпечного товару** (отрути, пестицидів, вибухо- і вогнебезпечних речовин тощо) без належного попереджувального маркування, а також без інформації про правила і умови безпечного його використання – у розмірі **ста відсотків вартості** одержаної для реалізації партії товару, але **не менше двадцяти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі **двадцяти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян;

7) відсутність необхідної доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію – у розмірі **тридцяти відсотків вартості** одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але **не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян, а у разі коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі **п'яти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян;

8) створення перешкод службовим особам спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та структурного підрозділу з питань захисту прав споживачів органу місцевого самоврядування у проведенні перевірки якості продукції, а також правил торговельного та інших видів обслуговування – у розмірі **від одного до десяти відсотків вартості** реалізованої продукції за попередній календарний місяць, але **не менше десяти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян, а у разі коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обо-

в'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі **десяти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян;

9) невиконання або несвоєчасне виконання припису посадових осіб спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів про усунення порушень прав споживачів – у розмірі **двадцяти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян;

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

11) **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 п'яти неоподатковуваних мінімумів** доходів громадян.

2. Суми штрафів зараховуються до державного бюджету.

Порядок їх стягнення визначається Кабінетом Міністрів України.

1. У разі невиконання в добровільному порядку суб'єктами господарювання сфери торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного господарства, визначених у статті 26 цього Закону рішень (постанов) спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів, його територіальних органів та їх посадових осіб про накладення стягнення примусове виконання таких рішень (постанов) здійснюється державною виконавчою службою в порядку, встановленому Законом України "Про виконавче провадження".

### **7.1.2. Повноваження органів з захисту прав споживачів та порядок проведення перевірок**

Згідно зі ст.4 Закону України «Про захист прав споживачів» повноважними органами з захисту прав споживачів є:

- Державний комітет України у справах захисту прав споживачів та його територіальні органи;
- Державний комітет України зі стандартизації, метрології і сертифікації та його територіальні органи;

- органи і установи Державного санітарно-епідеміологічного нагляду України;
- Ради народних депутатів, органи місцевого самоврядування, місцеві державні адміністрації та інші.

Посадові особи вказаних органів мають право:

- видавати господарюючим суб'єктам обов'язкові до виконання приписи про припинення порушень прав споживачів;
- перевіряти на підприємствах торгівлі, громадського харчування та послуг:
  - а) якість товарів (робіт, послуг);
  - б) дотримання обов'язкових вимог з безпеки товарів (робіт, послуг);
  - в) дотримання правил торгівлі та надання послуг;
- вільно входити і обстежувати будь-які виробничі, складські, торговельні та інші приміщення;
- відбирати зразки товарів, сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів для перевірки якості на місці або для проведення незалежної експертизи в лабораторіях (при цьому така експертиза виконується за рахунок підприємств, у яких відбувалася перевірка). Порядок відбору зразків затверджений постановою КМУ від 02.04.94р. №215;
- проводити контрольні перевірки правильності розрахунків із споживачами за вказані послуги та реалізовані товари. Порядок проведення таких перевірок затверджений постановою КМУ від 02.04.94р. №215;
- припиняти відвантаження та реалізацію товарів, які не відповідають вимогам нормативних документів, до усунення недоліків, згідно з положенням, затвердженим постановою ВРУ від 25.01.95р. №26/95 – ВР;
- забороняти реалізацію споживачам товарів (виконання робіт, надання послуг), на які у підприємств:
  - 1) відсутні документи, які засвідчують їх відповідність вимогам нормативних документів;
  - 2) відсутні сертифікати відповідності при реалізації товарів;
  - 3) відсутні документи, які підтверджують відповідну якість імпортованих товарів;
- тимчасово, до усунення виявлених недоліків, припиняти діяльність підприємств сфери торгівлі, громадського харчування і послуг, які систематично реалізують недоброякісні товари, порушують правила торгівлі і надання послуг, умови зберігання та

транспортування товарів у порядку, затвердженому постановою ВРУ від 25.01.95р. №26/95 – ВР;

– опломбовувати в сфері торгівлі, громадського харчування та послуг:

1) виробничі, складські, торговельні та інші приміщення;

2) неправильні, несправні й такі, що не мають відповідного клейма чи з порушеними термінами повірки вимірювальні прилади, за допомогою яких здійснюється обслуговування споживачів у відповідності з порядком, затвердженим наказом Держспоживзахисту від 13.02.96р. №5;

– вилучати неякісні товари, документи та інші предмети, що свідчать про порушення прав споживачів;

– подавати до суду позови щодо захисту прав споживачів;

– передавати матеріали перевірок на дії осіб, що мають ознаки злочину, органам дізнання чи попереднього слідства;

– накладати на винних осіб адміністративні штрафи;

– накладати на господарюючих суб'єктів сфери торгівлі, громадського харчування та послуг, в тому числі на громадян-підприємців, стягнення, передбачені ст.23 Закону про захист прав споживачів.

Державний контроль за дотриманням законодавства про захист прав споживачів здійснюється Держспоживзахистом та його регіональними органами, які мають право перевіряти:

– підприємства, установи та організації незалежно від форми власності і організаційно-правових форм;

– громадян-підприємців;

– іноземних юридичних осіб, які здійснюють підприємницьку діяльність на території України.

Права посадових осіб органів захисту прав споживачів при проведенні перевірок викладені в ст.5 Закону про захист прав споживачів. Порядок проведення контрольної перевірки правильності розрахунку із споживачами за надані послуги і реалізовані товари затверджений постановою КМУ від 02.04.94р. №215.

Контрольні перевірки проводяться посадовими особами вищезначених органів Держспоживзахисту після пред'явлення службового посвідчення і в присутності особи, яка здійснює безпосередній продаж товарів (продавця), та по можливості, представника господарюючого суб'єкта що перевіряється (наприклад, директора магазину).

Результати контрольної перевірки оформлюються актом, один примірник якого залишається у перевіряючого підприємства.

Якщо при проведенні контрольної перевірки будуть встановлені порушення правил торгівлі, особа, що допустила порушення, зобов'язана надати письмове пояснення. Це пояснення додається до акта контрольної перевірки, про що в акті ставиться відповідна відмітка.

Акт про результати контрольної перевірки підписується всіма учасниками контрольної перевірки.

Продавець (виконавець), представник господарюючого суб'єкта мають право при підписанні акта письмово оформити свою незгоду з результатами контрольної перевірки в формі протоколу розбіжностей. Згідно зі ст.10 Указу Президента України від 23.07.98р. №817/98 „Про деякі міри з дерегулювання підприємницької діяльності” державні органи у справах захисту прав споживачів здійснюють позапланові перевірки діяльності суб'єктів підприємницької діяльності виключно на основі отримання від споживачів скарг про порушення такими суб'єктами вимог законодавства про захист прав споживачів.

Скарга споживача повинна подаватися в письмовому вигляді і містити прізвище, ім'я, по батькові, місце проживання, серію і номер паспорта або інший документ, який засвідчує особу, а також дані про товар, при продажу якого були порушені права споживача. Органи у справах захисту прав споживачів не мають права розголошувати відомості про споживача, який подав скаргу.

З цього ми бачимо, що службові особи управління у справах захисту прав споживачів мають широкі повноваження. Вони мають право перевіряти на підприємствах торгівлі і громадського харчування якість товарів, дотримання правил торгівлі, вільно входити і обстежувати будь-які виробничі, складські, торговельні та інші приміщення, забороняти реалізацію товарів, тимчасово припиняти діяльність торговельних підприємств, накладати штрафи та стягнення. Але також службові особи повинні суворо дотримуватися законодавства України „Про захист прав споживачів” та зобов'язані не розголошувати відомості, отримані під час здійснення своїх повноважень.



## 7.2. Види відповідальності за порушення законодавства України "Про захист прав споживачів"

За результатами перевірки до суб'єктів підприємницької діяльності можуть застосовуватися санкції у вигляді:

- 1) тимчасового припинення діяльності;
- 2) скасування сертифікатів та ліцензій;
- 3) вилучення неякісних товарів, документів;
- 4) заборони на реалізацію (продаж) товарів, які не відповідають вимогам нормативних документів;
- 5) накладення адміністративних стягнень;
- 6) застосування санкції згідно зі ст.23 Закону України „Про захист прав споживачів”.

Відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності за порушення законодавства про захист прав споживачів відображена в таблиці 5.1:

Таблиця 5.1 – Види відповідальності за порушення законодавства про захист прав споживачів.

№ п/п	Вид порушення	Розмір санкції	Підстава
1	2	3	4
<b>Фінансові санкції</b>			
1.	Відмова споживачеві в реалізації його прав, встановлених п.1 статті 8 і п.3 статті 10 Закону України „Про захист прав споживачів”	10–кратний розмір вартості товару на час його придбання, але не менше 2 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст.23 п.1 Закону України „Про захист прав споживачів”
2.	Виготовлення або реалізація товару, виконання роботи, надання послуги, що не відповідає вимогам нормативних документів	50% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше 10 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст.23 п. 2 Закону України „Про захист прав споживачів”.
3.	Реалізація товару, виконання роботи, надання послуги, що підлягає обов'язковій сертифікації, але не має сертифіката відповідності	50% вартості виготовленої або одержаної для реалізації товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше 10 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст. 23 п. 3 Закону України „Про захист прав споживачів”.

№ п/п	Вид порушення	Розмір санкції	Підстава
1	2	3	4
4.	Виготовлення, реалізація товару, виконання роботи, надання послуги, що не відповідає вимогам нормативних документів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього середовища	300% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше 25 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст. 23 п. 4 Закону України „Про захист прав споживачів”.
5.	Реалізація товару (виконання роботи, надання послуги), заборонених для виготовлення та реалізації відповідним державним органом	500% вартості одержаної для реалізації партії товару(виконаної роботи, наданої послуги), але не менше 100 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст. 23 п. 5 Закону України „Про захист прав споживачів”.
6.	Реалізація небезпечних товарів (отрути, отрутохімікату, вибухо – і вогнебезпечної речовини тощо) без належного попереджувального маркування, а також без інформації про правила і умови безпечного його використання	100% вартості одержаної для реалізації партії товару, але не менше 20 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст. 23 п. 6 Закону України „Про захист прав споживачів”.
7.	Відсутність необхідної доступної, достовірної та своєчасної інформації про товар, роботу, послугу	30% вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше 5 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст. 23 п. 7 Закону України „Про захист прав споживачів”.
8.	Створення перешкод службовій особі державного органу у справах захисту прав споживачів у проведенні перевірки якості товарів, виконуваних робіт, наданих послуг, а також правил торговельного та інших видів обслуговування	Від 1 до 10% вартості реалізованих товарів, виконаних обіт, наданих послуг за минулий календарний місяць, але не менше 10 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст. 23 п. 8 Закону України „Про захист прав споживачів”.

№ п/п	Вид порушення	Розмір санкції	Підстава
1	2	3	4
9.	Реалізація товару, термін придатності якого минув	200% вартості залишку одержаної для реалізації партії товару, але не менше 5 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст. 23 п. 10 Закону України „Про захист прав споживачів”.
10.	Порушення умов договору між споживачем і виконавцем про виконання роботи, надання послуги	100% вартості роботи, послуги, але не менше 5 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст. 23 п. 11 Закону України „Про захист прав споживачів”.
11.	Ті ж самі дії, вчинені щодо групи споживачів	Від 1 до 10% вартості виконаних робіт, наданих послуг за минулий календарний місяць але не менше 5 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст. 23 п. 11 Закону України „Про захист прав споживачів”.
12.	Порушення встановлених правил торгівлі спиртом етиловим, коньячними і алкогольними напоями та тютюновими виробами	200% вартості одержаної партії товару, але не менше 100 неоподаткованих доходів громадян	П.2 Порядку застосування органами Держспоживзахисту фінансових санкцій за порушення Закону України „Про державне регулювання виробництва і торгівлі спиртом етиловим, коньячним і плодovým, алкогольними напоями та тютюновими виробами”
13.	Здійснення роздрібної торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами без сертифікації якості	200% вартості одержаної партії товару, але не менше 100 неоподаткованих доходів громадян	П.2 Порядку застосування органами Держспоживзахисту фінансових санкцій за порушення Закону України „Про державне регулювання виробництва і торгівлі спиртом етиловим, кон’ячним і плодovým, алкогольними напоями та тютюновими виробами”

№ п/п	Вид порушення	Розмір санкції	Підстава
1	2	3	4
14.	<p>Проведення розрахунків із споживачами за готівку:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• без застосування ЕККА або товарно-касової книги;</li> <li>• з використанням незареєстрованих належним чином ЕККА</li> </ul>	Фінансові санкції від 10 до 100 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст.6 Закону України „Про застосування ЕККА і ТКК при розрахунках зі споживачами в сфері торгівлі, громадського харчування та послуг”
15.	Порушення встановленого порядку застосування ЕККА або товарно-касової книги	Фінансові санкції від 10 до 100 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст.6 Закону України „Про застосування ЕККА і ТКК при розрахунках зі споживачами в сфері торгівлі, громадського харчування та послуг”
16.	Невиставлення цінників на товар, що реалізується	Фінансові санкції в розмірі 5 неоподаткованих мінімумів доходів громадян за кожен невиставлений цінник	Ст.6 Закону України „Про застосування ЕККА і ТКК при розрахунках зі споживачами в сфері торгівлі, громадського харчування та послуг”
<b>Адміністративна відповідальність</b>			
1.	Порушення правил торгівлі і надання послуг працівниками торгівлі, громадського харчування та сфери послуг, громадянами-підприємцями	Від 1 до 10 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ч.1 ст.155 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення”
2.	Порушення порядку проведення розрахунків зі споживачами за готівку (без використання ЕККА), порушення порядку використання ЕККА або ТКК	На посадових осіб – в розмірі 10 неоподаткованих мінімумів доходів громадян; на громадян- підприємців – в розмірі трьох неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ч.1 ст.155/1 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення”

№ п/п	Вид порушення	Розмір санкції	Підстава
1	2	3	4
3.	Невидача працівниками торгівлі, громадського харчування і сфери послуг, громадянами-підприємцями при розрахунках зі споживачами касового чека, квитанції або іншого письмового документа, який би підтверджував факт купівлі товару	5 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ч.3 ст.155/1 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення”
4.	Ті ж дії повторно протягом року	10 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ч.4ст.155/1 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення”
5.	Відмова у наданні споживачам необхідної доступної та достовірної інформації про товари, а також обмеження прав споживачів на перевірку якості комплектності, ваги і ціни придбаних товарів	Від 1до10 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ч.1 ст.156/1 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення”
6.	Відмова споживачеві в реалізації його прав у випадку придбання ним неякісного товару	Від 1до18 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ч.1 ст.156/1 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення”
7	Виготовлення (у тому числі після ремонту) або реалізації продукції, яка не відповідає вимогам стандартів, сертифікатів відповідності, норм, правил та зразків щодо якості, комплектності упаковки	Від 3до88 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ст.167 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення”
8.	Виготовлення і реалізація товарів, виконання робіт, надання послуг без сертифіката відповідності, якщо його наявність передбачена законодавством	Від 3до88 неоподаткованих доходів громадян	Ст.170/1 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення”

№ п/п	Вид порушення	Розмір санкції	Підстава
1	2	3	4
9.	Порушення правил використання засобами виміральної техніки, на які поширюється державний метрологічний контроль	Від 3до30 неоподаткованих міні-мумів доходів громадян	Ст.172 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення”
10.	Невиконання посадовими особами, громадянами-підприємцями законних вимог Держкомітету України у справах захисту прав споживачів щодо реалізації товарів, виконання робіт, надання послуг споживачам	Від 3до5 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ч.1ст.188/2 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення”
11.	Ухилення посадових осіб або громадян-підприємців від своєчасного виконання приписів Держкомітету України у справах захисту прав споживачів та його органів про усунення порушень	Від 1до18 неоподаткованих мінімумів доходів громадян	Ч.2ст.188/2 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення”

Застосувати фінансові санкції до господарюючих суб’єктів за порушення законодавства про захист прав споживачів, які передбачені ст.23 Закону про захист прав споживачів та п.2 положення, затвердженого постановою КМУ від 14.04.94р. №236, мають право:

- голова Держспоживзахисту та його заступники;
- начальники управлінь у справах захисту прав споживачів в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі, їх заступники.

Рішення про накладання стягнення приймається на основі акта перевірки, який був складений уповноваженою посадовою особою Держспоживзахисту та оформляється постановою в установленій формі. Постанова про накладення стягнення складається в 3-х примірниках:

- перший примірник залишається в державному органі у справах захисту прав споживачів, посадова особа якого прийняла постанову про накладення стягнення;

- другий примірник постанови в триденний термін після його прийняття направляється господарюючому суб'єкту;
- третій примірник передається у державну податкову інспекцію за місцезнаходженням підприємства для контролю за надходженням суми штрафу.

Штраф повинен бути перерахований підприємством у п'ятнадцяти-денний термін з дня отримання постанови. При порушенні цього терміну державна податкова інспекція за місцезнаходженням підприємства стягує штраф в безперечному порядку у десятиденний термін.

Згідно з п.12 ст.5 Закону про захист прав споживачів органи Держспоживзахисту мають право накладати на винних осіб адміністративні штрафи (табл.5.1).

Так, згідно з ст.14 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення” (КУ п АП) посадові особи підприємств несуть відповідальність за адміністративні правопорушення, які пов'язані з недотриманням встановлених правил в сфері торгівлі, захисту прав споживачів, стандартизації і метрології, забезпечення виконання яких входить до їх службових обов'язків.

Підставами для притягнення посадових осіб до адміністративної відповідальності та порядок накладення адміністративних штрафів передбачені наступними статтями Кодексу України „Про адміністративні правопорушення”: 155, 156, 156/1, 167, 168/1, 170, 170/1, 172, 188/2. За факторами здійснення адміністративного правопорушення посадовою особою Держспоживзахисту складається протокол, в якому, крім обов'язкових даних, зазначається суть адміністративного правопорушення та назва нормативного акта, яким передбачена відповідальність за це правопорушення. Протокол підписується особою, яка його склала та правопорушником посадовою особою перевіряючого підприємства.

Згідно з ст.227 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення” справа про адміністративне правопорушення розглядається у п'ятнадцятиденний термін з дня складення протоколу.

Рішення про накладення адміністративних штрафів виноситься уповноваженою посадовою особою-начальником Управління у справах захисту прав споживачів в Автономній республіці Крим, в областях, у містах Києві та Сімферополі або його заступниками. На основі рішення виноситься постанова, копія якої протягом трьох днів направляється винній особі.

Постанова про накладення адміністративного штрафу є обов'язковою для виконання підприємствами всіх форм власності, посадовими особами та громадянами.

Згідно зі ст.307 Кодексу України „Про адміністративні правопорушення” штраф повинен бути сплачений правопорушником не пізніше п'ятнадцяти днів з дня вручення йому постанови про накладення штрафу. У випадку несплати штрафу у термін постанова про накладення штрафу направляється за місцем роботи для утримання суми штрафу в примусовому порядку із заробітної плати.

Таким чином, можна зробити висновок, що посадові особи управління у справах захисту прав споживачів мають право при порушенні торговельної діяльності скасувати ліцензію на право займатися торговельною діяльністю, тимчасово припиняти діяльність підприємства, забороняти реалізацію товарів, які не відповідають вимогам нормативних документів, застосовувати санкції та накладати адміністративні стягнення.

Фінансові санкції застосовуються згідно зі статтею 23 Закону України „Про захист прав споживачів”, а адміністративні стягнення – згідно з Кодексом України „Про адміністративні правопорушення”.

### **Ситуаційні завдання**

1. Закуповуючи для дитячого будинку “Сонечко” велосипеди та дитячі коляски іноземного виробництва (Німеччина), керівництво будинку попросило у продавця оптової бази “Світ” показати свідоцтво про визнання іноземного сертифіката (адже закуповувана продукція підлягає обов'язковій сертифікації). Виявилось, що оптова база не має такого сертифіката. Які права порушено і яку відповідальність несе продавець продукції.

#### *Розв'язання ситуації:*

В даній ситуації порушено право на реалізацію продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації, тобто оптова база не має права реалізовувати велосипеди та дитячі коляски іноземного виробництва без необхідних документів. Згідно зі Ст.23 продавець несе відповідальність за реалізацію товару, що підлягає обов'язковій сертифікації, але не має сертифіката відповідності (свідоцтва про визнання іноземного сертифіката), – у розмірі 50 відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару.



2. Магазин “Сад і город” реалізує отрутохімікати для знищення шкідливих комах. Споживач купив 5 упаковок отрути “Банкол”, яка добре вже йому відома у використанні. Прийшовши додому, він побачив, що 2 упаковки були іншого виробника, зовсім йому невідомого, і на цих упаковках була відсутня інформація про правила і умови використання препарату. Повернувшись до магазину, він попросив замінити товар (2 упаковки), але йому відмовили, сказавши, що умови його використання такі ж, як і інших упаковок “Банколу”. Які права споживача порушено і яку відповідальність несе продавець?

*Розв’язання ситуації:*

В даній ситуації порушено право споживача на отримання небезпечного товару з належним попереджувальним маркуванням і інформацією про правила і умови безпечного його використання. Продавець згідно зі Ст.23 несе відповідальність за реалізацію небезпечного товару (отрути, отрутохімікату, вибухо- і вогнебезпечної речовини тощо) без належного попереджувального маркування, а також без інформації про правила і умови безпечного його використання – у розмірі 100 відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару.

3. Громадянин Бруйко Р.О купив в кіоску сметану “Президент”, але прийшовши додому, побачив, що термін її придатності минув три дні тому. На прохання повернути гроші продавець відмовився повернути їх, мотивуючи тим, що споживач вже відкрив сметану. Чи правий в даному випадку продавець? Яку відповідальність він несе за реалізацію сметани, термін придатності якої вже минув?

*Розв’язання ситуації:*

В даному випадку продавець повинен був повернути гроші споживачу, не зважаючи на те, що сметана була відкрита. За реалізацію товарів, термін придатності яких минув, продавець несе відповідальність, за якою сплачує штраф у розмірі 200% вартості залишку одержаної для реалізації партії товару (Ст.23).

## ТЕСТИ

1. Яку відповідальність суб’єкти господарської діяльності несуть за виготовлення або реалізацію товару, виконання роботи, надання послуги, що не відповідають вимогам нормативних документів:

1) у розмірі 300% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги;

2) у розмірі 50% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги;

3) у розмірі 100% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги.

*2. Яку відповідальність суб'єкти господарської діяльності несуть за реалізацію товару, виконання роботи, що підлягає обов'язковій сертифікації, але не має сертифіката відповідності:*

1) у розмірі 300% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги;

2) у розмірі 50% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги;

3) у розмірі 100% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги.

*3. Яку відповідальність суб'єкти господарської діяльності несуть за виготовлення або реалізацію товару, виконання роботи, надання послуги, що не відповідають вимогам нормативних документів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища:*

1) у розмірі 300% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги;

2) у розмірі 50% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги;

3) у розмірі 100% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги.

*4. Яку відповідальність суб'єкти господарської діяльності несуть за реалізацію товару, виконання роботи, надання послуги, заборонених для реалізації відповідним державним органом:*

1) у розмірі 300% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги;

2) у розмірі 500% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги;

3) у розмірі 100% вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги.

## **ТЕМА 8 ПРАВИЛА ТОРГІВЛІ ПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ**

Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами регламентують порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу і продаж продовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, а також визначають вимоги в дотриманні прав споживачів щодо якості й безпеки товару та рівня торговельного обслуговування.

Правила поширюються на всіх суб'єктів господарської діяльності незалежно від форм власності, які здійснюють на території України роздрібний продаж продовольчих товарів.

Роздрібний продаж продовольчих товарів здійснюється через спеціалізовані підприємства, у тому числі фірмові, підприємства з універсальним асортиментом продовольчих товарів, магазини "Товари повсякденного попиту" системи споживчої кооперації, стаціонарну дрібнороздрібну торговельну мережу (палатки, кіоски, торговельні автомати), пересувну торговельну мережу (автомагазини, автопричепа, візки, лотки, бочки, цистерни тощо), склади-магазини, заклади (підприємства) громадського харчування.

Суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний забезпечити стан торговельних приміщень для роздрібного продажу продовольчих товарів відповідно до вимог санітарно-гігієнічних, технологічних, протипожежних норм і правил щодо приймання, зберігання та реалізації харчових продуктів і продовольчої сировини, належного зберігання матеріальних цінностей, створення умов для використання реєстраторів розрахункових операцій.

Торговельно-технологічне обладнання, що використовується під час роздрібного продажу продовольчих товарів, повинно забезпечувати збереження їх якості й товарного вигляду протягом усього терміну їх реалізації. Забороняється приймати, зберігати та продавати продовольчі товари, що швидко псуються, без використання холодильного обладнання.

Засоби вимірювальної техніки, які використовуються під час продажу товарів, повинні бути в справному стані, мати повірочне тавро територіального органу Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики і проходити періодичну перевірку в установленому порядку.

Транспортні засоби для перевезення харчових продуктів повинні мати санітарний паспорт, бути чистими, у справному стані. Кузов автомашини повинен мати спеціальне покриття, що легко піддається миттю.

Працівники, що здійснюють транспортування, зберігання і продаж продуктів харчування (будь-який продукт, що в натуральному вигляді чи після відповідної обробки вживається людиною в їжу або для пиття), повинні мати спеціальну освіту (підготовку), вони підлягають обов'язковому медичному огляду. Кожен працівник повинен мати особисту медичну книжку встановленого зразка. Працівники суб'єкта господарської діяльності, які не пройшли медичного обстеження, до роботи не допускаються.

Працівники суб'єкта господарської діяльності повинні бути одягнені у формений чи інший одяг, що відповідає санітарним вимогам.

Суб'єкт господарської діяльності повинен мати санітарні правила, зареєстрований санітарний журнал, особисті медичні книжки працівників, асортиментний перелік товарів, що реалізуються, погоджений з територіальною установою санітарно-епідеміологічної служби.

Усі харчові продукти і продовольча сировина в суб'єкта господарської діяльності повинні бути з документами, наявність яких передбачена чинними нормативно-правовими актами. Харчові продукти і продовольча сировина, які надходять у торговельну мережу, повинні відповідати вимогам чинного законодавства, чинних нормативно-правових актів і нормативних документів щодо показників якості та безпеки харчових продуктів, упаковки, маркування, транспортування, приймання і зберігання.

Неякісні та небезпечні харчові продукти і продовольча сировина підлягають вилученню з обігу в порядку, установленому Законом України "Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції".

До неякісних належать харчові продукти і продовольча сировина, якісні показники та споживчі властивості яких не відповідають зазначеним у нормативному документі чи нормативно-правовому акті, а також такі, якість яких знизилась унаслідок порушення маркування; порушення чи деформування тари та окремих одиниць упаковки (крім бомбажних консервів); наявності сторонніх запахів, ознак замокання, що не становлять загрози для споживачів; наявності сторонніх домішок чи предметів, що можуть бути видалені.

Вилучені з обігу неякісні харчові продукти і продовольча сировина (крім харчових продуктів, що швидко псуються і термін придатності яких не перевищує 30 діб) можуть бути повернуті в обіг у разі приведення їх у відповідність до встановлених вимог шляхом сортування, очищення, повторного маркування, зміни цільового призначення зазначеної продукції, промислової переробки тощо.

До небезпечних належать харчові продукти і продовольча сировина, показники безпеки яких не відповідають установленим в Україні для даного виду продукції, а також харчові продукти і продовольча сировина, споживання яких пов'язане з ризиком для здоров'я і життя людини, зокрема фальсифіковані, контрабандні, безхазяйні харчові продукти і продовольча сировина, а також такі, що не можуть бути належним чином ідентифіковані, на які відсутні супровідні документи виробника (власника), що підтверджують їх походження, або документи, що підтверджують їх якість і безпеку; термін придатності до споживання (використання) яких закінчився; виготовлені із застосуванням не дозволених в установленому порядку компонентів, харчових добавок, матеріалів, технологій тощо; з явно вираженими ознаками псування та пошкодження гризунами чи комахами.

Небезпечні та неякісні харчові продукти і продовольча сировина, які неможливо повернути в обіг, підлягають утилізації або знищенню в порядку, установленому законодавством.

Не допускається до продажу фасовані вітчизняні та імпортовані харчові продукти без маркування державною мовою України, яке повинно містити в доступній для сприйняття покупцем формі інформацію про:

- загальну назву харчового продукту;
- номінальну кількість харчового продукту в установлених одиницях виміру (маса, об'єм тощо);
- склад харчового продукту, якщо він виготовлений з кількох складників, із зазначенням переліку назв, використаних у процесі виготовлення інших продуктів харчування, харчових добавок;
- харчову цінність, а також енергетичну цінність (для харчових продуктів, що її мають);
- кінцевий термін реалізації або дату виготовлення і термін придатності до споживання;
- умови зберігання;
- позначення нормативного документа (для харчових продуктів вітчизняного виробництва);
- найменування та адресу виробника й місце виготовлення;
- умови використання (якщо такі передбачені);
- наявність у харчовому продукті компонентів з генетично модифікованої сировини (у разі якщо використання таких компонен-

тів передбачено нормативними документами або нормативно-правовими актами на даний харчовий продукт);

- застереження щодо вживання харчового продукту певними категоріями (групами) населення (діти, вагітні, люди похилого віку, спортсмени, хворі тощо);
- іншу інформацію, передбачену чинними в Україні нормативними документами, дія яких поширюється на певний харчовий продукт.

Маркування нефасованих харчових продуктів здійснюється державною мовою України в порядку, установленому нормативними документами для певних харчових продуктів.

У маркуванні вітчизняних та імпортованих харчових продуктів забороняється наводити інформацію про їх лікувальні властивості без дозволу центрального органу виконавчої влади у сфері охорони здоров'я.

У маркуванні харчових продуктів використовуються специфічні символи, якими позначають дієтичні, профілактичні, оздоровчі харчові продукти, біологічно активні харчові добавки, дитяче харчування, харчування для спортсменів тощо.

Реалізація харчових продуктів на підприємствах роздрібною торгівлі дозволяється тільки протягом термінів їх придатності до споживання, що визначені нормативними документами для певних видів продуктів.

Працівники суб'єкта господарської діяльності зобов'язані надати покупцеві необхідну доступну, достовірну та своєчасну інформацію про товари, а також на вимогу покупця – документи, якими підтверджуються їх якість і безпека, а також ціна товарів.

Покупець має право перевірити точність ваги відпущеного товару. Контрольно-вимірювальні прилади повинні розміщуватися на видному і доступному для покупців місці.

У разі придбання покупцем неякісних продовольчих товарів продавець зобов'язаний замінити їх на якісні товари або повернути покупцеві сплачені ним гроші згідно з вимогами Закону України "Про захист прав споживачів".

### **8.1. Особливості продажу круп, макаронних виробів, борошна, крохмалю, цукру та кухонної солі**

При надходженні круп'яних, борошняних та інших сипучих товарів на підприємство роздрібною торгівлю суб'єкти господарської діяльності обов'язково звертають увагу на стан їх перевезення.

Продукти мають бути надійно захищеними від атмосферних опадів та іншого зовнішнього впливу.

Перевіряють стан зовнішньої тари, наявність маркування, відповідність виду та якості товару даним, що зазначені в супровідних документах про якість і безпеку, на маркувальних ярликах, товарних етикетках.

Штучні товари (одиниці розфасовки) перевіряють за станом упаковки, на наявність етикеток та за вагою.

Сипучі товари (крупни, борошно, цукор, крохмаль та інші) мають бути сухими, без грудочок, однорідними за кольором, з блиском і смаком, властивими для кожного виду та сорту. Макаронні вироби мають бути правильної форми, однорідними за кольором, без тріщин, крихт, з гладкою або трохи шорсткою поверхнею.

Прийманню не підлягають круп'яні, борошняні та інші сипучі товари, супровідні документи на які оформлені з порушеннями, намоклі, забруднені, пошкоджені гризунами та шкідниками, з пошкодженою упаковкою та порушеннями технології виготовлення (з невідповідними кольором чи смаком, з невластивим присмаком, запахом та з сторонніми домішками), з наявністю домішок іншого виду або гатунку, термін реалізації яких минув, без маркування та етикеток.

Крім того, прийманню не підлягають за властивими дефектними ознаками:

- крупа – з гірким або кислим присмаком, затхлим, пліснявим або іншим невластивим запахом, уражена шкідниками (для пшона та вівсяної крупни допускається слабкий специфічний присмак гіркоти, що властивий цим видам крупни);
- борошно, що хрустить на зубах, плісняве, затхле, з гірким присмаком, засмічене;
- макаронні вироби, не однорідні за кольором, з ознаками непромісу, з гірким або кислим присмаком, затхлим, пліснявим запахом, у яких вміст лому та крихт перевищує допустимі норми;
- крохмаль вологий, без хрусту, несвіжий, недостатньо промитий, без характерного блиску, з цятками на поверхні, що перевищують допустимі норми;
- цукор несипучий, липкий, з грудками непробіленого цукру, вологість якого перевищує 0,15 відсотка;
- кухонна сіль вогка або закам'яніла.

Зберігають макаронні вироби, борошно, крохмаль, цукор і кухонну сіль у сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях, не уражених амбарними шкідниками, без різких коливань температури.

ри, що не перевищує +20 °С, при відносній вологості повітря не більше ніж 70 відсотків.

Цукор і крупи ізолюють від сильно пахучих, а також вологих продуктів.

Сіль зберігається окремо від усіх інших продуктів.

Вагові товари в мішках викладають на підтоварниках штабелем висотою не більше ніж 8–10 мішків на відстані не менше ніж 20 см від стін і 15 см від підлоги.

Розфасовані товари, що зберігаються в контейнерах, розміщують на відстані не менше ніж 20 см від стін. У разі зберігання більше двох тижнів мішки з борошном перекладають для запобігання злежанню і зігріванню.

Терміни та умови реалізації круп, макаронних виробів, борошна, кухонної солі повинні відповідати вимогам нормативних документів.

До торговельного залу повинні надходити попередньо перевірені та підготовлені до продажу товари. Їх відпускають як у розфасованому вигляді, так і шляхом зважування в присутності покупця.

Вагові товари відбирають у присутності покупця спеціальними для кожного товару совками (для солі – дерев'яними) та відпускають у чистому пакувальному матеріалі (пакетах, папері). Забороняється додавати до покупки відходи від продажу сипучих товарів і макаронних виробів (крихти, пил, змет) і домішки іншого ґатунку.

Суб'єкти господарської діяльності, які здійснюють продаж круп, макаронних виробів, борошна, цукру та кухонної солі, можуть додатково продавати у відокремлених місцях (відділах, секціях) інші продовольчі товари: крохмаль, харчові концентрати, дріжджі, фруктові та овочеві консерви, рослинні олії, прянощі, приправи, чай, каву, какао.

## **8.2. Особливості продажу м'яса і м'ясопродуктів**

Суб'єкти господарської діяльності приймають потушне м'ясо у відрубах за кількістю туш, напівтуш чи четвертин і вагою нетто кожної з них. Одночасно перевіряють наявність клейма ветеринарного нагляду, свіжість м'яса, правильність розбирання та забійного оброблення, відповідність угодованості накладеному клейму, ступінь охолодження.

М'ясо і м'ясопродукти фасовані перевіряють за станом упаковки, відповідності виду тварин, сорту і категорії вґодованості даним, що вказані на етикетці порції (упаковки).

Не приймають м'ясо і м'ясопродукти, супровідні документи на які оформлені з порушеннями (у тому числі щодо якості та безпе-



ки), недоброякісне, без клейма ветеринарного нагляду, забруднене, пошкоджене гризунами та шкідниками, з неякісною технологічною обробкою, наявністю льоду або снігового нальоту, з ознаками повторного заморожування, із зміненим кольором, ознаками несвіжості (кислим, затхлим, гнилим та невластивим запахом; з наявністю слизу, плісені, цвілі, з позеленінням, ослизненням).

На кожну партію (тушу) продовольчої сировини, призначеної для реалізації на підприємствах роздрібно́ї торгівлі в межах адміністративного району, крім документа, що підтверджує їх якість і безпеку, повинна бути ветеринарна довідка, а для реалізації в межах України – ветеринарне свідоцтво.

Крім того, прийманню не підлягають за властивими дефектними ознаками:

- м'ясо з неправильним розбиранням по хребту, погано обезкровлене, зі згустками крові, з наявними залишками внутрішніх органів, бахромок, із зачистками і зривами підшкірного жиру понад допустимі норми;
- субпродукти, не розсортовані за видами, заморожені у вигляді блоків (язики, мозок, нирки), погано оброблені, із залишками інших тканин (нирки – із сечоводами; печінка – із зовнішніми кровоносними судинами і жовчним міхуром, великими лімфовузлами, ноги – за наявності щетини або шерсті);
- м'ясо птиці з непатрошеними тушками (крім дичини), з неналежною обробкою (залишки пуху, пір'я, пеньків, саден, наявність розривів шкіри понад допустимі норми, а також синців, викривлення спини і грудної кістки);
- ковбасні вироби зі в'язками батонів, що не відповідають відповідному виду виробів, неналежним маркуванням, пошкодженнями оболонки, забрудненою та вологою поверхнею батонів, з напливами фаршу над оболонкою, крихкою консистенцією, ознаками злипання, з наявністю шпику жовтого кольору в ковбасах вищого гатунку, а також понад допустимі норми у виробах 1 -го і 2-го гатунку, з сірими плямами на розрізі; з бульйонними і жировими набряками понад допустимі норми, блідо-сірого кольору, недоварені;
- копченості з неправильно розібраними тушами, з висмиками м'яса і жиру, за наявності бахромок і залишків щетини, сірих і зелених плям у розрізі, непроварені, непрокопчені;
- м'ясні напівфабрикати з деформацією форми, пошкодженою упаковкою та порушенням правил укладки, без етикеток, зі змі-

неним кольором, з консистенцією, що не відповідає ступеню готовності, з порушеннями ваги порції;

- консерви без етикеток, у немаркованих, іржавих, деформованих, з порушеною герметичністю бомбажних банок;
- топлєні жири з різким невластивим запахом, дуже зміненим кольором, прогірклі.

Терміни, умови зберігання та реалізації м'яса і м'ясопродуктів повинні відповідати вимогам нормативних документів.

Прийняті м'ясо і м'ясопродукти розміщують на короткострокове зберігання негайно при температурі охолодження не вище ніж +8 °С, а для швидкопсувних – не вище ніж +6 °С. Кожний вид виробів має свої (окремі) терміни і режим зберігання.

Перед продажем заморожене м'ясо попередньо розморожують до температури -6 °С у товщі м'язів біля кісток на глибині 6 см.

Потушне м'ясо розбирають на сортові відруби відповідно до схем розбирання для кожного виду тварин. Усі інші м'ясопродукти сортують за видами, категоріями, сортами.

М'ясо птиці звільняють від тари, паперової обгортки і тампонів.

Напівфабрикати, кулінарні вироби перекладають на лотки, блюда, листи.

Поверхні ковбасних виробів і копченостей протирають рушником, кінці оболонки зрізують, видаляють обв'язки, обвітрені зрізи зачищають. М'ясні хлібці, шинку у формі, варені й варено-копчені окісти та інші вироби, що випускаються загорнутими в целофан або пергамент, подають на робочі місця у загорнутому вигляді. Обгортку цих виробів знімають безпосередньо під час продажу (перед нарізуванням).

Шпик зачищають від солі, а жири – від пожовклого верхнього шару.

Попереднє фасування ковбас і копченостей передбачається в обсягах потреби не більше одного дня реалізації, а м'яса і сирих м'ясопродуктів – 2–3 годин.

Підготовлені до продажу м'ясо і м'ясопродукти подають до торговельного залу на робоче місце, де розміщують за видами і гатунками в охолоджувальних прилавках і шафах. Сирі м'ясопродукти розміщують окремо від інших товарів.

М'ясо і м'ясопродукти відпускають покупцям тільки в зачищеному стані, в належному товарному вигляді, без зайвих, непередбачених технологічних матеріалів і відходів нехарчового призначення.

Розбирання – це встановлений порядок розпилювання, розрубання, розрізування і відділення кісток, шкури, сухожилля, плів тощо до одержання сортових шматків, придатних для харчового використання за призначенням.

Здійснюючи продаж м'яса і м'ясопродуктів без нарізування, за згодою покупця додають не більше двох доважків, що не перевищують 10 відсотків загальної маси покупки. Доважки повинні відповідати сорту і якості товару, який відпускають.

Відібраний товар спочатку показують покупцеві, а потім зважують.

Сирокопчені окісти розрубують згідно з порядком розбирання свинини для торгівлі без відокремлення шкури і кісток.

Копчено-варені, знежирені, варені, закопчені та варено-копчені окісти розрубують і нарізають в установленому для кожного з цих виробів порядку і продають без кісток, шкури і хрящів.

Рулети, шинку, буженину, карбонад, бекон, корейку, грудинку нарізають в установленому для кожного з цих виробів порядку.

На замовлення покупця продавець зобов'язаний нарізати ковбасу, копченості, шинку та інше, дотримуючись санітарно-гігієнічних правил. Нарізані шматки викладають на чистий посуд або пакувальний папір за допомогою ножа або виделки.

На замовлення покупця в його присутності здійснюють приготування фаршу за прилавком лише з м'яса, придбаного на цьому підприємстві. М'ясорубки та посуд перед приготуванням ретельно промивають.

Кулінарні вироби, напівфабрикати (неупаковані), фарш відпускають за допомогою спеціальних лопаток, окремих для кожного товару.

Суб'єкти господарської діяльності, які здійснюють продаж м'яса і м'ясопродуктів у сирому вигляді, можуть додатково продавати у відокремлених місцях (відділах, секціях) вироби з м'яса та супутні товари: ковбасні вироби, м'ясокопченості, напівфабрикати м'ясні усіх видів, кулінарні вироби, консерви м'ясні, м'ясо-рослинні, салобобові, жири топлені, спеції, прянощі та соуси в розфасованому вигляді (майонез, гірчицю, хрін, томат-пасту тощо).

### **8.3. Особливості продажу молока, молокопродуктів, майонезу, морозива, харчових жирів, сирів, яєць курячих харчових**

При надходженні продукції на підприємство роздрібною торгівлі обов'язково звертають увагу на стан її перевезення. Загустілі м'які кисломолочні вироби, молоко повинні бути охолодженими. Темпе-

ратура в товщі морозива не повинна перевищувати:  $-10\text{ }^{\circ}\text{C}$  – для загартованого морозива великої маси та  $-12\text{ }^{\circ}\text{C}$  – для дрібноштучного; для м'якого морозива – не вище  $-5\text{ }^{\circ}\text{C}$ ...  $-7\text{ }^{\circ}\text{C}$ .

Перевезення молокопродуктів здійснюється тільки спеціалізованими транспортними засобами.

Прийманню не підлягають молокопродукти, доставлені з порушенням умов транспортування, які впливають на строки зберігання та стан якості.

Молоко, харчові жири та інші молокопродукти приймають за кількістю місць і вагою нетто. Одночасно перевіряють свіжість продукту, ступінь термообробки (холодом, теплом), дату і годину виготовлення, а також кінцевий термін продажу, які повинні відповідати даним, зазначеним у супровідних документах про якість і безпеку, на маркувальних ярликах, товарних етикетках.

На кожен партію свіжого молока, призначену для реалізації у межах адміністративного району, крім документа, що підтверджує якість і безпеку продукції, повинна бути ветеринарна довідка, а для реалізації у межах України – ветеринарне свідоцтво.

Штучні товари (одиниці розфасовки) перевіряють за станом упаковки, на наявність етикеток, міцність закупорювання, цілість пакетів (відсутність течі), повноту наповнення (для рідких) та за вагою.

Яйця курячі харчові перевіряють на наявність штампа категорії, забрудненість і цілість шкаралупи, вагу одного яйця, міцність жовтка, густоту білка, розмір повітряної камери (пуги). Забороняється продаж технічних і харчових неповноцінних курячих яєць та яєць качок і гусей. Прийманню не підлягають молоко і молокопродукти без документів про якість і безпеку або з порушеннями в оформленні супровідних документів, забруднені, пошкоджені гризунами та шкідниками, з пошкодженням упаковки та порушенням технології виготовлення (із зміненним кольором та відтінками, з гірким, прогірклим, пліснявим, металевим та іншим присмаком і невластивими запахами, невідповідною консистенцією, зі сторонніми домішками, тріщинами і сколами скла), несвіжі, термін реалізації яких минув, без належного маркування та етикеток, з невідповідним вмістом жиру.

Крім того, прийманню не підлягають за властивими дефектними ознаками:

- молоко з кислим і пригорілим присмаком; з ослизлюю, тягучою і густою консистенцією; з піною під шаром вершків; з ознаками бродіння; з домішками молозива; творожистою консистенцією; фальсифіковане;

- дієтичні кисломолочні продукти з перекислим або невираженим (прісним), маслянокислим, металевим, пліснявим присмаком; зі щільностями, рідкою, тягучою, спученою консистенцією; із грудочками сиру і виділеннями сироватки та газоутворенням;
- сметана з кислим, сальним, дріжджовим, прогірклим смаком і запахом; з ослизлюю, тягучою, комкуватою, сирною, пінистою консистенцією; зі сторонніми домішками та сироваткою, що виділилася;
- кисломолочні сири та сиркові маси з невираженим або кислим присмаком; з нечистим кольором та без жовтуватого відтінку; із грубою крупчатою, крихкою, тягучою, ослизлюю консистенцією та невластивим присмаком і запахом (природний колір сиру "Зелений" сіро-зелений);
- масло коров'яче вершкове зі сторонніми домішками, ушкоджене плісню, з крихкою консистенцією, гнилісним, прогірклим, сальним, іншим невластивим присмаком і запахом;
- масло топлене за наявності сколотин і розсолу;
- маргарин з присмаком гіркоти, з вираженим металевим, сальним, сирним або кислим присмаком і запахом, з борошняною або сирною консистенцією, з вологою, що стікає;
- сири, які мають порушення форми, розпливчасті, здуті, з грубою, товстою, слабкою, ослизлюю, підпрілою кірочкою, з тріщинами і лишайними плямами; блідого та нерівномірного кольору, з відсутнім малонком або його дефектами; ушкоджені підкорковою плісню (крім тих, що дозрівають за участю слизу), з гнилісними колодязями, заражені сирним кліщем;
- яйця курячі харчові, поверхня яких забруднена більше допустимих норм, з дефектами бою, харчові неповноцінні та технічні яйця (з непрозорим на просвіт вмістом, з пліснявими плямами під шкаралупою, з присохлим жовтком, із змішаними білком і жовтком, з кровоносними судинами у вигляді кільця на поверхні жовтка, міражні), з різким запахом сірководню;
- дитяче харчування без позначення на етикетках (упаковках) складу, способу приготування, призначення до використання, термінів і умов зберігання; із зміненим кольором, невластивим запахом, з присмаком гіркоти;
- згущені молочні консерви без етикеток, у немаркованих, іржавих, деформованих, з порушеною герметичністю і в бомбажних банках;

- сухе молоко і вершки пожовклі, з невластивим запахом, з присмаком гіркоти;
- майонез з неоднорідною консистенцією, ознаками бродіння, присмаком гіркоти (у майонезі всіх видів допускаються подинокі бульки повітря);
- морозиво з грубою, густою, пухкою, тістоподібною і пліснявою консистенцією, із згустками та грудочками льоду, жиру, желатину, з нерівномірним кольором та глазур'ю, з кормовим, кислим, гірким і металевим присмаками та з ознаками розморожування і повторного заморожування.

Прийняті молоко і молокопродукти розміщують на короткострокове зберігання негайно при температурі охолодження не вище ніж +6 °С. Морозиво зберігають у низькотемпературних прилавках-холодильниках при температурі, яка може коливатися -14 °С... -12 °С, не більше 48 годин.

Яйця курячі харчові зберігають окремо від пахучих і відкритих (не захищених обгорткою, упаковкою, герметичною розфасовкою) товарів, які легко передають запахи та можуть забруднюватися патогенними мікроорганізмами.

Яйця, які вже зберігалися у холодильниках та на складах, повторному охолодженню не підлягають.

Терміни та умови реалізації молока, молокопродуктів, сирів, морозива, харчових жирів, майонезу, яєць курячих харчових повинні відповідати вимогам нормативних документів.

Інструменти для нарізування, зважування і відпуску продуктів (ножі, виделки, лопатки, черпаки, мірки тощо) обов'язково промивають гарячим содовим розчином, витирають насухо чистим рушником і зберігають у відведеному для цього місці.

Перед продажем молокопродукти попередньо сортують за видами і гатунками, перевіряють штучні та фасовані товари за станом упаковки, на наявність маркування і за вагою. Банки, пляшки та упаковки протирають від мастил і пилу. Вагові та штучні товари звільняють від тари і пакувальних матеріалів. Лотки з яйцями викладають з коробів і відбирають пошкоджені та ті, що не підлягають продажу.

Поверхні головок (брусків) сиру протирають рушником, великі головки розрізають на частини. Масло коров'яче вершкове і маргарин зачищають від штафу (поверхневого шару) з усіх боків, розділяють моноліт на менші частини.

Вагові сири (розсольні, кисломолочні, плавлені тощо), які випускаються в обгортці, подають на робочі місця в загорнутому вигляді. Обгортку цих виробів знімають безпосередньо під час продажу (або перед нарізуванням).

Обсяги попереднього фасування яєчного порошку, сухого молока, сирів, масла та інших (крім рідких) товарів передбачають у межах потреби одного дня реалізації.

Підготовлені до продажу молокопродукти викладають на лотки, блюда, листи та подають до торговельного залу на робочі місця, де розміщують за видами і сортами в охолоджувальних прилавках та шафах з урахуванням товарного сусідства.

Молоко і молокопродукти відпускають покупцям тільки свіжими, у належному товарному вигляді, без зайвих (непередбачених) технологічних матеріалів і відходів нехарчового призначення, належним чином упакованими.

Молокопродукти в опломбованій тарі розпаковують перед початком продажу, попередньо перемішують колотівкою та розливають у чистий посуд покупця за допомогою спеціального інвентарю: металевих мірок (для молока), черпаків (для вагової сметани), лопаток і ложок (для сиру). Пломби та бірки з реквізитами зберігають до кінця реалізації молокопродуктів.

Забороняється розливати над відкритими флягами та відливати з посуду покупця назад у флягу вже відміряні молокопродукти, а також залишати інвентар у тарі з продуктами. Для цього виділяється і використовується спеціальний посуд.

Забороняється продаж сирів із запліснявілою шкуринкою, крім тих, що дозрівають за участю слизу. Сичужні сири відпускають із шкуринкою.

На замовлення покупця продавець нарізає сир, дотримуючись санітарно-гігієнічних правил. Нарізані шматочки викладають на чистий посуд або пакувальний папір за допомогою ножа або виделки.

Здійснюючи продаж товару без нарізування, за згодою покупця додають не більше двох доважків, що не перевищують 10 відсотків загальної маси покупки. Доважки повинні відповідати ґатунку і якості товару, який відпускають.

Розфасовані молокопродукти та штучні сири відпускають в упаковці виробника. За бажанням покупця ці товари додатково обгортають або упаковують.

Фасоване морозиво відпускають в обгортці (упаковці) виробника при температурі -10 °С... -12 °С. М'яке морозиво промислового ви-

готовлення і виготовлене на торговельному підприємстві із сумішей або сировини відпускають за вагою, розфасованим у паперові та вафельні стаканчики, креманки при температурі  $-5\text{ }^{\circ}\text{C}$ ...  $-7\text{ }^{\circ}\text{C}$ .

Яйця курячі нерозфасовані покупець відбирає самостійно або за допомогою продавця, який не проводить розрахунки за готівку.

Суб'єкти господарської діяльності, які здійснюють продаж молока, кисломолочних продуктів, сирів, харчових жирів, можуть додатково продавати у відокремлених місцях (відділах, секціях) виготовлені продовольчі та супутні товари: хліб, дитяче та дієтичне харчування, ковбаси варені, майонез, кондитерські вироби, торти, морозиво, цукор, сіль та інші розфасовані продукти без специфічного запаху. За наявності належних умов і технологічного обладнання можливе приготування нескладних страв з подальшим продажем споживачам на місці: гарячого молока з печивом, вафлями, бубликами; вершків, сметани, кефіру з цукром; гарячих бутербродів з ковбасою, сиром; морозива, кондитерських виробів тощо.

#### **8.4. Правила роздрібної торгівлі хлібобулочними виробами**

Хлібобулочні вироби в Україні, як і в усьому світі, є найважливішими продуктами харчування людей.

Хліб – це харчовий продукт, який одержують випіканням розпушеного закваскою або дріжджовим бродінням тіста. Хліб містить у собі практично всі поживні речовини, необхідні людині. У ньому є білки, вуглеводи, вітаміни, мінеральні речовини.

Виготовлення хліба з тіста, розпушеного бродінням, було винайдено вже багато тисяч років тому назад.

Основною сировиною хлібопекарського виробництва є пшеничне і житнє борошно, вода, дріжджі та сіль.

Споживання хлібних продуктів в Україні, згідно з фізіологічними нормами повинно становити 110 кг на людину за рік. Фактичне споживання цих продуктів перевищує фізіологічну норму. При раціональному харчуванні дорослій людині досить 125 кг хлібобулочних виробів за рік або від 300 г до 400 г на добу.

Продаж хлібобулочних виробів здійснюється згідно з Правилами продажу продовольчих товарів, затверджених наказом Міністерства зовнішньо-економічних зв'язків України від 28 грудня 1994 року, №237.

Згідно з правилами для зберігання якості хлібобулочних виробів приміщення роздрібних підприємств повинні бути оснащені спеціальним обладнанням (закритими шафами, підтоварниками, стаці-



онарними та пересувними стелажками, контейнерами, столами для нарізування хліба, хліборізки) та основним інвентарем (ножі, дощечки, щипці, лопатки, виделки для самостійного відбору покупцями товару, а також покривала і чохла із тканини або полімерних плівок для покриття продукції), дозволим МОЗ України. Забороняється перевантажувати хліб і хлібобулочні вироби з лотків у ящики, корзини навалом.

Забороняється зберігати хлібобулочні вироби навалом, а також встановлювати обладнання з хлібом на відстані менше 35 см від підлоги в підсобних приміщеннях і 60 см – у торговельному залі. Не допускається зберігання хліба разом з товарами, які мають різкий та сильний запах.

Кожна партія продукції повинна супроводжуватися документами, в яких зазначається дата виготовлення та година виймання хліба з печі, від якої відраховується строк придатності.

Хліб і хлібобулочні вироби можуть знаходитися у продажу (при температурі не менше 6 С і вологості – 75%) після виймання з печі не більше (Додаток А):

- 36 годин – хліб із житнього і житно-пшеничного оббивного і житнього обдирного борошна, а також із суміші пшеничного і житнього сортового борошна;
- 24 години – хліб із пшенично-житнього і пшеничного оббивного борошна, хліб та хлібобулочні вироби масою більше 200 г із сортового пшеничного, житнього просіяного борошна;
- 16 годин – дрібноштучні вироби масою 200 г і менше.

Після закінчення цих строків продаж хліба та хлібобулочних виробів забороняється, хліб підлягає вилученню з продажу.

Нестандартні, вилучені з продажу вироби, повертають постачальнику в узгоджені терміни згідно з договором. Залишки кусків хліба, сухарні, хлібні крихти, випадково забруднені вироби, збирають у місткості з написом "санітарний брак" і здають їх в установленому порядку.

Забороняється продаж хліба з наявністю плісняви, сторонніх домішок, непромісів, неправильної розпливчастої форми, з тріщинами, з блідою або підгорілою скоринкою.

У разі виявлення ознак захворювання на картопляну хворобу необхідно негайно повідомити про це виробника та органи санітарного нагляду, уражені вироби зняти з продажу і знищити згідно з діючими санітарними правилами і складеним в установленому порядку актом, а обладнання ретельно вимити.

Шафи для зберігання хліба і хлібобулочних виробів необхідно щоденно провітрювати протягом 1-2 години, і не менше одного разу на тиждень промивати теплою водою з милом і протирати 1%-им розчином оцтової кислоти з наступним просушуванням.

Покривала і чохла з полімерних плівок потрібно провітрювати і просушувати щодня, а у разі забруднення промивати теплою водою. Металевий інвентар ретельно промивають гарячою водою і насухо витирають.

Хлібобулочні магазини повинні бути обладнані розвантажувальними площадками з навісом, які захищають продукцію від атмосферного впливу. Приміщення магазинів обладнані спеціальним обладнанням (підтоварниками, пересувними стелажми, столами для нарізування хліба) та інвентарем.

Хлібобулочні вироби більше 500 г розрізають на 2 або 4 рівні частини без зважування і реалізують у полімерних плівках. Якщо хліб розрізається, то інша половинка вкладається у пакет, щоб скоротити процес усихання хліба. Вироби повинні братися спеціальними вилками або смужками чистого паперу, не дозволяється брати хліб руками.

Процівники торгівлі повинні мати санітарну книжку про дозвіл роботи з хлібобулочними виробами.

Продаж хлібних виробів повинен здійснюватися через РРО покупцю повинен видаватися касовий чек.

Працівники, відповідальні за формування, встановлення і застосування роздрібних цін, призначаються керівником суб'єкта господарювання. (Пункт 4 доповнено абзацом згідно з Наказом МЗЕЗторгу N252 від 17.05.97)

Документами, які обґрунтовують сформовані і встановлені ціни на товари, що надійшли до підприємств роздрібною торгівлі та громадського харчування, є рахунки-фактури, накладні, квитанції про прийняття товарів на комісію, заборні листи, калькуляційні картки, інші супровідні документи, книги надходження товарів, акти останньої інвентаризації, описи-акти уцінки, дооцінки, оформлені в установленому порядку. (Пункт 5 доповнено абзацом згідно з Наказом МЗЕЗторгу N 252 від 17.05.97).

Ярлик цін (цінник) призначається для надання покупцям основної інформації на окремий товар.

Ярлики цін (цінники) та покажчики цін повинні мати такі реквізити:

- для вагових товарів – назва товару, сорт, ціна за один кілограм або за сто грамів;
- для товарів, що розфасовані, – назва товару, сорт, ціна за один кілограм або за сто грамів, вага одиниці розфасовки, ціна за одиницю розфасовки;

Роздрібні ціни також можуть бути позначені на товарних ярликах, етикетках підприємств-виготівників, упаковці, в якій товар продається населенню, або безпосередньо на самому товарі, якщо позначення ціни не псує його товарного вигляду та не знижує якості товару.

### **Ситуаційні завдання**

1. Покупець – діабетик – звернувся до продавця з проханням, щоб останній розповів про склад сировини, що входить до витушки здобної, плетінки Української (кількість цукру, жирів і т. д.). Проаналізуйте ситуацію.

#### *Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст.15 п. 1 споживач має право на одержання необхідної, достовірної, доступної та своєчасної інформації про товари, що забезпечує можливість їх свідомого і компетентного вибору. Інформація повинна бути надана до придбання товару.

2. При купівлі хліба "Український новий" подовий, покупець виявив, що хліб має специфічний, не властивий даному виду хліба смак. Покупець вимагав замінити даний хліб. Проаналізуйте ситуацію.

#### *Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст. 8 п. 1 у разі придбання споживачем продовольчих товарів неналежної якості продавець зобов'язаний замінити їх на якісні товари або повернути споживачеві сплачені ним гроші, якщо вказані недоліки виявлені у межах терміну придатності.

3 При покупці батона "Нива" в упаковці покупець звернув увагу, що на етикетці не вказано терміну реалізації та ваги даного виду продукції. Проаналізуйте ситуацію.

#### *Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст.7 п. 2 Закону „Про захист прав споживачів" на виробача вказують термін придатності, який зазначається на етикетці, упаковці та інше.

Продаж товарів, на яких термін придатності не зазначений, забороняється.

4. Зайшовши до магазину "свіжий хліб" Петров І.А. хотів придбати витушку здобну, але вона знаходилась на стелажі так далеко, що було незручно дотянутися, і продавець всіляко почала пропонувати придбати батон "Нива". Проаналізуйте ситуацію.

*Розв'язання ситуації:*

Згідно зі ст.17 п. 2 споживач має право на вільний вибір товарів та послуг у зручний для нього час з урахуванням режиму роботи продавця. Забороняється примушувати споживача придбати товари і послуги неналежної якості або непотрібного йому асортименту

## ТЕСТИ

1. Терміни та умови реалізації круп, макаронних виробів, борошна, кухонної солі повинні відповідати вимогам:

- 1) Нормативних документів.
- 2) Сертифікатів відповідності.
- 3) Чинних нормативно – правових актів.

2. При зберіганні борошна, макаронних виробів, крохмалю, цукру температура та відносна вологість повітря становлять відповідно:

- 1) +10, 70%.
- 2) +30, 60%.
- 3) +20, 70%.

3. У присутності покупця вагові товари відбирають спеціальними:

- 1) Лопатками.
- 2) Совками.
- 3) Ложками.

4. При купівлі сипучих товарів до них забороняється додавати:

- 1) Крихти, пил, змет.
- 2) Домішки іншого гатунку.
- 3) Металодомішки.
- 4) 1 і 2.

5. Маркування фасованих вітчизняних та інших харчових продуктів здійснюється:

- 1) Українською мовою.
- 2) Українською та російською мовами.
- 3) Мовою країни – імпортера.

6. У разі придбання покупцем неякісних сипучих продуктів продавець зобов'язаний:

- 1) Замінити їх на якісні товари.
- 2) Повернути покупцю сплачені ним гроші.

3) Сипучі продовольчі товари не підлягають обміну.

4) 1 і 2.

7. При надходженні на підприємство штучні товари(одиниці розфасовки) перевіряють:

1) За станом індивідуальної упаковки.

2) За станом зовнішньої тари.

3) На наявність етикеток та за вагою.

4) 1 і 3.

8. При зберіганні цукор та крупи ізолюють від:

1) Сильно пахучих, вологих продуктів.

2) Пошкодженої тари.

3) Несвіжих, затхлих продуктів.

9. Сіль зберігається:

1) Разом з будь – якими продуктами.

2) Разом з іншими сипучими продуктами.

3) Окремо від усіх інших продуктів.

10. Вагові товари в мішках викладають на підтоварниках штабелем висотою не більше ніж:

1) 7 мішків.

2) 10-12 мішків.

3) 8-10 мішків.

11. На кожну партію (тушу) продовольчої сировини, призначеної для реалізації на підприємствах роздрібною торгівлі в межах України, крім документа, що підтверджує їх якість і безпеку, повинні бути:

1) Ветеринарна довідка.

2) Ветеринарне свідоцтво.

3) Сертифікат відповідності.

4) 1 і 2.

12. Сирі м'ясопродукти розміщують:

1) Поруч з ковбасами та копченостями.

2) Окремо від інших товарів.

3) Поруч з напівфабрикатами.

13. Терміни, умови зберігання та реалізації м'яса і м'ясопродуктів повинні відповідати вимогам:

1) Ветеринарного свідоцтва.

2) Нормативних документів.

3) Свідоцтва про визнання.

14. Перед продажем заморожене м'ясо попередньо розморозують до температури:

- 1) -8.
- 2) -6.
- 3) + 2.

15. Перед продажем м'ясо птиці:

- 1) Потрошать.
- 2) Миють.
- 3) Звільняють від тари.

16. Попереднє фасування ковбас і копченостей передбачається в обсягах потреби не більше:

- 1) Одного дня реалізації.
- 2) 5-7 годин.
- 3) Двох днів реалізації.

17. Підготовлені до продажу м'ясо і м'ясопродукти подають до торговельного залу на робоче місце, де розмішують:

- 1) За цінами і розміром.
- 2) За видами і цінами.
- 3) За видами і гатунками.

18. При продажу м'яса і м'ясопродуктів без нарізування, за згодою покупця додають не більше:

- 1) Двох доважків, що не перевищують 20% маси покупки.
- 2) Двох доважків, що не перевищують 10% маси покупки.
- 3) Трьох доважків, що не перевищують 10% маси покупки.

ки.

19. Суб'єкти господарської діяльності, які здійснюють продаж м'яса і м'ясопродуктів у сирому вигляді, можуть додатково продавати у відокремлених місцях (відділах, секціях):

- 1) Вироби з м'яса та супутні товари.
- 2) Будь – які продовольчі товари.
- 3) Бакалійні продукти.

20 На замовлення покупця продавець м'ясного магазину зобов'язаний

1) Нарізати ковбасу, копченості, шинку та інше, дотримуючись санітарно – гігієнічних правил.

- 2) Відділити кістки від м'яса.
- 3) Приготувати фарш з м'яса, придбаного на цьому підприємстві.
- 4) 1 і 3.

21. На кожну партію свіжого молока, призначену для реалізації у межах адміністративного району, повинні бути:

- 1) Документ, що підтверджує якість і безпеку.
- 2) Свідоцтво про визнання і сертифікат відповідності.
- 3) Ветеринарна довідка.
- 4) 1 і 3.

22. Морозиво зберігають при температурі:

- 1) -14... -12.
- 2) -12... -8.
- 3) -12... 0.

23. Яйця курячі зберігають окремо від:

1) Пахучих і відкритих товарів.  
2) Товарів, які можуть забруднюватися патогенними мікроорганізмами.

- 3) Будь – яких продуктів.
- 4) 1 і 2.

24. Терміни та умови реалізації молока, молокопродуктів, сирів, морозива, харчових жирів, майонезу, яєць курячих харчових повинні відповідати вимогам :

- 1) Нормативних документів.
- 2) Сертифікату відповідності.
- 3) Ветеринарного свідоцтва.

25. Інструменти для нарізування, зважування і відпуску продуктів (ножі, виделки, лопатки, черпаки, мірки тощо) обов'язково промивають:

- 1) Гарячим мильним розчином.
- 2) Гарячим содовим розчином.
- 3) 20%-им розчином оцту.

26. Обсяги попереднього фасування яєчного порошку, сухого молока, сирів, масла та інших (крім рідких) товарів передбачають у межах потреби.

- 1) Тижня реалізації.
- 2) Одного дня реалізації.
- 3) Двох днів реалізації.

27. Пломби та бірки з реквізитами від молокопродуктів в опломбованій тарі зберігають:

- 1) До кінця реалізації молокопродуктів.
- 2) До кінця дня прийняття молокопродуктів.
- 3) Протягом місяця.

28 Розфасовані молокопродукти та штучні сири відпускають:

- 1) В упаковці підприємства, що здійснює продаж.
- 2) В упаковці покупця.
- 3) В упаковці виробника.

29. Транспортні засоби для перевезення молокопродуктів повинні:

- 1) Мати ветеринарне свідоцтво.
- 2) Мати санітарний паспорт.
- 3) Бути чистими.
- 4) 1 і 3.
- 5) 2 і 3.

30. Реалізація молокопродуктів на підприємствах роздрібної торгівлі дозволяється протягом:

- 1) 14 днів з дня поставки.
- 2) Збереження якості та товарного вигляду.
- 3) Термінів їх придатності до споживання.



## **ТЕМА 9. ПРАВИЛА ТОРГІВЛІ НЕПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ**

### **9.1. Правила продажу непродовольчих товарів**

#### **9.1.1. Особливості продажу товарів побутової хімії, мінеральних добрив та засобів захисту рослин**

Цей розділ Правил визначає особливості продажу засобів по догляду : за білизною і одягом; за посудом та предметами домашнього вжитку; за взуттям, виробами із шкіри та шкірозамінників; за дерев'яними меблями; за автомобілями; засобів для боротьби з побутовими комахами; засобів антимильних ; засобів дезінфекційних та антистатичних; дезодорантів для приміщень та поглиначів запахів; готових клеїв; хімічних засобів захисту рослин; ґрунтовок і шпакльовок малярних; фарбувальних речовин; добрив мінеральних та інших (далі – товари побутової хімії).

Маркування товарів побутової хімії, мінеральних добрив та засобів захисту рослин передбачає наявність інформації : найменування підприємства – виробника, його адреси, товарного (фірмового) знака, назви виробу, маси нетто або місткості, номера партії, терміну придатності, призначення та способу застосування, умов зберігання, попереджувальних написів та запобіжних заходів, дати виготовлення, позначення нормативного документа.

Маркувальні дані розміщуються на етикетках або на упаковці.

На упаковці отруйних або вогненебезпечних товарів повинні бути попереджувальні написи: «Отрута», «Вогненебезпечно», «Берегти від вогню», «Не розпиляти біля відкритого вогню», «Оберігати від попадання в очі» та ін., а також інформація про правила та умови безпечного їх використання.

Фарби мають додаткові маркувальні дані : марку, колір, витрати на 1 кв.м, правила поводження з товаром, вид розбавника.

При прийманні перевіряється дата виготовлення і термін придатності товарів, які при тривалому зберіганні втрачають якість (клеї, оліфи, лаки, емалі, фарби, деякі отрутохімікати, фотохімікати).

Зберігання товарів побутової хімії, мінеральних добрив та засобів захисту рослин здійснюється з дотриманням вимог правил пожежної безпеки, а також санітарних вимог щодо транспортування та зберігання товарів.

Суб'єкти господарювання здійснюють зберігання та продаж товарів побутової хімії, мінеральних добрив та засобів захисту рослин в торговельних приміщеннях з урахуванням їх складу та призна-

чення за обов'язкової умови, що отруйні товари зберігаються окремо від решти товарів.

Товари побутової хімії, мінеральні добрива та засоби захисту рослин зберігають в закритих сухих, чистих, добре вентиляованих приміщеннях з підлогою із бетону або із керамічних плиток при температурі не нижче 0. С і не вище +20.-25. С і відносній вологості повітря не більше 55–65 %.

Для уникнення погіршення якості хімічних товарів (зволожування, руйнування та розкладання) забороняється зберігати товари побутової хімії у вологих приміщеннях.

При зберіганні легкозаймистих і горючих рідин у аерозольній упаковці, пляшках та в іншій тарі необхідно їх захищати від попадання на них прямих променів світла та теплового впливу, при цьому забороняється зберігати одночасно більше 15 тис. аерозольних упаковок.

При зберіганні товарів побутової хімії, мінеральних добрив та засобів захисту рослин розміщують окремо по групах, видах з урахуванням їх особливих властивостей.

Тверді лакофарбові товари зберігають окремо від рідких.

Товари, які мають підвищену пожежну небезпеку (аерозольні упаковки, лаки, розчинники, нітроемалі, клеючі матеріали тощо), зберігають у герметичній тарі окремо від інших товарів у спеціально пристосованих приміщеннях..

Окремо від інших товарів зберігають отрутохімікати.

Забороняється зберігати :

- легкозаймисті та горючі рідини в скляній тарі більше 0,5 л кожна;
- масла та інші мастильні матеріали, олійні фарби, оліфу, смолу – разом з горючими матеріалами ;
- лаки, спирти, розріджувачі, оліфу та інші вогнебезпечні речовини – в підвалах приміщень торговельного підприємства;
- хімічні препарати і реактиви – в одному приміщенні з окислювачами, кислотами, горючими газами, легкозаймистими горючими рідинами.

Товари побутової хімії, мінеральні добрива та засоби захисту рослин в твердій упаковці розміщують на підтоварниках висотою штабеля не більше 1,5 м, а в м'якій упаковці – на полиця стелажів.

Ці товари розміщують на відстані не менше 1 м від приладів опалення, відстань між стінами та штабелями має бути не менше 1 мм.

При тривалому зберіганні товарів побутової хімії, мінеральних добрив та засобів захисту рослин необхідно періодично оглядати, в

разі необхідності просушувати, перевіряти цільність і герметичність тари отруйнохімікатів, лакофарбових товарів, клеїв тощо.

На кожній упаковці (тарі) з хімічною речовиною повинна бути етикетка або бірка з його назвою та зазначенням характерних властивостей (окислювач, пальне, самозаймисте тощо).

Всі товари побутової хімії, мінеральні добрива та засоби захисту рослин повинні мати анотації з інформацією про споживчі властивості товару.

В торговельному (демонстраційному) залі товари побутової хімії, мінеральні добрива та засоби захисту рослин розміщують по групах на пристінних та острівних гірках, прилавках, в контейнерах та в іншому обладнанні.

Забораються продаж товарів без інформаційних етикеток, із закінченим терміном придатності, товарів в пошкодженій упаковці, а також небезпечних товарів побутової хімії (отруйнохімікати, вогне-небезпечні речовини та ін.) без належного попереджувального маркування та без інформації про правила та умови їх використання.

Продаж вогнебезпечних та отруйних побутових хімічних речовин неповнолітнім та особам у нетверезому стані забороняється.

Товари побутової хімії в аерозольній упаковці продаються в ізольованих секціях або в ізольованих робочих місцях.

Асортимент товарів побутової хімії, мінеральних добрив та засобів захисту рослин може бути розширений за рахунок продажу інструментів для малярних робіт, садовогогороднього інвентаря тощо.

Враховуючи можливий несприятливий вплив засобів побутової хімії, мінеральних добрив та засобів захисту рослин на організм людини, до роботи з ним допускаються лише практично здорові люди віком 18-55 років, які не мають нервових, шкірних і алергічних захворювань. Особи віком понад 55 років допускаються тільки з дозволу медичних органів. Не допускаються до роботи особи з підвищеною чутливістю до хімічних речовин.

### **9.1.2. Особливості продажу лісоматеріалів і будівельних матеріалів**

Загальні умови заняття торговельною діяльністю, основні вимоги до торговельної мережі і торговельного обслуговування громадян у процесі купівлі товарів для власних побутових потреб у господарюючих суб'єктів визначаються «Порядком заняття торговельною діяльністю і правилами торговельного обслуговування населення».

Торговельна діяльність здійснюється у сферах оптової і роздрібно-ї торгівлі та громадського харчування і регулюється відповідними законами та Постановою Кабінету Міністрів України.

Здійснювати торговельну діяльність господарюючі суб'єкти мають право лише після державної реєстрації їх як суб'єктів підприємницької діяльності або за наявності у них ліцензії на торгівлю окремими видами товарів.

Для контролю за роботою підприємства з боку покупців в торговельному залі мають бути в наявності санітарні та ветеринарні правила, асортиментні переліки товарів, правила продажу товарів та інша нормативно-технічна документація.

Порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу та продаж окремих груп непродовольчих товарів регламентується правилами продажу непродовольчих товарів.

Далі **розглянемо особливості продажу** лісоматеріалів круглих, пиломатеріалів, будинків дерев'яних та їх деталей, стінових матеріалів і в'язучих речовин, покрівельних, ізоляційних та теплоізоляційних матеріалів, матеріалів для облицювання та оброблювання, скла віконного, санітарно-технічного обладнання, труб та з'єднувальних деталей до них та інших (далі – лісоматеріали та будівельні матеріали).

При прийманні лісоматеріалів та будівельних матеріалів, перевіряються їх кількість і якість, наявність деталей в комплекті, відповідність супровідним документам, паспортним даним.

Зберігають лісоматеріали і будівельні матеріали рядами, штабелями, в рулонах, в контейнерах, клітках, кіпах, ящиках, на стелажках, піддонах, підштабельних основах та ін. в закритих та сухих приміщеннях.

Круглі лісоматеріали та цеглу зберігають під навісом або накритими.

Усі стругані деталі та готові вироби із деревини зберігаються під навісом або у критих складах.

Сипучі товари без упаковки (вапно, крейда, цемент, гіпс тощо) зберігають в закритих сухих приміщеннях з щільними стінами і підлогою; сипучі товари в мішках – напідтоварниках в закритих, сухих, добре вентиляованих приміщеннях або під навісом за умови, яка виключає можливість проникнення вологи. Сипучі матеріали, що дуже пилять (вапно, алебастр, цемент, крейда тощо), зберігають окремо від інших матеріалів.

Окремі види будівельних матеріалів зберігають:

- скляні пустотілі блоки – укладеними на торець рядами з прокладками між ними висотою вантаження не більше 1,5 м ;
- рулони м'якої покрівлі – у вертикальному положенні не більше ніж у 2 ряди по висоті;
- рулони лінолеуму – вертикально в 1 ряд по висоті;
- листи і деталі азбестоцементні – не більше 135 штук у стопці.

У місцях зберігання лісоматеріалів і будівельних матеріалів встановлюють щити із зазначенням найменування товару ; на штабелях, стелажах, рядах і т.п. вивішують бірки із зазначенням артикула, сорту. Для круглих лісоматеріалів вказують також породу деревини і довжину, а для пиломатеріалів – додатково ступінь обробки (обрізні та необрізні).

Забороняється складати та зберігати товар у підмочених кіпах, тюках, коробках і в ящиках.

Усі лісоматеріали та будівельні матеріали перед складанням ретельно перевіряються для того, щоб не допустити занесення до місць зберігання різноманітних грибків та шкідників.

В обов'язковому порядку проводяться заходи щодо боротьби з шкідливими комахами та гризунами, а також дезінфекція приміщення.

Товари та матеріали, що тривалий час зберігаються, періодично переглядаються, перекладаються, просушуються, очищаються від пилу, торці лісоматеріалів покриваються вологозахисними замазками.

При зберіганні виробів із скла, фаянсу та фарфору, необхідно дотримуватися попереджувальних знаків, зображених на упаковці попереджувальних написів: «Верх», «Обережно – скло», «Нкантивати», «пластом не класти».

Суб'єкт господарювання повинен забезпечити умови для вільного підходу до них, необхідні умови щодо зберігання, перевірки їх якості, надання покупцям додаткових послуг.

Продаж великогабаритних будівельних матеріалів місцевого виробництва може здійснюватися за зразками з доставкою їх безпосередньо з місць виробництва на прохання покупця за вказаною ним адресою. Сипучі нерудні матеріали продають і доставляють покупцю з базових організацій з оплатою через торговельні підприємства.

Суб'єкт господарювання, що здійснює продаж лісоматеріалів і будівельних матеріалів, повинен мати торговельний (демонстраційний) зал, в якому виставляються зразки товарів, проводяться

розрахунки з покупцями, організується довідково-інформаційна служба, оформляються та сплачуються послуги.

Дерев'яні будинки заводського виготовлення, комплекти деталей будинків із стінами з місцевих будівельних матеріалів, а також садові будиночки суб'єкт господарювання за вимогою покупців повинен продавати комплектно з усіма матеріалами, виробами, а також обладнанням, які необхідні для будівництва будинку (цемент, шифер, віконне скло, повсть утеплювальна будівельна, цвяхи, фарби та лаки, предмети сантехнічного та опалювального обладнання тощо).

Забороняється продаж колонок водонагрівних та опалювальних котлів без сантехнічних паспортів, інструкцій по експлуатації, гарантійних талонів.

В торговельному (демонстраційному) залі для інформації покупців повинні бути таблиці з коефіцієнтами переведення круглих лісоматеріалів та обапола в цільну кубомасу, правила обмірювання лісоматеріалів тощо.

Усі види скла продають цілими листами або за розмірами, вказаними покупцем.

Ріжуть скло по прямій лінії за додаткову плату. Залишки скла шириною до 20 см включно оплачуються покупцем і видаються йому разом з основною покупкою. Залишки скла більше цього розміру покупцем не сплачуються, їх залишають в торговельному підприємстві та продають для скління кватирок, парникових рам, теплиць та ін.

Торці листів скла повинні бути рівними, ріжучі краї закриті папером.

Бій скла, а також залишені покупцем залишки скла зберігаються в контейнерах (ящиках) для відходів і здаються торговельним підприємством місцевим організаціям вторсировини в установленому порядку.

При продажу лісоматеріалів і будівельних матеріалів суб'єкт господарювання може надавати покупцям такі додаткові послуги :

- вантаження куплених товарів;
- доставка товарів своїм або залученим транспортом за вказаною покупцем адресою;
- розкрій деревостружкових або деревоволокнистих плит і фанери;
- торцювання бруска та пиломатеріалів на заготівку вказаної покупцем довжини ;
- нарізування скла за розмірами, що вказані покупцем;

- приймання попередніх замовлень на товари, що тимчасово відсутні у продажу;
- продаж талонів та придбання місцевих нерудних матеріалів з базових організацій;
- збирання стандартних будинків своїми силами чи підрядними бригадами на договірній основі;
- згинання та різиння труб і металопрокату, нарізка різьби на трубах;
- виготовлення нестандартних столярних конструкцій (рам, дверей тощо) на замовлення покупців;
- видача напрокат будівельних механізмів, інструментів, їх настрійка і заточка;
- зберігання протягом доби великогабаритних та важких лісоматеріалів і будівельних матеріалів. За домовленістю з адміністрацією магазину строк зберігання може бути продовжено;
- консультації по виконанню будівельних і ремонтних робіт;
- ознайомлення покупців з каталогами типових проектів індивідуальних житлових будинків своїми силами або підрядними бригадами на договірних засадах;
- розрахунок норм витрат лісоматеріалів і будівельних матеріалів згідно з індивідуальними проектами на житлове будівництво.

Суб'єкт господарювання забезпечує з дотриманням відповідних правил продаж супутніх товарів : фарб, лаків, розчинників та розбавників, сикативів готових, пензлів малярних, ручного будівельного та деревообробного інструменту, садово-городнього реманенту, електрошнурів, електропроводів, електроустановчих виробів, засобів захисту рослин, замкових виробів тощо

### **9.1.3 Особливості продажу меблів**

Кожний меблевий виріб повинен мати маркування, яке наноситься на приклеєний до виробу паперовий ярлик, виготовлений друкарським способом. Дозволяється наносити маркування штемпелюванням, штампкуванням, випалюванням.

Маркування передбачає наявність інформації про найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву виробу, артикул, дату виготовлення, позначення нормативного документа.

На всі вироби, що входять до складу набору (гарнітура) меблів, поряд з ярликом має бути нанесений умовний знак або номер, що вказує на належність виробу до набору (гарнітура).

До упаковки меблів має бути прикріплений зразок личкувальної тканини. У разі відсутності упаковки або застосування прозорої (поліетиленової) упаковки зразок тканини має бути прикріплений до виробу.

Меблі зберігають у сухих, чистих, вентиляованих приміщеннях при температурі не нижча ніж  $+2^{\circ}$  град. С і відносній вологості повітря 45-70%.

При зберіганні меблі розміщують на відстані 15–20см від стін, 0,5-1 м – від приладів опалення, не менше ніж 0,5 м від джерел, електричного освітлення, при. ширині проходів між виробами не менше ніж 1 м.

Дзеркала і скло зберігають в окремих закритих вентиляованих приміщеннях при температурі не нижче ніж  $+10^{\circ}$  С і відносній вологості, повітря не більше ніж 70% на полицях, стелажах тощо. Дзеркала, які мають площу більше ніж 0,1 кв. м, установлюють на торцеву поверхню. Щоб уникнути подряпин, кожне дзеркало перекладають папером.

Для збереження меблів від пилу та забруднення їх закривають чохлами з тканини, поліетиленовими плівками.

#### **9.1.4. Особливості продажу тютюну і тютюнових виробів**

При продажу тютюну та тютюнових виробів використовують такі терміни:

- тютюн – засіб, що містить нікотин і виготовлений з рослини родини пасльонових;
- тютюнові вироби – сигарети з фільтром або без фільтру, цигарки, сигарети, а також люльковий, нюхальний, смоктальний, жувальний тютюн, махорка та інші вироби з тютюну чи його замінників для куріння, нюхання, смоктання чи жування;
- замінники тютюну – засоби, які за своєю дією на здоров'я людини відповідають тютюну, але не містять його;
- інгредієнти тютюнових виробів – будь-які речовини, за винятком тютюну, що використовуються для виробництва тютюнових виробів;
- куріння тютюнових виробів – дії, що призводять до згорання тютюнових виробів, у результаті чого утворюється тютюновий дим, який виділяється в повітря та вдихається особою, яка їх курить;
- тютюновий дим – продукти згорання тютюнових виробів, що виділяються в повітря внаслідок їх куріння;



- смола – сирий безводний, безнікотиновий конденсат тютюнового диму, що утворюється внаслідок згорання тютюну і містить шкідливі для здоров'я людини речовини;
- нікотин – речовина, що міститься в тютюні, і у разі вживання тютюнових виробів особою у будь-який засіб здатна викликати залежність від неї;
- залежність від вживання тютюнових виробів – психічна та фізична залежність особи від нікотину та інших інгредієнтів тютюнових виробів, що потрапляють в її організм внаслідок вживання нею тютюнових виробів;
- предмети, пов'язані з вживанням тютюнових виробів – портсигари, мундштуки, люльки, сигаретний папір, фільтри, обрізувач сигарет, що необхідні для вживання тютюнових виробів, крім запальничок та сірників;
- медичне попередження споживачів тютюнових виробів – інформація, що міститься на упаковках тютюнових виробів про шкідливий вплив їх вживання на здоров'я людини, про вміст нікотину, смоли, що входять до складу тютюнових виробів та потрапляють в організм людини під час їх вживання;
- упаковка – пачка, коробка чи будь-яке інше упакування тютюнових виробів для реалізації, за винятком прозорих оболонок, що застосовуються в роздрібній торгівлі.

Реалізація (продаж) тютюнових виробів, предметів пов'язаних з їх вживанням, забороняється особам, які не досягли 18 років.

Забороняється роздрібна та оптова торгівля, виробництво, крім виробництва для експорту, імпорт для реалізації на території України тютюнових виробів:

- в яких показники вмісту нікотину та смоли в тютюнових виробках та в тютюновому димі перевищують – нікотину 1,2 міліграма, смоли – 12 міліграмів;
- на упаковці яких відсутні медичні попередження споживачів тютюнових виробів;
- із використанням на їх упаковці написів, назв, зображень, знаків, що можуть ввести в оману щодо характеристик тютюнових виробів, у тому числі включати такі характеристики, як "легкі", "ультралегкі", "м'які", "з низьким вмістом смол".

Забороняється виробникові тютюнових виробів вміщувати в пачку тютюнових виробів будь-які вкладки з інформацією про тютюнові вироби, що не передбачена законодавством.

Забороняється включення тютюнових виробів і предметів, пов'язаних із вживанням тютюнових виробів, до гуманітарної допомоги.

Забороняється фінансування, надання пільг за рахунок коштів Державного бюджету України та місцевих бюджетів виробникові тютюнових виробів та суб'єктам господарювання, що здійснюють їх реалізацію.

Визначення вмісту нікотину, смоли, інших шкідливих для здоров'я людини речовин, у тому числі інгредієнтів тютюнових виробів, у тютюнових виробках та тютюновому димі здійснюється організаціями (лабораторіями), яким в установленому законом порядку надане право випробування продукції на відповідність її вимогам безпеки для здоров'я та життя людини. Зазначені організації (лабораторії) включаються органом з питань технічного регулювання та споживчої політики до відповідного переліку, який підлягає оприлюдненню.

Контроль за дотриманням визначених законом показників вмісту нікотину та смоли, а також показників вмісту інших шкідливих для здоров'я людини речовин та інгредієнтів тютюнових виробів у тютюнових виробках, що виробляються, реалізуються на території України, здійснює в межах своїх повноважень центральний орган виконавчої влади у сфері охорони здоров'я.

Центральний орган виконавчої влади у сфері охорони здоров'я щорічно публікує переліки шкідливих для здоров'я людини речовин та інгредієнтів тютюнових виробів, що входять до складу тютюнових виробів та виділяються з тютюновим димом під час їх куріння, а також інформує населення через засоби масової інформації про шкідливі речовини та інгредієнти тютюнових виробів, що містяться в складі тютюнових виробів та виділяються з тютюновим димом при їх курінні, про шкоду для здоров'я людини вживання тютюнових виробів.

Виробник або імпортер тютюнових виробів на вимогу центрального органу виконавчої влади у сфері охорони здоров'я зобов'язаний у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, надати інформацію про вміст

шкідливих для здоров'я людини речовин: нікотину, смоли, інших шкідливих для здоров'я людини речовин та інгредієнтів, що містяться в тютюнових виробках і виділяються з тютюновим димом під час їх куріння.

На кожній упаковці тютюнових виробів повинно бути зазначено основне медичне попередження споживачів тютюнових виробів та

одне додаткове медичне попередження про шкоду, якої завдає здоров'ю людини куріння тютюнових виробів, відомості щодо вмісту нікотину та смоли, що входять до складу тютюнових виробів і виділяються з тютюновим димом під час їх куріння.

На одній більшій зовнішній стороні упаковки тютюнових виробів зазначається основне медичне попередження споживачів тютюнових виробів: "Куріння призводить до серцево-судинних захворювань та раку легенів".

На другій більшій зовнішній стороні упаковки тютюнових виробів зазначається одне із шести додаткових медичних попереджень такого змісту:

1. "Куріння під час вагітності шкодить вашій дитині";
2. "Тютюновий дим шкодить здоров'ю тих, хто вас оточує";
3. "Куріння викликає залежність, не починайте курити!";
4. "Куріння викликає імпотенцію";
5. "Захистіть дітей: не дозволяйте їм дихати вашим димом";
6. "Курці помирають рано".

Кожний варіант текстів додаткових медичних попереджень наноситься виробником тютюнових виробів на упаковки тютюнових виробів почергово.

Основне та додаткове медичні попередження споживачів тютюнових виробів повинні займати не менше 30 відсотків площі зовнішньої поверхні кожної більшої сторони упаковки тютюнових виробів.

Інформація щодо вмісту нікотину та смоли, що входять до складу тютюнових виробів і виділяються з тютюновим димом під час куріння, зазначається на зовнішній поверхні однієї меншої сторони упаковки тютюнових виробів і повинна займати не менше 15 відсотків площі цієї сторони.

Тексти основного та додаткового медичних попереджень споживачів тютюнових виробів, які зазначаються на кожній упаковці тютюнових виробів, повинні бути чіткими, надрукованими в чорній рамці, ширина якої не менша, ніж три міліметри, чорним жирним шрифтом на білому фоні, рядковими буквами, за винятком першої букви попередження, розміщеними по центру рамки таким чином, щоб забезпечити цілісність цих текстів при відкриванні тютюнового виробу способом, зазначеним на його упаковці, і не перекриватися іншою друкованою інформацією або марками акцизного збору.

Медичні працівники закладів охорони здоров'я усіх форм власності зобов'язані:

- пропагувати медичні знання з питань профілактики захворювань, спричинених курінням тютюнових виробів чи іншим способом їх вживання, і запобігати їх вживанню серед населення, насамперед серед дітей та молоді;
- надавати практичні поради щодо здорового способу життя та рекомендувати не починати курити чи іншим способом вживати тютюнові вироби або припинити їх вживання;
- роз'яснювати про шкідливі наслідки для здоров'я людини куріння тютюнових виробів чи іншого способу їх вживання, впливу тютюнового диму;
- надавати особам, які бажають позбутися залежності від вживання тютюнових виробів, відповідну лікувально-профілактичну допомогу.

Заклади охорони здоров'я усіх форм власності зобов'язані в приміщенні, де вони обслуговують громадян, розміщувати наочну інформацію про шкідливі наслідки для здоров'я людини куріння тютюнових виробів чи інших способів їх вживання, впливу тютюнового диму, практичні поради щодо здорового способу життя, рекомендації щодо відмови від куріння чи іншого способу вживання тютюнових виробів.

Медичні працівники, які працюють у відповідних навчальних закладах, повинні сприяти впровадженню в життя навчальних програм з питань профілактики вживання тютюнових виробів.

Санітарно-епідеміологічні служби та центри охорони здоров'я зобов'язані проводити у відповідних регіонах роботу по роз'ясненню населенню шкідливих наслідків для здоров'я людини вживання тютюнових виробів, пропагувати здоровий спосіб життя. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення та спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади з питань телебачення і радіомовлення та засоби масової інформації зобов'язані сприяти зазначеним службам у проведенні цієї роботи.

Реклама тютюнових виробів здійснюється відповідно до закону про рекламу.

Для забезпечення реалізації основних напрямів державної політики щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення центральним органом виконавчої влади у сфері охорони здоров'я проводиться моніторинг ефективності вжитих заходів, що передбачає:

- спостереження за станом здоров'я населення з метою виявлення змін у стані його здоров'я у зв'язку з проведеними заходами,

спрямованими на попередження та зменшення куріння тютюнових виробів чи інших способів їх вживання, насамперед серед дітей та молоді;

- дослідження поширення вживання тютюнових виробів серед населення та оцінку одержаних даних;
- розроблення та впровадження в медичну практику методів профілактики, діагностики і лікування залежності від вживання тютюнових виробів, захворювань, спричинених курінням тютюнових виробів чи іншим способом їх вживання.

Центральний орган виконавчої влади у сфері охорони здоров'я зобов'язаний щорічно в установленому порядку оприлюднювати результати моніторингу в засобах масової інформації.

Україна бере участь у міжнародному співробітництві з відповідними міжнародними організаціями з питань контролю та протидії протиправному обігу тютюнових виробів для вжиття спільних заходів щодо запобігання поширенню вживання тютюнових виробів та боротьби з курінням, гармонізації державних стандартів з міжнародними стандартами, які визначають вимоги до безпеки тютюнових виробів. З цією метою здійснюються обмін інформацією, прогресивними технологіями, професійна та наукова співпраця відповідних органів і організацій.

Держава підтримує усі форми міжнародного співробітництва щодо запобігання поширенню вживання тютюнових виробів, що не суперечать законодавству України.

Особи, винні у порушенні законодавства, несуть відповідальність згідно з законом.

За порушення норм Закону орган з питань технічного регулювання та споживчої політики застосовує фінансові санкції до суб'єктів господарювання у разі:

- роздрібної реалізації тютюнових виробів без медичних попереджень споживачів тютюнових виробів – від 50 гривень до 10 тисяч гривень;
- роздрібної реалізації тютюнових виробів, у яких вміст шкідливих речовин перевищує встановлені Законом допустимі рівні, – від 100 гривень до 20 тисяч гривень;
- оптової реалізації тютюнових виробів на території України без медичних попереджень споживачів тютюнових виробів – від 500 гривень до 10 тисяч гривень;

- оптової реалізації тютюнових виробів на території України, у яких вміст шкідливих речовин перевищує встановлені Законом допустимі рівні, – від 1000 гривень до 20 тисяч гривень;
- виробництва та введення в обіг на території України тютюнових виробів без медичних попереджень споживачів тютюнових виробів – від 2 тисяч гривень до 20 тисяч гривень;
- виробництва та введення в обіг на території України тютюнових виробів, у яких вміст шкідливих речовин перевищує встановлені Законом допустимі рівні, – від 5 тисяч гривень до 50 тисяч гривень.

Роздрібна або оптова, включаючи імпорт або експорт, або роздрібна торгівля тютюновими виробами без наявності ліцензії або без марок акцизного збору чи з підробленими марками цього збору тягне за собою накладення штрафу від 20 до 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією предметів торгівлі та виручки, одержаної від продажу предметів торгівлі.

Порушення працівником підприємства (організації) торгівлі або громадського харчування правил торгівлі тютюновими виробами, а саме: торгівля тютюновими виробами в приміщеннях або на територіях, заборонених законом, або в інших місцях, визначених рішенням відповідної сільської, селищної, міської ради як такі, де роздрібна торгівля тютюновими виробами через торгові автомати чи неповнолітніми особами, а також тютюнових виробів особі, яка не досягла 18 років, тягне за собою накладення штрафу від 5 до 20 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Торгівля тютюновими виробами з рук тягне за собою накладення штрафу від 3 до 10 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією предметів торгівлі.

### **Ситуаційні завдання**

1. Барок Анатолій Петрович в магазині «Будматеріали» 10.10.2005 року придбав фарбу для підлоги у кількості 5 банок на суму 1500 грн, загальною вагою 10 кг. Разом з товаром споживачеві було надано товарний чек з позначенням найменування товару, його кількості та загальної вартості.

Вдома він з'ясував, що термін придатності закінчився ще місяць тому. Він вирішив розірвати договір купівлі-продажу, бо не хоче мати справ з цією фірмою, та вимагає, щоб продавець прийняв товар самостійно.

*Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача на належну якість товару (ст.14). Барок А.П. має право за своїм бажанням розірвати договір та повернути сплачені ним кошти за цей товар. Вага товару перевищує 5 кг, отже, його вимоги правомірні і повинні бути задоволені.

2. Барок Анатолій Петрович купив у фірмі «Дімсадгород» мінеральні добрива (вагою 50 кг) для підкормки культурних рослин. На упаковці товару зазначені такі дані: найменування товару, нормативні документи, дані про властивості, ціну, правила та умови використання, дата виготовлення та термін придатності. Але всі ці дані – іноземною мовою.

*Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача на інформацію про товар (ст.18). Інформація про товар наводиться на етикетці чи маркуванні у доступній наочній формі. Споживач має право розірвання договору.

3. Барок Анатолій Петрович купив в фірмі «ДомСадГород» отрутохімікати для обробки культурних рослин. На упаковці товар зазначені наступні дані: найменування товару, нормативні документи, дані про властивості, дані про ціну, дату виготовлення та термін придатності, але без належного застережувального маркування. В наслідок цього була завдана шкода споживачу.

*Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача на інформацію про товар (ст.18). Інформація про товар наводиться на етикетці чи маркуванні іноземною мовою. Виробник повинен відшкодувати всі збитки, завдані споживачеві, та заплатити штраф у розмірі 100% вартості одержаної для реалізації партії товару. Але не менше двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

4. Барок Анатолій Петрович купив в магазині «Союз» засіб для виведення плям. На упаковці товару зазначені такі дані: найменування товару, нормативні документи, дані про властивості, дані про ціну, дату виготовлення та термін придатності, але на іноземною мовою. Не володіючи іноземною мовою, покупець на свій розсуд використав придбаний засіб наслідок чого була завдана шкода його одягу.

### *Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача на інформацію про товар (ст.18). Інформація про товар наводиться на етикетці чи маркуванні у доступній наочній формі. Виробник (виготівник, продавець) повинні відшкодувати завдані збитки.

5. Барок Анатолій Петрович купив у фірмі «Дімсадгород» мінеральні добрива вагою 50 кг для підкормки культурних рослин. На упаковці товар зазначені наступні дані: найменування товару, нормативні документи, дані про властивості, дані про ціну, правила та умови використання, дата виготовлення та термін придатності. При точному дотримання умов використання на етикетці була завдана значна шкода рослинам. Виявилося, що склад добрив, зазначений на етикетці, не відповідає фактичному складу мінеральних добрив

### *Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача на інформацію про товар (ст.18). Інформація про товар наводиться на етикетці чи маркуванні у доступній наочній формі, вона повинна бути точною, достовірною, своєчасною. Споживач має право вимагати відшкодування завданих йому збитків.

6. Кагадій Анатолій Петрович в магазині «Лісовик» 10.10.2005 року придбав круглі лісоматеріали з сосни на суму 1250 грн, вагою 120 кг. Разом з товаром споживачеві було надано товарний чек з позначенням найменування товару, його кількості та загальної вартості.

Вдома він з'ясував, що на двох одиницях придбаного матеріалу присутні значні дефекти: гнилий сучок та червоточина.

### *Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача на належну якість товару (ст.14). Кагадій А.П. має право: безоплатного усунення недоліків товару або відшкодування витрат на їх виправлення споживачем чи третьою особою; заміни на товар аналогічної марки належної якості; відповідного зменшення купівельної ціни; заміни на такий же товар іншого артикулу з відповідним перерахуванням купівельної ціни; розірвання договору та відшкодування збитків.



7. Кагадій Анатолій Петрович в магазині «Лісовик» 10.10.2005 року придбав круглі лісоматеріали з сосни на суму 1250 грн вагою 120 кг. Разом з товаром споживачеві було надано товарний чек з позначенням найменування товару, його кількості та загальної вартості.

Вдома він з'ясував, що на двох одиницях придбаного матеріалу присутні значні дефекти: гнилий сучок та червоточина. Він вирішив розірвати договір купівлі-продажу, бо не хоче мати справ з цією фірмою та вимагає, щоб продавець прийняв товар від нього.

*Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача на належну якість товару (ст.14). Кагадій А.П. має право за своїм бажанням розірвати договір та повернути сплачені ним кошти за цей товар. Вага товару перевищує 5 кг, отже його вимоги правомірні і повинні бути задоволені.

8. Кагадій Анатолій Петрович в магазині «Лісовик» 10.10.2005 року придбав круглі лісоматеріали з сосни на суму 1250 грн. вагою 120 кг. Разом з товаром споживачеві було надано товарний чек з позначенням найменування товару, його кількості та загальної вартості.

Вдома він з'ясував, що на двох одиницях придбаного матеріалу присутні значні дефекти: гнилий сучок та червоточина. Він вирішив замінити дефектний товар на товар належної якості. Але на час обміну були тільки круглі лісоматеріали з берези.

*Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача на належну якість товару (ст.14). Кагадій А.П. має право обміну дефектного товару на товар належної якості цього ж найменування та артикулу, або заміну на інший з перерахуванням ціни. В даному випадку він може: зачекати на лісоматеріали з сосни (ст.14.4 – задоволення вимоги у двомісячний термін), обміняти дефектний товар на товар з берези (ст.14.5 – перерахунок вартості проводиться виходячи з цін, що діють на час обміну), розірвати договір.

9. Кагадій Анатолій Петрович в магазині «Лісовик» 10.10.2005 року придбав круглі лісоматеріали з сосни на суму 1250 грн. вагою 120 кг. Разом з товаром споживачеві було надано товарний чек з позначенням найменування товару, його кількості та загальної вартості.

Вдома він з'ясував, що на двох одиницях придбаного матеріалу присутні значні дефекти: гнилий сучок та червоточина. Він вирішив замінити дефектний товар на товар належної якості. Але споживач загубив розрахунковий документ (чек)

### *Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача на належну якість товару (ст.14). Але вимоги споживача розглядаються після пред'явлення ним розрахункового документа, що засвідчує факт купівлі з позначкою про дату продажу (ст.14.9). У разі втрати споживачем цього документа його відновлення здійснюється у порядку, визначеному законодавством.

10. Кагадій Анатолій Петрович уклав договір про виконання робіт з лісоматеріалів з ПП «Лісовик». Договір підписан 10.10.2005. За цим договором до 10.11.2005 року виконавець повинен змайструвати Кагадію А.П. м'який куточок вказаних розмірів (150\*07\*0,5). Ціна за виконання договору – 750 грн.

Кагадій А.П. вирішив перевірити, чи встигає виробник виконати умови договору. 01.11.2005 року. Приїхавши до ПП «Лісовик», він дізнався, що робота на його замовлення ще не розпочиналася й, вочевидь, виробник не встигне вкластися в умови договору.

### *Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача про виконання умов договору (ст.15). Кагадій А.П. має право відмовитися від договору про виконання робіт та надання послуг і вимагати відшкодування збитків, бо виконавець своєчасно не приступив до виконання договору і не може закінчити її у визначений термін.

11. Кагадій Анатолій Петрович уклав договір про виконання робіт з лісоматеріалів з ПП «Лісовик». Договір підписаний 10.10.2005. За цим договором до 10.11.2005 року виконавець повинен змайструвати Кагадію А.П. м'який куточок вказаних розмірів (150\*07\*0,5). Ціна за виконання договору – 750 грн. Після виконання умов договору, – повної оплати – Кагадій А.П. помітив, що виконавець не дотримався вказаних розмірів, через що куточок не вміщається так, як хоче замовник.

### *Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача про виконання умов договору (ст.15). Кагадій А.П. має право призначити виконавцю відповідний термін для усунення недоліків, а в разі невиконання цієї вимоги у визначений термін – розірвати договір і вимагати відшкодування збитків або доручити виправлення недоліків третій особі за рахунок виконавця.

12. Кагадій Анатолій Петрович уклав договір про виконання робіт з лісоматеріалів з ПП «Лісовик». Договір підписаний 10.10.2005 р. За цим договором до 10.11.2005 року виконавець повинен змайструвати Кагадію А.П. м'який куточок вказаних розмірів (150\*07\*0,5). Ціна за виконання договору – 750 грн.

Виконавець виконав умови договору та здав виконану роботу лише 15.11.2005 року.

*Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача про виконання умов договору (ст.15). Кагадій А.П. має право вимагати за кожен день прострочення договору виплати пені у розмірі 3% вартості роботи. Отже, загальна сума сплати за виконану роботу дорівнює  $750-5*750*0,03 = 637,5$  грн.

13. Кагадій Анатолій Петрович замовив в будівельній фірмі будівлю дачного будинку в термін 6 місяців. Але через 6 місяців виявилось, що будинок не збудований, тому що виконавець змінив технологію побудови об'єкта.

*Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача про виконання умов договору (ст.15). Кагадій А.П. має право відмовитися від договору про виконання робіт та надання послуг і вимагати відшкодування збитків, або дочекатися виконання умов договору та накласти на виконавця умов договору пеню, визначену договором або законодавством.

14. Кагадій Анатолій Петрович замовив в будівельній фірмі нові двері з деревини дуба. Умови договору були виконані вчасно. Робітник при встановленні дверей залишив без нагляду інструмент. Від цього постраждала дитина Кагадія А.П.

*Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача про виконання умов договору (ст.15). Виконавець несе відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю або майну споживача, що виникла у зв'язку з використанням речей, матеріалів, обладнання, приладів, інструментів, пристосувань чи інших засобів. Право вимагати відшкодування заподіяної шкоди визнається за кожним потерпілим споживачем незалежно від того, перебував він чи ні у договірних відносинах з виробником (виконавцем).

15. Кагадій Анатолій Петрович купив у будівельній фірмі цемент для будівельних робіт вагою 50 кг. На упаковці товару зазначені дані: найменування товару, нормативні документи, дані про властивості, дані про ціну, правила та умови використання, дата виготовлення та термін придатності. Але всі ці дані іноземною мовою.

*Розв'язання ситуації:*

Порушені права споживача на інформацію про товар (ст.18). Інформація про товар наводиться на етикетці чи маркуванні у доступній наочній формі. Споживач має право розірвання договору.

1. Працівник сфери торгівлі продав тютюнові вироби неповнолітньому Це помітив працівник сфери охорони здоров'я. Поясніть відповідальність продавця.

Згідно з Законом України № 2899-4, від 22 вересня 2005 року, при порушенні працівником організації торгівлі або громадського харчування правил торгівлі тютюновими виробами, а саме: продаж їх особам, які не досягли 18 років – тягне за собою накладання штрафу від 5 до 20 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

2. Неповнолітній покупець звернувся до продавця з проханням продати йому тютюнові вироби. Продавець йому відмовив. Поясніть ситуацію.

Згідно з Законом України № 2899-4, від 22 вересня 2005 року продавець не має права продавати тютюнові вироби особам, які не досягли 18 років.

3. Приватний підприємець Петров І. І. продавав тютюнові вироби без наявності ліцензії. Це було виявлено. Поясніть відповідальність підприємця.

Згідно з Законом України № 2899-4, від 22 вересня 2005 року, роздрібна або оптова, включаючи імпорт або експорт, або роздрібна торгівля тютюновими виробами без наявності ліцензії тягне за собою накладання штрафу від 20 до 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з конфіскацією предметів торгівлі та виручки, отриманої від продажу предметів торгівлі.

4. Громадянин Сидоров Г. В. продавав тютюнові вироби з рук. Це було виявлено. Поясніть відповідальність громадянина Сидорова.

Згідно з Законом України № 2899-4, від 22 вересня 2005 року торгівля тютюновими виробами з рук – тягне за собою накладання штрафу від 3 до 10 неоподаткованих мінімумів доходів громадян з конфіскацією предметів торгівлі.

## ТЕСТИ

1. При прийманні лісоматеріалів та будівельних матеріалів, перевіряють:

- 1) кількість;
- 2) якість;
- 3) відповідність супровідним документам;
- 4) все вище перелічене.

2. Круглі лісоматеріали та цеглу зберігають

- 1) під навісом;
- 2) накритими;
- 3) у критих складах.

3. Усі стругані деталі та готові вироби із деревини зберігаються

- 1) під навісом;
- 2) накритими;
- 3) у критих складах.

4. Сипучі товари без упаковки (вапно, крейда, цемент, гіпс тощо) зберігають;

- 1) під навісом;
- 2) в закритих сухих приміщеннях з щільними стінами і підлогою;
- 3) у критих складах.

5. Сипучі матеріали, що дуже пилять (вапно, алебастр, цемент, крейда тощо), зберігають:

- 1) окремо від інших матеріалів;
- 2) під навісом з іншими матеріалами;
- 3) у критих складах з іншими матеріалами.

6. Скляні пустотілі блоки зберігають:

- 1) укладеними на торець рядами з прокладками між ними висотою вантаження не більше 1,5 м;
- 2) укладеними на торець рядами з прокладками між ними;
- 3) рядами з прокладками між ними висотою загрузки не більше 3,0 м.

7. Рулони м'якої покрівлі зберігають:

- 1) у вертикальному положенні не більше ніж у 2 ряди по висоті;
- 2) укладеними на торець рядами з прокладками між ними висотою загрузки не більше 1,5 м;
- 3) вертикально в 1 ряд по висоті;

8. Листи і деталі азбестоцементні зберігають по:

- 1) 135 штук у купі;
- 2) 200 штук;

- 3) навалом.
9. Усі види скла продають:
  - 1) цілими листами;
  - 2) за розмірами, вказаними покупцем;
  - 3) все вищеперелічене.
10. Залишки скла шириною до 20 см включно:
  - 1) оплачуються покупцем і видаються йому разом з основною покупкою;
  - 2) покупцем не оплачуються;
  - 3) покупцем не оплачуються, їх залишають в торговельному підприємстві та продають для скління кватирок, парникових рам, теплиць та ін
11. Корпусні збірно-розбірні меблі, які поставляються в розібраному вигляді, повинні мати:
  - 1) інструкцію для складання;
  - 2) схему монтажу;
  - 3) документ про комплектування;
  - 4) все вищеперелучене.
12. Суб'єкт господарської діяльності забезпечує складання меблів на дому в покупця в обумовлений з ним термін, але не пізніше:
  - 1) 14 днів;
  - 2) 5 днів;
  - 3) 10 днів.
13. Матраци зберігаються:
  - 1) вертикально;
  - 2) горизонтально;
  - 3) немає різниці.
14. Маркування меблів передбачає наявність інформації:
  - 1) найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву виробу, артикул, дату виготовлення, позначення нормотивного документа;
  - 2) найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву виробу, № партії, артикул, дату виготовлення, позначення нормативного документа;
  - 3) найменування підприємства-виробника, його адресу, телефон, товарний (фірмовий) знак, назву виробу, № партії, артикул, дату виготовлення, позначення нормотивного документа;
15. Дзеркала і скло для комплектування меблів зберігають в окремих закритих вентильованих приміщеннях при:

- 1) температурі не нижче +5°С і відносній вологості повітря не нижче ніж 70%;
  - 2) температурі не нижче +10°С і відносній вологості повітря не більше ніж 70%;
  - 3) температурі не більше +25°С і відносній вологості повітря не більше 45%.
16. Реалізація тютюнових виробів забороняється особам, які не досягли:
- 1) 16 років;
  - 2) 18 років;
  - 3) 21 року.
17. Забороняється виробництво та продаж тютюнових виробів, в яких нікотину та смола перевищують відповідно:
- 1) 1,0 та 10 мг;
  - 2) 1,2 та 12 мг;
  - 3) 9,0 та 9 мг.
18. Основне та додаткове медичне попередження споживачів тютюнових виробів, на зовнішній поверхні упаковки, повинно займати:
- 1) не менше 30% площі;
  - 2) не більше 10% площі;
  - 3) 40% площі.
19. Інформація щодо вмісту нікотину та смоли на зовнішній поверхні упаковки повинна займати:
- 1) не менше 10% площі;
  - 2) не менше 15% площі;
  - 3) більше 20%.
20. Торгівля тютюновими виробами з рук тягне за собою:
- 1) конфіскацію предметів торгівлі;
  - 2) штраф;
  - 3) фізичне покарання.
21. Торгівля тютюновими виробами без ліцензії тягне за собою:
- 1) конфіскацію предметів торгівлі;
  - 2) штраф;
  - 3) і те і інше.
22. Тютюн, це:
- 1) засіб для підтримання імунної системи;
  - 2) засіб, що містить нікотин і виготовлений з рослини родини пасльонових;
  - 3) засіб, корисний для здоров'я і виготовлений з рослини родини пальмових.

23. Торгівля тютюновими виробами без марок акцизного збору тягне за собою:
- 1) конфіскацію предметів торгівлі;
  - 2) штраф;
  - 3) і те і інше.
24. Продаж працівниками торгівлі тютюнових виробів особам які не досягли 18 років тягне за собою:
- 1) конфіскацію предметів торгівлі;
  - 2) штраф;
  - 3) фізичне покарання.
25. Строк реалізації тютюнової продукції складає:
- 1) 2 роки;
  - 2) 1 рік;
  - 3) 1,5 року.
- 26 Маркування товарів побутової хімії, мінеральних добрив та засобів захисту рослин передбачає наявність інформації:
- 1) найменування підприємства – виробника, його адреси, товарного (фірмового) знака,
  - 2) назви виробу, маси нетто або місткості, номера партії, терміну придатності, призначення та способу застосування, умов зберігання,
  - 3) попереджувальних написів та запобіжних заходів, дати виготовлення, позначення нормативного документа.
  - 4) все вищеперелічене.
- 27 На упаковці отруйних або вогнебезпечних товарів повинні бути попереджувальні написи:
- 1) «Отрута», «Вогнебезпечно»,
  - 2) «Берегти від вогню», «Дякуємо за покупку»
  - 3) «Не розпиляти біля відкритого вогню», «Оберігати від попадання в очі», «Ціна виробу – не менше» ...
- 28 Фарби мають додаткові маркувальні дані :
- 1) марку, колір,
  - 2) витрати на 1 кв.м,
  - 3) правила поводження з товаром, вид розбавника.
  - 4) марку, колір, витрати на 1 кв.м., правила поводження з товаром, вид розбавника
- 29 Товари побутової хімії, мінеральні добрива та засоби захисту рослин зберігають
- 1) в закритих сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях з підлогою із бетону або із керамічних плиток при температурі не нижче  $0^{\circ}\text{C}$  і не вище  $+20^{\circ}\text{C}$ - $25^{\circ}\text{C}$  і відносній вологості повітря не більше 55 %-65 %.



2) в закритих сухих, приміщеннях з підлогою із бетону при температурі не нижче  $15^{\circ}\text{C}$  і не вище  $+20^{\circ}\text{C}$ - $25^{\circ}\text{C}$  і відносній вологості повітря не більше 85 %.

3) в сухих вентильованих приміщеннях з підлогою із керамічних плиток при температурі не нижче  $20^{\circ}\text{C}$  і не вище  $+25^{\circ}\text{C}$  і відносній вологості повітря не більше 95 %.

30 Зберігання товарів побутової хімії у вологих приміщеннях

1) значною мірою не впливають на якість

2) покращують якість цих товарів;

3) призводить до зниження якості цих товарів.

31 Попадання на легкозаймистих і горючих рідин у аерозольній упаковці прямих променів світла:

1) значною мірою не впливають на якість;

2) покращують якість цих товарів;

3) призводить до зниження якості цих товарів.

32 При зберіганні товари побутової хімії, мінеральні добрива та засоби захисту рослин розміщують:

1) окремо по групах, видах з урахуванням їх особливих властивостей;

2) в окремих кімнатах без урахування видів та груп;

3) в підвальних приміщеннях насипом.

33 Тверді лакофарбові товари зберігають:

1) окремо від рідких;

2) разом з рідкими;

3) разом з різними групами товарів.

34 Товари, які мають підвищену пожежну небезпеку (аерозольні упаковки, лаки, розчинники, нітроемалі, клеючі матеріали тощо), зберігають:

1) у герметичній тарі окремо від інших товарів у спеціально пристосованих приміщеннях;

2) у негерметичній тарі окремо від інших товарів у спеціально пристосованих приміщеннях;

3) у герметичній тарі разом з іншими товарами у підвальних приміщеннях.

35 Товари побутової хімії, мінеральні добрива та засоби захисту рослин в твердій упаковці

1) розміщують на підтоварниках висотою штабеля не більше 1,5 м;

2) розміщують на підтоварниках висотою штабеля не більше 3,5 м;

3) розміщують на підтоварниках висотою штабеля не більше 4,5 м.

## **9.2. Правила продажу деяких груп непродовольчих товарів**

### **9.2.1. Правила продажу товарів для фізичної культури, спорту, туризму**

Загальні умови заняття торговельною діяльністю, основні вимоги до торговельної мережі і торговельного обслуговування громадян у процесі купівлі товарів для власних побутових потреб у господарюючих суб'єктів визначаються «Порядком заняття торговельною діяльністю і правилами торговельного обслуговування населення».

Торговельна діяльність здійснюється у сферах оптової і роздрібно-ї торгівлі та громадського харчування і регулюється відповідними законами та Постановою Кабінету Міністрів України.

Здійснювати торговельну діяльність господарюючі об'єкти мають право лише після державної реєстрації їх як суб'єктів підприємницької діяльності або за наявності у них ліцензії на торгівлю окремими видами товарів.

Для контролю за роботою підприємства з боку покупців в торговельному залі мають бути в наявності санітарні та ветеринарні правила, асортиментні переліки товарів, правила продажу товарів та інша нормативно-технічна документація.

Порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу та продаж окремих груп непродовольчих товарів регламентується правилами продажу непродовольчих товарів.

Правила продажу товарів для фізичної культури, спорту, туризму визначають особливості продажу товарів для спорту та відпочинку: інвентар для спортивних ігор, легкої і важкої атлетики, гімнастики, боксу і боротьби, фехтування, лижного та ковзанярського спорту, туризму, альпінізму, водного спорту; мисливських та рибальських товарів; велосипедів (далі – товари для фізичної культури, спорту, туризму).

Продаж одягу та взуття для фізичної культури, спорту, туризму здійснюється згідно з особливостями продажу швейних, трикотажних товарів та взуття.

Маркування товарів для фізичної культури, спорту, туризму передбачає наявність такої інформації: найменування підприємства-виробника, його адреси, товарного (фірмового) знака, назви товару, артикула, моделі, марки, сорту, дати випуску, позначення нормативного документа.

При маркуванні велосипедів на головну трубу рами наноситься товарний знак підприємства-виробника, на раму – порядковий номер і рік виготовлення.

При прийманні товарів для фізичної культури, спорту, туризму перевіряється цілісність упаковки, наявність та правильність заповнення супровідних документів, заводських пломб, повнота комплектації, збереження товарного вигляду, наявність інструкцій, технічних паспортів, гарантійних талонів, іншої документації.

Товари для фізичної культури, спорту, туризму зберігають в сухих, чистих, добре вентиляованих приміщеннях, ізольованих від місць зберігання кислот та лугів, при температурі + 15<sup>0</sup> С і відносній вологості повітря не більше 60–70%. Для кращого зберігання якості товарів необхідно їх тримати у фабричній упаковці.

При зберіганні товари для фізичної культури, спорту, туризму розміщують на відстані не менше 0,25 м від стін і підлоги, 0,5 м – від джерел електричного освітлення, 1 м – від приладів опалення. Проходи між штабелями повинні бути не менше 0,7 м.

При зберіганні товарів для фізичної культури, спорту, туризму необхідно дотримуватися таких правил:

- великогабаритні вироби (жердини для лазання, стрибків з дробини для лазіння, списи для метання тощо) необхідно розміщувати в горизонтальному положенні з упором на декілька точок;
- лижі розміщують стійма в ящиках-гніздах, зв'язані попарно з розпірками посередині, носками догори;
- лижні палки зберігають стійма в ящиках-гніздах кільцями догори;
- вудочки риболовні та вудлища зберігають у вертикальному положенні стовщеним кінцем донизу;
- тенісні ракетки в розпакованому вигляді встановлюють на спеціальних латах у вертикальному положенні з упором основи обода на лати;
- тенісні ракетки із струнами необхідно затиснути в преси;
- гімнастичні коні, козли, столи, містки для стрибків встановлюються в один ряд;
- човни, байдарки зберігають в тесових решітчатих ящиках із стапелями;
- хокейні ключки, зв'язані в пачки, зберігають на підтоварниках або полицях, укладають їх на бокових поверхнях пачок: перший ряд крюками до себе, другий ряд – крюками від себе;
- чавунні ядра для штовхання та литі диски для метання зберігають в спеціальних ящиках, розділених на гнізда;
- велосипеди, мопеди зберігають в ящиках-решітках;

- спортивні сітки (волейбольні, для бадмінтону, баскетболу, футболу, тенісу), канати для лазіння та перетягування, троси для підвішування гімнастичних кілець, упаковані в тюки, зберігають в штабелях на підтоварниках;
- захисна амуніція для хокею та фехтування, щитки футбольні, туристські палатки, індивідуальні чохла, гімнастичні та борцівські мати, спальні мішки, гумові вироби (м'ячі, камери, покришки для велосипедів тощо) зберігають на стелажах або підтоварниках;
- опудала для борців та боксерські мішки зберігають стійма.

При зберіганні товарів для фізичної культури, спорту, туризму необхідно дотримуватись вимог, передбачених попереджувальними знаками, зображеними на упаковці.

Товари для фізичної культури, спорту, туризму розміщують в торговельному (демонстраційному) залі по групах за призначенням: інвентар і приладдя для гімнастики, легкої та важкої атлетики, спортивних поєдинків, водного та зимових видів спорту, спортивних ігор, туризму та альпінізму, мисливські та рибальські товари, велосипеди тощо.

Суб'єкт господарювання повинен забезпечити зручні умови для ознайомлення і вибору товарів, перевірки їх якості, складання і дрібного ремонту.

Для демонстрації товарів для фізичної культури, спорту, туризму у торговельному (демонстраційному) залі використовують пристінні та острівні гірки, стенди, кронштейни, обертові стінки, підставки-тримачі, подіуми, пристінні шафи, перфоровані щити тощо.

Великогабаритні товари (велосипеди, човни, байдарки тощо) викладають на спеціально відведених місцях з використанням підставок-тримачів.

Довгомірні предмети (вудочки рибальські та вудлища, лижі, палки до них тощо) виставляють в пристінних стійках з гніздами для підтримування стійкого вертикального положення цих товарів.

Предмети для спортивних ігор (тенісні м'ячі і ракетки, покришки і гумові камери, сітки тощо) викладають у вітринах та пристінних шафах або закріплюють на перфорованих щитках.

Дрібні спортивні товари (запасні частини до велосипедів, кульки для настільного тенісу, лижні кріплення, гачки рибальські, блешні, поплавки, волосінь тощо) викладають в касетах-чарунках або закріплюють на полках пристінних шаф.

Зразки товарів повинні мати короткі анотації, які містять основні характеристики виробів.

При продажу товарів для фізичної культури, спорту, туризму в присутності покупця необхідно перевірити їх якість, комплектність, наявність технічного паспорта, інструкції по експлуатації, гарантійних талонів.

Асортимент товарів для фізичної культури, спорту, туризму може бути розширений за рахунок продажу супутніх товарів (лижні мастила та смоли, окуляри, протектори, чохли, шахматні годинники тощо).

### **9.2.2. Правила продажу одягу для фізичної культури, спорту, туризму**

До працівників, які здійснюють продаж цих товарів, ставляться підвищені вимоги щодо глибини знань властивостей і якості матеріалів, з яких виготовлені товари, розмірів, зростів, повнот, особливостей попиту покупців, сучасних напрямів моди, а також способів і правил зберігання виробів.

Приймання спортивного одягу здійснюється матеріально відповідальною особою. Під час завезення товарів в магазин перевіряється стан тари і упакування, проводиться приймання за якістю і кількістю в порядку і в терміни, передбачені відповідними Інструкціями, стандартами, технічними умовами і договорами.

Зберігаються ці товари за температури 10-18 °С та відносній вологості повітря 60-70% в сухих, чистих, добре вентиляованих приміщеннях, які за необхідності можна провітрювати, зволожувати повітря. На зберігання виробу розміщуються за видами, розмірами, зростами, повнотами. Залежно від виду товари зберігаються на кронштейнах і вішалках, на полицях стелажів, підтоварниках стопками і пачками. Забороняється зберігання швейних виробів на підлозі чи навалом.

Перед подаванням в торговельний зал товари готуються до реалізації: розпаковуються, ретельно оглядаються, розсортировуються, перевіряються ціни, якість і маркування.

До початку торгівлі в торговельні зали завозиться достатня кількість товарів відповідно до їх асортиментного профілю та широти товарів, що реалізуються. Розміщуються виробу на торговельно-технічному обладнанні так, щоб покупці мали можливість вільно їх оглядати і вибирати.

Одяг – товар складного асортименту. Тому в процесі його продажу продавець зобов'язаний допомагати покупцеві в виборі, знайомити з асортиментом магазину, способами догляду за виробами. Для примірювання одягу в магазині обладнуються кабінки.

У процесі відпускання товарів продавці та продавці-консультанти перевіряють якість та комплектність виробів.

Продані товари пакуються в папір чи в коробки. Обмін здійснюється відповідно до правил обміну непродовольчих товарів.

### **9.2.3. Правила продажу взуття для фізичної культури, спорту, туризму**

Правилами роздрібно́ї торгівлі заборонено продаж взуття в магазинах, де не створені умови для примірювання, а також в дрібнороздрібній торговельній мережі.

Поряд з реалізацією всіх видів і груп чоловічого, жіночого і дитячого взуття у магазинах організовується продаж товарів супутнього асортименту: панчіх, шкарпеток, устілок, а також предметів догляду за взуттям.

Приймання спортивного взуття здійснюється матеріально відповідальною особою. Під час завезення товарів в магазин перевіряється стан тари і упакування, проводиться приймання за якістю і кількістю в порядку і в терміни, передбачені відповідними Інструкціями, стандартами, технічними умовами і договорами.

Зберігають запаси взуття в добре провітрюваних приміщеннях за температури 15-20<sup>0</sup>С, відносній вологості повітря 50-70% на стелажах чи у фабричній тарі на піддонах. Зберігати взуття навалом заборонено.

Основними операціями з підготовки взуття до викладання в торговельному залі є: розпакування, перевірка якості і маркування, сортування, проставляння роздрібно́ї ціни і оформлення цінників, покажчиків розмірів тощо.

Як правило, взуття продають методом самообслуговування, який дозволяє покупцеві самостійно ознайомитися з товаром, його асортиментом і якістю, приміряти взуття і купити його. Продавець зобов'язаний брати активну участь в торговельному процесі, допомагати покупцеві у виборі, консультувати, пропонувати супутні товари.

З метою створення умов для примірювання взуття в торговельних залах магазинів обладнуються банкетки, підставки з килимками, дзеркала тощо.

Під час відпускання взуття продавець зобов'язаний упакувати вибраний ним товар в коробку чи пакет або завернути в папір. В упаковку кладеться товарний чек, який дає право на обмін взуття.

## Тести

1. Маркування товарів для фізичної культури, спорту, туризму передбачає наявність такої інформації:

- а) найменування підприємства-виробника; назви товару;
- б) найменування підприємства-виробника, його адреси; назви товару, дати випуску;
- в) назви товару, артикула, моделі, марки, сорту;
- г) найменування підприємства-виробника, його адреси, товарного (фірмового) знака, назви товару, артикула, моделі, марки, сорту, дати випуску, позначення нормативного документа.

2. При прийманні товарів для фізичної культури, спорту, туризму перевіряється:

- а) цілісність упаковки, наявність та правильність заповнення супровідних документів;
- б) цілісність упаковки, наявність та правильність заповнення супровідних документів, заводських пломб, повнота комплектації, збереження товарного вигляду, наявність інструкцій, технічних паспортів, гарантійних талонів, іншої документації;
- в) повнота комплектації, збереження товарного вигляду, наявність інструкцій,
- г) цілісність упаковки, наявність та правильність заповнення супровідних документів, заводських пломб, повнота комплектації, збереження товарного вигляду,

3. Параметри мікроклімату, при яких зберігають товари для фізичної культури, спорту, туризму:

- а) при температурі  $+ 15^{\circ}\text{C}$  і відносній вологості повітря не більше 60–70%
- б) при температурі  $+ 25^{\circ}\text{C}$  і відносній вологості повітря не більше 65–70%
- в) при температурі  $+ 30^{\circ}\text{C}$  і відносній вологості повітря не більше 50–60%

4. Для кращого зберігання якості товарів їх необхідно тримати у:

- а) поліетиленовому пакеті;
- б) фабричній упаковці;
- в) накривати ковдрою чи іншим щільним матеріалом.

5. При зберіганні товари для фізичної культури, спорту, туризму розміщують на відстані:

- а) стін і підлоги – не менше 0,25 м;
- від джерел електричного освітлення – не менше 0,5 м;

від приладів опалення – 1 м.

б) стін і підлоги – не менше 0,5 м;

від джерел електричного освітлення – не менше 1,5 м;

від приладів опалення – 2 м

в) стін і підлоги – не менше 1,5 м;

від джерел електричного освітлення – не менше 0,5 м;

від приладів опалення – 1 м

6. *Проходи між штабелями повинні бути не менше:*

а) 0,7 м;

б) 1,0 м;

в) 1,3 м;

7. *Великогабаритні товари (велосипеди, човни, байдарки тощо) викладають на спеціально відведених місцях з використанням:*

а) острівних гірок;

б) острівних гірок та стендів;

в) підставок-тримачів;

г) кронштейнів.

8. *Довгомірні предмети (вудочки рибальські та вудлища, лижі, палки до них тощо) виставляють в:*

а) пристінних стояках з гніздами для підтримування стійкого вертикального положення цих товарів;

б) острівних гірках та стендах;

в) підставках-тримачах;

г) кронштейнах.

9. *Предмети для спортивних ігор (тенісні м'ячі і ракетки, покришки і гумові камери, сітки тощо) викладають у (на):*

а) острівних гірках та стендах;

б) вітринах та пристінних шафах, або закріплюють на перфорованих щитках.

в) кронштейнах.

10. *Дрібні спортивні товари (запасні частини до велосипедів, кульки для настільного тенісу, лижні кріплення, гачки рибальські, блешні, поплавки, волосінь тощо) викладають в:*

а) касетах-чарунках або закріплюють на полицях пристінних шаф;

б) вітринах та пристінних шафах або закріплюють на перфорованих щитках.

в) пристінних стояках з гніздами для підтримування стійкого вертикального положення цих товарів;



11. До працівників, які здійснюють продаж спортивного одягу, ставляться підвищені вимоги щодо глибини знань:

- а) властивостей і якості матеріалів, з яких виготовлені товари;
- б) розмірів, зростів, повнот, особливостей попиту покупців;
- в) сучасних напрямів моди, а також способів і правил зберігання виробів;

г) все вищеперелічене.

12. Спортивний одяг зберігається при кліматичних умовах:

- а) температура 10-18<sup>0</sup>С та відносній вологості повітря 60-70%;
- б) температура 20-21<sup>0</sup> С та відносній вологості повітря 55-65% в сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях;
- в) температура 10-18<sup>0</sup> С та відносній вологості повітря 60-70% в сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях, які за необхідності можна провітрювати, зволожувати повітря

13. На зберігання спортивний одяг розміщують:

- а) за видами, розмірами;
- б) за розмаїттям та зростом;
- в) за видами, розмірами, зростом, повнотами.

14. Залежно від виду товари зберігаються на:

- а) кронштейнах і вішалках;
- б) на підлозі навалом;
- в) на полицях стелажів;
- г) кронштейнах і вішалках, на полицях стелажів, підтоварниках купами і пачками.

15. Проданий спортивний одяг пакують:

- а) в папір;
- б) в коробки;
- г) в папір чи в коробки.

16. Під час завезення товарів в магазин перевіряється:

- а) тільки стан тари і упакування;
- б) проводиться приймання за якістю і кількістю;
- в) перевіряється стан тари і упакування, проводиться приймання за якістю і кількістю в порядку і в терміни, передбачені відповідними Інструкціями, стандартами, технічними умовами і договорами.

17. Зберігають запаси взуття в добре провітрюваних приміщеннях:

- а) за температури 15-16<sup>0</sup>С, відносній вологості повітря 70-90% на стелажих;

б) за температури 20-30<sup>0</sup>С, відносній вологості повітря 40-50% на стелажах;

в) за температури 15-20<sup>0</sup>С, відносній вологості повітря 50-70% навалом;

г) за температури 15-20<sup>0</sup>С, відносній вологості повітря 50-70% на стелажах чи у фабричній тарі на піддонах.

*18. Основними операціями з підготовки спортивного взуття до викладання в торговельному залі є:*

а) розпакування, перевірка якості;

б) перевірка якості і маркування, сортування;

в) проставлення роздрібної ціни і оформлення цінників;

г) розпакування, перевірка якості і маркування, сортування, проставлення роздрібної ціни і оформлення цінників, покажчиків розмірів.

*19. З метою створення умов для примірювання взуття в торговельних залах магазинів обладнуються :*

а) банкетки, підставки з килимками, дзеркала тощо;

б) банкетки та дзеркала;

г) тільки підставки з килимами.

*20. Під час відпускання спортивного взуття продавець зобов'язаний упакувати вибраний ним товар:*

а) в коробку;

б) в пакет;

в) загорнути в папір;

г) все вищеперелічене.

## 10 ТЕСТИ ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАТЬ СТУДЕНТІВ (ДЛЯ ЗАЛІКУ)

*1. Які стадії пройшов ринок у постіндустріальних країнах:*

1. Ринок продавця, ринок продавця-покупця.
2. Ринок продавця, ринок покупця.
3. Ринок продавця, ринок покупця, ринок продавця-покупця.
4. Ринок покупця.

*2. Виготівник – це:*

1. Громадянин, що купує товар, чи використовує товар для власного споживання.
2. Орган чи громадянин-підприємець, що виконує роботу.
3. Орган чи громадянин-підприємець, що надає роботу.
4. Орган чи громадянин-підприємець, що ВИГОТОВЛЯЄ товар для реалізації.

*3. Договір – це:*

1. Усна угода між споживачем та продавцем.
2. Письмова угода між споживачем та продавцем.
3. Усна чи письмова угода між споживачем і продавцем про якість, терміни, ціну й інші умови, за якими здійснюється покупка чи продаж, робота чи послуга.
4. Письмова угода про якість, терміни, ціну й інші умови, за якими здійснюється купівля чи продаж, робота чи послуга.

*4. Із запропонованих прав продавця виберіть правильні:*

1. Право на задоволення основних потреб.
2. Право використовувати рекламу за умови, що вона правдива.
3. Право пропонувати будь-який товар за умови, що він не несе погрози споживачеві.
4. Пункти 2 і 3 правильні.

*5. Які права має споживач на відповідну якість? Виберіть правильні відповіді:*

1. Має право жадати від продавця, щоб якість купленого ним товару відповідала вимогам нормативних документів.
2. Вимоги до товару щодо його безпеки для життя, здоров'я і майна споживача встановлюються нормативними документами.
3. Продавець зобов'язаний передати покупцеві товар, що за якістю відповідає вимогам нормативної документації, а також інформації про товар, що дається продавцем.
4. Усі відповіді правильні.

6. *Споживач це:*

1. Громадянин, який здобуває, чи має намір придбати товар (послугу, роботу) для власних побутових потреб.
2. Підприємство, організація, які виробляють товари для реалізації.
3. Громадянин-підприємець, який виробляє товари для реалізації.
4. Підприємство, організація чи громадянин-підприємець, який реалізує товари за договором купівлі-продажу.

7. *Недолік – це:*

1. Усна угода між продавцем і покупцем про якість, терміни, мету й інші умови, за якими здійснюється покупка, продаж, чи робота, надання послуги.
2. Письмова угода між продавцем і покупцем про якість, терміни, мету й інші умови, за якими здійснюється покупка, продаж, робота надання послуги.
3. Окрема невідповідність товару (роботи, чи послуги) вимогам нормативних документів, умовам, чи договору, вимогам, які пред'являються до нього, а також інформації про товар, що надана виготовлювачем.

4. Недолік, який робить недоступним використання товару (роботи послуги) у відповідності з його призначенням, не може бути усунутий стосовно цього споживача або для його усунення необхідні великі витрати праці і часу.

8. *Підприємство, установа, чи організація, громадянин-підприємець, які виконують роботу чи надають послугу – це:*

1. Продавець.
2. Виготовлювач.
3. Виконавець.
4. Споживач.

9. *Усна чи письмова угода між продавцем і покупцем про якість, терміни, мету й інші умови, за якими здійснюється покупка, продаж, робота чи надаються послуги – це:*

1. Продавець.
2. Виконавець.
3. Договір.
4. Виготовлювач.

10. *Консумеризм – це:*

1. Закон про захист прав споживачів.
2. Захист прав споживачів.
3. Організаційний рух громадян державних і громадських організацій за розширення прав споживачів і продавців.
4. Захист прав виробників.

11. Ринок покуття розпочався з:

1. 40-х років 20-го сторіччя.
2. 50-х років 20-го сторіччя.
3. 90-х років 19-го сторіччя.
4. 80-х років 19-го сторіччя.

12. Ринок покуття-продавця розпочався з:

1. 60-х років 20-го сторіччя.
2. 40-х років 20-го сторіччя.
3. 70-х років 20-го сторіччя.
4. 90-х років 19-го сторіччя, а закріпився цілком у 20-го роках 20-

го сторіччя.

13. Перші права споживачів були сформовані:

1. На Кубі при правлінні Фіделя Кастро.
2. У США, президентом Кенеді.
3. На 25-ій сесії консультативної асамблеї Європейського союзу.
4. У Франції в 1960 році.

14. Споживач при виявленні недоліків чи фальсифікації товару протягом гарантійного терміну має право жадати від продавця:

1. Безкоштовного усунення недоліків чи відшкодування витрат на їхнє усунення споживачем або третім лицем.
2. Заміни на аналогічний товар належної якості.
3. Зниження ціни товару.
4. Відповіді 1-2 вірні.

15. Які з перелічених товарів не підлягають заміні, навіть якщо вони належної якості:

1. Головні убори.
2. Панчішно-шкарпеткові товари.
3. Канцелярські товари.
4. Відповіді 1 і 2 правильні.

16. Доставка товарів засобами продавця чи за рахунок споживача з наступним відшкодуванням збитків здійснюється при масі товару:

1. Більше 2 кг.
2. Більше 5 кг.
3. Більше 10 кг.
4. Більше 15 кг.

17. При обміні товару гарантійний термін обчислюють із дня:

1. Покупки неякісного товару, заміна якого пропонується.
2. Обміну.
3. Пред'явлення претензії продавцю.
4. Відповіді 1 і 3 правильні.

*18. Гарантійний термін на реалізовані несезонні товари встановлюється:*

1. З першого дня використання товару.
2. З моменту укладення договору – продажу.
3. З моменту доставки товару.
4. Усі відповіді правильні.

*19. При придбанні товарів у комісійному магазині заміна неякісного товару відбувається:*

1. За першими вимогами покупця.
2. За згодою продавця.
3. За згодою покупця.
4. Відповіді 2 і 3 правильні.

*20. Виробник зобов'язаний забезпечити можливість використання товару за призначенням протягом терміну його служби, передбаченого нормативними документами чи встановленими за домовленістю з покупцем, а у разі відсутності таких термінів протягом:*

1. 5 років.
2. 10 років.
3. 15 років.
4. 20 років.

21. Виготівник (виконавець) забезпечує нормальну роботу (застосування, використання) товару (роботи, послуги), в т. ч. комплектуючих виробів:

1. Протягом гарантійного терміну.
2. Протягом 14 діб.
3. Протягом 1 міс.
4. Протягом гарантійного терміну, встановленого законодавством, а в разі відсутності – договором.

*22. Гарантійні терміни на комплектуючі вироби повинні бути:*

1. Меншими, ніж на основний виріб.
2. Більшими.
3. Відповідними до законодавства.
4. Не менше ніж на основний виріб, якщо не передбачено інше законодавством або договором.

*23. Гарантійний термін зазначається:*

1. В паспорті на товар(роботу, послугу).
2. На етикетці.
3. В будь-якому документі, що додається до товару (роботи, послуги).

4. Правильні відповіді зазначені в п.1-3.

24. *При продажу товару за зразками, поштою, а також коли укладення договору купівлі-продажу і час передачі товару споживачеві не збігаються, гарантійний термін обчислюється:*

1. Від дня доставки товару споживачеві, а якщо товар потребує спеціальної установки (підключення) чи складання, від дня їх здійснення.

2. 3 дня виготовлення товару.

3. Відповідно до законодавства.

4. Згідно з укладеним договором.

25. *На товар без встановленого гарантійного терміну споживач може пред'явити вимоги протягом:*

1. 1 року.

2. 6 міс.

3. 3 міс.

4. 1 міс.

26. *На нерухоме майно за наявності недоліків пред'являються вимоги:*

1. Впродовж 10 років.

2. Впродовж 5 років.

3. Впродовж 3 років.

4. Згідно з контрактам.

27. *При виконанні гарантійних ремонтів:*

1. Гарантійні терміни не збільшуються.

2. Збільшується на час перебування товару в ремонті.

3. Збільшується на 1 міс.

4. Збільшується на термін, передбачений договором.

28. *Обчислення гарантійного терміну здійснюється при обміні товару:*

1. Заново від дня обміну товару.

2. Не обчислюється.

3. За угодою сторін.

4. Відповідно до контракту.

29. *Якщо день доставки, установки (підключення) чи складання товару неможливо встановити, то гарантійний термін обчислюється:*

1. 3 дня виготовлення.

2. За домовленістю сторін.

3. Відповідно до законодавства.

4. Від дня укладення договору.

30. Для медикаментів, харчових продуктів, виробів побутової хімії, парфумерно-косметичних виробів термін придатності обчислюється:

1. 3 дня виготовлення.
2. Відповідно до законодавства.
3. 3 дня укладення договору.
4. 3 дня споживання.

31. Чи провадиться перерахунок вартості під час заміни товару з недоліками на аналогічний товар:

1. Проводиться.
2. Не проводиться.
3. Проводиться виходячи з цін, що діяли на час обміну.
4. Проводиться при укладеному договорі.

32. При пред'явленні споживачем вимоги про безоплатне усунення недоліків товару вони повинні бути усунуті протягом:

1. 14 днів.
2. 14 днів або за згодою сторін в інший термін.
3. 28 днів.
4. 10 днів.

33. За кожний день затримки виконання вимоги про надання аналогічного товару та за кожний день затримки усунення недоліків понад установлений термін споживачеві виплачується неустойка у розмірі:

1. 1,5%.
2. 0,5%.
3. 1%.
4. 2%.

34. За чий рахунок відбувається доставка та повернення великогабаритних товарів і товарів вагою понад 5 кг. у разі їх замін:

1. Продавцем, виробником.
2. Споживачем.
3. На 70% за рахунок продавця, на 30% за рахунок споживача.
4. На 90% за рахунок продавця, на 10% за рахунок споживача.

35. Що повинен пред'явити споживач для того, щоб його вимоги були розглянуті:

1. Квитанцію.
2. Товарний, касовий чек.
3. Відповіді 1-2.
4. Відповіді 1-2 та інший письмовий документ.



36. В який термін продавець зобов'язаний відшкодувати підприємству, що виконує його функції, збитки, яких воно зазнало у зв'язку з задоволенням вимог споживача:

1. 14 днів.
2. 20 днів.
3. 6 місяців.
4. В місячний термін.

37. Якщо не встановлено терміну служби товару, то впродовж якого терміну споживач має право пред'явити виготівнику вимогу про безоплатне усунення недоліків:

1. 6 місяців.
2. 1 рік.
3. 5 років.
4. 10 років.

38. Чи має право споживач брати участь у перевірці якості товару особисто:

1. Так.
2. Ні.
3. Так, але за згодою виробника.
4. В особливих випадках.

39. Чи надається споживачеві на час ремонту аналогічний товар незалежно від моделі:

1. Так.
2. Ні.
3. Не завжди.
4. Надається за домовленістю.

40. У разі відсутності товару у продавця, вимога споживача про заміну підлягає задоволенню у:

1. 20-й денний строк.
2. Протягом місяця.
3. Протягом двох місяців.
4. Протягом року.

41. Споживач має право відмовитися від договору і вимагати відшкодування збитків:

1. Якщо виконавець своєчасно не приступає до виконання договору.
2. Якщо закінчення роботи у визначений термін стає неможливим.

3. Якщо виконавець своєчасно не виконує договору, або виконує роботу так повільно, що закінчити її у визначений термін стає неможливо.

4. Якщо споживач своєчасно не приступає до виконання договору.

42. *Якщо під час виконання робіт або надання послуг, їх не буде виконано згідно з умовами договору, то споживач:*

1. Має право призначити виконавцю відповідний термін для усунення недоліків.

2. Розірвати договір і вимагати відшкодування збитків.

3. Подати заяву до суду на виконавця.

4. Відповіді 1, 2 доповнюють одна одну.

43. *Якщо виконавець відступив від умов договору, що призвело до погіршення виконаної роботи, споживач має право:*

1. Вимагати безплатного усунення цих недоліків.

2. Вимагати відшкодування витрат за усунення недоліків роботи власними засобами.

3. Зменшення винагороди за роботу.

4. Будь-який із пунктів, але за власним бажанням.

44. *За наявності у роботах за умовами договору істотних недоліків, споживач має право:*

1. Вимагати розірвання договору.

2. Вимагати відшкодування збитків.

3. Заключити новий договір.

4. Відповіді 1, 2 доповнюють одна одну.

45. *У разі неналежного виконання виконавцем зобов'язань згідно із законом або договором :*

1. Виконавець сплачує споживачеві неустойку.

2. Відмовляється від будь-яких виплат.

3. Вирішує дане питання через суд.

4. Правильна відповідь не зазначена.

46. *В якому разі виконавець не несе відповідальності за недоліки у виконаних роботах:*

1. Якщо вони виникли з вини виготівника.

2. Якщо вони виникли з вини продавця.

3. Якщо вони виникли з вини споживача.

4. Відповіді 2,3 доповнюють одна одну.

47. *Про відступи від умов договору та інші недоліки в роботі, які могли бути виявлені при звичайному способі їх прийняття, споживач зобов'язаний повідомити:*

1. Не пізніше 36 год. після їх виявлення.

2. Не пізніше 3 діб після їх виявлення.
3. Не пізніше 10 діб після їх виявлення.
4. Не пізніше 14 діб після їх виявлення.
48. *У разі виявлення недоліків протягом гарантійного чи інших термінів, вимоги замовника можуть підлягати задоволенню:*
  1. Ні.
  2. В особливих випадках.
  3. Так.
  4. За домовленістю з виробником.
49. *Протягом якого терміну виконавець зобов'язаний відшкодувати збитки, що виникли у зв'язку з пошкодженням чи псуванням речі, прийнятої від споживача для виконання робіт:*
  1. Протягом 7 днів.
  2. Протягом 14 днів.
  3. Протягом 30 днів.
  4. Протягом 60 днів.
50. *Виконавець несе відповідальність за шкоду:*
  1. Заподіяну життю споживача.
  2. Заподіяну здоров'ю або майну споживача.
  3. Не несе ніякої відповідальності.
  4. Відповіді 1,2 доповнюють одна одну.
51. *Споживач має право на те, щоб товари за звичайних умов їх використання, зберігання і транспортування були безпечними для:*
  1. Його життя і здоров'я.
  2. Навколишнього середовища.
  3. Не завдавали шкоди його майну.
  4. Всі відповіді правильні.
52. *У разі відсутності нормативних документів, що містять обов'язкові вимоги до товару, використання якого може завдавати шкоди життю, здоров'ю споживача, відповідні органи державної виконавчої влади, що здійснюють державний захист прав споживачів, зобов'язані:*
  1. Негайно заборонити випуск і реалізацію таких товарів.
  2. Тимчасово заборонити випуск і реалізацію товарів.
  3. Заборонити випуск продукції.
  4. Заборонити реалізацію продукції.
53. *Виготівник повинен попереджати споживача про:*
  1. Наявність терміну служби товару.
  2. Обов'язкові умови його використання та можливі наслідки в разі їх невиконання.

3. Необхідні дії після закінчення цього терміну.

4. Всі відповіді правильні.

54. Якщо для безпечного використання товарів, їх зберігання, транспортування та утилізації необхідно дотримуватись спеціальних правил, виготівник зобов'язаний:

1. Розробити такі правила.

2. Довести правила до споживача.

3. Розробити правила і довести до продавця.

4. Розробити та довести їх до продавця, а продавець – до споживача.

55. Товари, на які актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки життя і здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього середовища згідно з чинним законодавством:

1. Підлягають обов'язковій сертифікації.

2. Підлягають добровільній сертифікації.

3. Не підлягають добровільній сертифікації.

4. Не підлягають обов'язковій сертифікації.

56. Реалізація та використання товарів, на які актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки життя і здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього середовища, забороняється без:

1. Сертифіката відповідності.

2. Сертифіката безпеки.

3. Фітосертифіката.

4. Всі відповіді правильні.

57. Якщо встановлено, що при дотриманні споживачем правил використання товарів вони завдають шкоди життю, здоров'ю, майну споживача чи навколишньому середовищу, виготівник зобов'язаний:

1. негайно припинити їх виробництво.

2. негайно припинити їх реалізацію.

3. Припинити їх виробництво до усунення причин шкоди.

4. негайно припинити їх виробництво (реалізацію) до усунення причин шкоди, а в необхідних випадках вжити заходів до вилучення їх з обігу і відкликання від споживачів.

58. Якщо причини, що завдають шкоди, усунути неможливо, виготівник зобов'язаний:

1. Зняти такі товари з виробництва.

2. Вилучити з обігу.

3. Відкликати від споживачів.

4. Відповіді 1-3 доповнюють одна одну.

59. *Виготівник зобов'язаний відшикодувати завдані споживачам збитки, які пов'язані з відкриттям товарів:*

1. У повному розмірі.

2. Частково.

3. У розмірі 25 %.

4. В трикратному розмірі.

60. *Виготівник зобов'язаний інформувати споживача про можливий ризик і про безпечне використання товару за допомогою позначень:*

1. Міжнародних.

2. Державних.

3. Регіональних.

4. Місцевих.

61. *Чи допускається встановлення будь-яких переваг, прямих або непрямих обмежень прав споживачів?*

1. Так, допускається.

2. Ніколи.

3. Так, коли передбачено законом.

4. Правильної відповіді не зазначено.

62. *Якщо під час гарантійного терміну необхідно визначити якість товару, у який термін з дня одержання письмової заяви продавець зобов'язаний направити цей товар на експертизу?*

1. 2 дні.

2. 3 дні.

3. 5 днів.

4. 7 днів.

63. *Протягом скількох днів, не беручи до уваги дня купівлі, споживач має право на обмін товару належної якості, якщо він не підійшов за розміром?*

1. 7 днів.

2. 10 днів.

3. 14 днів.

4. 30 днів.

64. *Перелік товарів, що не підлягають обміну (поверненню) затверджується?*

1. Кабінетом Міністрів України.

2. Товариством із захисту прав споживачів.

3. Правилами торгівлі.

4. Адміністрацією торговельного закладу.

65. *Правила торговельного, побутового та інших видів діяльності затверджуються?*

1. Верховною Радою.
2. Кабінетом Міністрів України.
3. Президентом.
4. Міністерством торгівлі.

66. *У разі порушення законодавства про захист прав споживачів господарські суб'єкти сфери торгівлі, громадського харчування несуть відповідальність за відмову споживачеві реалізувати його права:*

1. Двох кратному розмірі вартості товару.
2. П'яти кратному розмірі вартості товару.
3. Десяти кратному розмірі вартості товару.
4. Двадцяти кратному розмірі вартості товару.

67. *У разі порушення законодавства про захист прав споживачів господарські суб'єкти сфери торгівлі, громадського харчування несуть відповідальність за реалізацію товарів, виконання робіт, надання послуг, що не відповідають нормативним документам:*

1. У розмірі 5 % від вартості товарів.
2. У розмірі 10 % від вартості товарів.
3. У розмірі 20 % від вартості товарів.
4. У розмірі 25 % від вартості товарів.

68. *У разі порушення законодавства про захист прав споживачів господарські суб'єкти сфери торгівлі, громадського харчування несуть відповідальність за відмову в наданні необхідної, доступної та достовірної інформації про товари, послуги та роботи у розмірі:*

1. 20 % від вартості реалізованих товарів.
2. 25 % від вартості реалізованих товарів.
3. 30 % від вартості реалізованих товарів.
4. 50 % від вартості реалізованих товарів.

69. *Захист прав споживачів, передбачений законодавством, здійснюється:*

1. Товариством із захисту прав споживачів.
2. Держстандартом України.
3. Судом.
4. Кабінетом Міністрів України.

70. Чи звільняються споживачі від сплати державного мита за позовами, що пов'язані з порушенням їх прав?

1. Так.
2. Ні.
3. Частково.
4. У разі позитивного рішення.

### 10.1 Ключ для тестів підсумкового контролю знань студентів (для заліку)

№ питання	№ відповіді	№ питання	№ відповіді	№ питання	№ відповіді
1	3	26	3	51	4
2	4	27	2	52	1
3	3	28	1	53	4
4	4	29	4	54	4
5	4	30	1	55	1
6	1	31	2	56	1
7	3	32	2	57	4
8	3	33	3	58	4
9	3	34	1	59	1
10	3	35	4	60	1
11	2	36	4	61	3
12	3	37	4	62	2
13	2	38	1	63	3
14	4	39	1	64	1
15	2	40	3	65	2
16	2	41	3	66	3
17	2	42	4	67	4
18	2	43	4	68	3
19	2	44	4	69	3
20	2	45	1	70	1
21	4	46	3		
22	4	47	2		
23	4	48	3		
24	1	49	3		
25	2	50	4		

## 12. ПИТАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

1. Які ви знаєте основні права споживачів? В яких міжнародних документах вони сформульовані?

2. Напрями застосування концепції консумеризму в комерційній і некомерційній сферах.

3. Захист прав споживачів від неякісної, оманливої інформації та реклами.

4. Основні напрямки загальної громадсько-державної політики підвищення якості товарів і послуг.

5. Сучасна правова держава – гарант захисту прав споживачів.

6. Державні і громадські консумерські установи та організації в Німеччині, Великобританії, Франції, США і Японії.

7. Державні і громадські консумерські установи та організації в країнах СНД.

8. Державні і громадські консумерські установи та організації в Україні.

9. Міжнародні консумерські організації.

10. Історія консумерського руху в Україні.

11. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності продавців. Споживач придбав автомобіль. У період гарантійного терміну обслуговування в машині були виявлені дрібні несуттєві недоліки. Усунути їх станція не змогла, тому що не знайшлося необхідних деталей, і споживачеві було запропоновано почекати два місяці.

12. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності виконавців. Валентин замовив в ательє штани з матеріалу ательє. Замовлення було виконане на двадцять днів пізніше обумовленого терміну. До того ж штани були зшиті погано. Валентин звернувся в ательє з вимогою виплатити неустойку за прострочення виконання замовлення і відшкодувати збитки в розмірі двохразової вартості роботи.

13. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності виконавців. Володимир уклав із будівельною фірмою договір на будівництво садового будинку. У ході будівництва фірма використовувала матеріали більш високого класу, ніж це обумовлювалося кошторисом. Встановлення поліпшених матеріалів зажадало притягнення додаткових робітників. По завершенні робіт фірма звернулася до Володимира з вимогою про оплату різниці у вартості матеріалів і робіт.



14. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності продавців. Олена побачила в газеті рекламу автосалону: фото автомобіля і напис «У нас три роки гарантії». Приїхавши в салон, вона дізналася, що три роки – гарантія тільки на додаткове устаткування, встановлене в салоні. Чи може Олена пред'явити якісь вимоги?

15. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності виконавців. Тетяна вчиться на платних курсах водіння. Договором була передбачена видача документа про закінчення курсів. Пройшовши навчання й успішно склавши іспит, Тетяна дізналася, що їй видають довідку про закінчення, а за видачу диплома треба заплатити 200 гривень.

16. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності продавців. Віктор придбав пральну машину і самостійно її встановив, хоча за договором встановлення повинні були робити безплатно майстри фірми. Через два дні машина перестала працювати. Викликаний майстер визначив, що дефект носить виробничий характер, але ремонтувати в рахунок гарантії відмовився, пославшись на те, що встановлення робив не спеціаліст.

17. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності продавців. Аліна придбала на розпродажу підручник, але наступного дня вирішила його замінити, тому що видання виявилось застарілим. Чи може магазин відмовити в заміні?

18. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності виконавців. Виграний Антоном у телевізійному конкурсі меблевий гарнітур не поміщається в його маленькій квартирі. З моменту тримання гарнітура пройшло два дні.

19. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності виконавців. Світлана здала в пральню халат із пластмасовими гудзиками. Одержуючи білизну, вона побачила, що гудзики розплавилась і прилипли до тканини. У квитанції є запис про те, що хімчистка відповідальності за виниклі недоліки не несе.

20. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності продавців. Ксенія оплатила доставку вантажу. Коли вантаж був доставлений,

Ксенія була у відрядженні і сповіщення не одержала. Через 8 днів після відправлення повідомлення вантаж був реалізований. Ксенія висунула претензії до перевізника.

21. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності виконавців. Олена здала в хімчистку пальто із хутряною оздобою на рукавах, приклеєною спеціальним клеєм. При одержанні замовлення з'ясувалося, що хутро відклеїлося і Олені запропонували забрати окремо пальто, окремо оздобу.

22. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності продавців. Максим придбав у магазині мікрохвильову піч. Через 10 днів він звернувся в магазин із проханням повернути йому вартість печі, тому що піч не підходить йому за розміром.

23. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності виконавців. Споживач зробив оплату комунальних послуг за 3 місяці наперед. Через 2 місяці ціни на послуги зросли. Житлова організація вимагає зробити доплату.

24. Зробіть аналіз ситуації і прийміть обґрунтовані конкретні рішення з захисту прав споживачів і відповідальності виконавців. Олег здав черевики в ремонтну майстерню. Майстер сказав, що замовлення буде виконане через дві години. При видачі замовлення він заявив, що за терміновість береться додаткова плата понад вартість замовлення.

25. Громадянин Іванов придбав телевізор. Протягом гарантійного терміну телевізор зіпсувався (до закінчення гарантійного строку залишалося 2 дні). На вимогу телевізор громадянина замінили, але з гарантійним терміном на 2 дні, що залишилися. Чи правомірні дії продавця? Обґрунтуйте відповідь.

26. Громадянка Білозерська придбала швейну машинку без зазначення гарантійного терміну. Через 3 місяці машинка зламалася. При вимозі замінити товар, продавець відмовила. Чи має право покупець вимагати заміни? Обґрунтуйте відповідь.

27. 3 січня громадянка Шаповалова придбала майонез зі строком придатності 30 діб, Вдома, вона помітила на етикетці дату виготовлення майонезу – 1 грудня. Вимогу про заміну продавець відхилив, аргументувавши це тим, що він отримав цей товар 25 грудня і може пред'явити відповідні документи. Проаналізуйте дану ситуацію.

28. Громадянка Білецька придбала дублянку у червні. За якою методикою обчислюється у даному випадку гарантійний термін?
29. Громадянин Сидоренко придбав партію товару за зразками. Як буде обчислюватися гарантійний термін? Обґрунтуйте відповідь.
30. Громадянин Павлов придбав 1 кг ковбаси за ціною 17 грн 20 коп. за 1 кг. Вдома він виявив, що ковбаса недоброякісна. Повернувшись в магазин, побачив, що ковбаса вже коштує 17 грн 75 коп. за 1 кг. (завезли іншу партію). Продавець погодився відшкодувати споживачеві вартість ковбаси у розмірі 17 грн 20 коп. Чи законні дії продавця? Обґрунтуйте відповідь.
31. Складіть інформацію для споживачів щодо прання, прасування, відбілювання, хімчистки, сушіння та позначте її міжнародними символами для білої білизни з льону, яка стійка до кипіння.
32. Складіть інструкцію для споживачів щодо прання, прасування, відбілювання, хімчистки, сушіння та позначте її міжнародними символами для тонкої кольорової білизни з бавовни, яка не стійка до кип'ятіння.
33. Складіть інструкцію для споживачів щодо прання, прасування, відбілювання, хімчистки, сушіння для жіночої сукні з віскози.
34. Складіть інструкцію для споживачів щодо прання, прасування, відбілювання, хімчистки, сушіння жіночої сукні з тканини із синтетичних ниток в суміші з іншими волокнами.
35. Складіть інструкцію для споживачів щодо прання, прасування, відбілювання, хімчистки, сушіння чоловічих штанів з джинсової тканини (100 % бавовни).
36. Складіть інструкцію для споживачів щодо прання, прасування, відбілювання, хімчистки, сушіння чоловічого костюма з вовни.
37. Складіть інструкцію для споживачів щодо прання, прасування, відбілювання, хімчистки, сушіння дитячого спортивного костюма з бавовняного трикотажного полотна з начосом.
38. Складіть інструкцію для споживачів щодо прання, прасування, відбілювання, хімчистки, сушіння білої столової скатертини з бавовни, яка стійка до кип'ятіння.
39. Складіть інструкцію для споживачів щодо прання, прасування, відбілювання, хімчистки, сушіння тонкої кольорової дитячої піжами з бавовни, яка не стійка до кип'ятіння.

40. Складіть інструкцію для споживачів щодо прання, прасування, відбілювання, хімчистки, сушіння тонкої жіночої блузки з трикотажного полотна кольорового з синтетичних ниток основ'язаного переплетіння.

41-50. Докладіть три зразки маркування товарів (етикеток, упаковок) з товарними умовними знаками, графічними зображеннями, штриховим кодуванням, тобто з інформацією для споживачів про товар і його виробництво. Розшифруйте ці символи, умовні позначення і штрих-коди, а також зробіть аналіз цієї інформації згідно зі статтею 18 Закону України “Про захист прав споживачів”.

51. Напишіть заяву (претензію) до магазину та позовну заяву в суд у зв'язку з наступною ситуацією: Ви придбали холодильник “Норд” вартістю 856 грн з гарантійним терміном експлуатації 1 рік. Через місяць після покупки холодильник зламався. Ви вимагаєте заміни несправного холодильника на новий якісний негайно, але магазин Вашу заяву не прийняв, мотивуючи це тим, що аналогічних товарів в продажу немає.

52. Напишіть заяву (претензію) до магазину та позовну заяву в суд у зв'язку з наступною ситуацією: Ви придбали відеомагнітофон “Daewoo” вартістю 635 грн з гарантійним терміном експлуатації 1 рік. Через місяць після покупки він зламався. Ви вимагаєте заміни несправного товару на новий якісний негайно, але магазин Вашу заяву не прийняв, мотивуючи це тим, що аналогічних товарів в продажу немає.

53. Напишіть заяву (претензію) до магазину та позовну заяву в суд у зв'язку з наступною ситуацією: Ви придбали телевізор “Sony” вартістю 1035 грн з гарантійним терміном експлуатації 2 роки. Через місяць після покупки він зламався. Ви вимагаєте заміни несправного товару на новий якісний негайно, але магазин Вашу заяву не прийняв, мотивуючи це тим, що аналогічних товарів в продажу немає.

54. Напишіть заяву (претензію) до магазину та позовну заяву в суд у зв'язку з наступною ситуацією: Ви придбали пилосос вартістю 360 грн з гарантійним терміном експлуатації 1 рік. Через місяць після покупки він зламався. Ви вимагаєте заміни несправного товару на новий якісний негайно, але магазин Вашу заяву не прийняв, мотивуючи це тим, що аналогічних товарів в продажу немає.

55. Напишіть заяву (претензію) до магазину та позовну заяву в суд у зв'язку з наступною ситуацією: Ви придбали мікрохвильову

піч “Samsung” вартістю 935 грн з гарантійним терміном експлуатації 3 роки. Через 1 рік після покупки вона зламалася. Ви вимагаєте заміни несправного товару на новий якісний негайно, але магазин Вашу заяву не прийняв, мотивуючи це тим, що аналогічних товарів в продажі немає.

56. Напишіть заяву (претензію) до магазину та позовну заяву в суд у зв’язку з наступною ситуацією: Ви придбали швейну машину вартістю 324 грн з гарантійним терміном експлуатації 1 рік. Через місяць після покупки вона зламалася. Ви вимагаєте заміни несправного товару на новий якісний негайно, але магазин Вашу заяву не прийняв, мотивуючи це тим, що аналогічних товарів в продажі немає.

57. Напишіть заяву (претензію) до магазину та позовну заяву в суд у зв’язку з наступною ситуацією: Ви придбали відеокамеру “Sony” вартістю 1035 грн з гарантійним терміном експлуатації 1 рік. Через місяць після покупки вона зламалася. Ви вимагаєте заміни несправного товару на новий якісний негайно, але магазин Вашу заяву не прийняв, мотивуючи це тим, що аналогічних товарів в продажі немає.

58. Напишіть заяву (претензію) до магазину та позовну заяву в суд у зв’язку з наступною ситуацією: Ви придбали електричну духовку-гриль “Daewoo” вартістю 375 грн з гарантійним терміном експлуатації 1 рік. Через 3 місяці після покупки вона зламалася. Ви вимагаєте заміни несправного товару на новий якісний негайно, але магазин Вашу заяву не прийняв, мотивуючи це тим, що аналогічних товарів в продажі немає.

59. Напишіть заяву (претензію) до магазину та позовну заяву в суд у зв’язку з наступною ситуацією: Ви придбали годинник з радіоприймачем “Panasonic” вартістю 125 грн з гарантійним терміном експлуатації 1 рік. Через 2 місяці після покупки він зламався. Ви вимагаєте заміни несправного товару на новий якісний негайно, але магазин Вашу заяву не прийняв, мотивуючи це тим, що аналогічних товарів в продажі немає.

60. Напишіть заяву (претензію) до магазину та позовну заяву в суд у зв’язку з наступною ситуацією: Ви придбали музичний центр “Aiwa” вартістю 935 грн з гарантійним терміном експлуатації 2 роки. Через 4 місяці після покупки він зламався. Ви вимагаєте заміни несправного товару на новий якісний негайно, але магазин Вашу заяву не прийняв, мотивуючи це тим, що аналогічних товарів в продажі немає.

## СЛОВНИК ТЕРМІНІВ

**Білл Президент США Дж. Кеннеді** про права людини від 15 березня 1962 р. Вперше голова виконавчої влади країни проголосив перевагу споживача перед виробником і торговцем, а також сформулював послідовний перелік прав споживачів.

**Всесвітній День захисту прав споживача** -проголошений ООН 15 березня. В 1962 р. в цей день був опублікований Білл Президента США Дж. Кеннеді, де вперше були проголошені права споживачів та їх перевага перед виробником і торговцем. Вперше як Всесвітній День захисту прав споживачів був відзначений 15 березня 1983 р.

**Гуманізація консюмерських ідей (від лат. *humanns* -людяний, людський)** – визнання переваги споживача перед виробником і торговцем, пріоритету людських цінностей, завдань і прав громадян як споживачів в умовах ринкової економіки. Характерна для консюмеризму 70-90-х років ХХ ст.

**Гуртки якості** – концепція проф. К. Ісікави (1962 р., Японія), яка віддзеркалює японський підхід до проблеми якості продукції і базується на принципах максимального залучення людського фактора з метою підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства. Основні положення концепції: "гурток якості" – це невелика група людей, що функціонує безпосередньо на робочих місцях; головне завдання -вишукування, вивчення та вирішення практичних проблем щодо раціоналізації та підвищення ефективності виробництва; постійне навчання та підвищення кваліфікації; добровільність участі та ін. Рух "гуртків якості", крім Японії, розвивається в США ("групи бездефектної праці") та в Західній Європі.

**Демократія (від грец. *demokratia* – влада народу)** -форма політичної організації суспільства і суспільних груп, що характеризується визнанням волі більшості.

**Демократизація** – впровадження демократичних засад влади та керування економікою.

**Держспоживзахист** – Державний комітет України у справах захисту прав споживачів (створений 1 червня 1992 р.) – центральний орган виконавчої влади, підвідомчий Кабінету Міністрів України. Забезпечував реалізацію державної політики у справі захисту прав споживачів на всій території України. Згідно з Указом Президента України від 15.12.99 р. був реорганізований та увійшов до складу Державного комітету стандартизації, метрології та сертифікації України.

**Держстандарт України** – Державний комітет стандартизації, метрології та сертифікації України – державна установа України, що здійснює в Україні державну політику в сфері стандартизації, метрології, акредитації органів та іспитових лабораторій з сертифікації та стандартизації та захисту прав споживачів. Відповідно до Указу Президента України від 15.12.99 р. створений на базі колишніх Державного комітету України з стандартизації, метрології та сертифікації і Державного комітету України у справах захисту прав споживачів.

**Європейська Організація Якості (ЄОЯ)** – міжнародна регіональна організація, створена у 1956 р. (м. Хельсінкі, Фінляндія). Об'єднує 31 країну, співробітничує з багатьма впливовими міжнародними і національними організаціями. З березня 1990 р. членом ЄОЯ стала Українська Асоціація Якості.

**Європейське бюро споживачів (ЄБС)** – міжнародна регіональна консюмерська організація, створена в 1962 р. (м. Брюссель, Бельгія). Діє у рамках Євросоюзу і об'єднує майже 20 консюмерських організацій зі всіх 15-ти країн-членів ЄС.

**Екоконсюмеризм** – захист інтересів і прав споживачів у сфері охорони навколишнього середовища.

**Екологія** – наука про взаємодію між живими організмами і середовищем їх проживання та закономірності взаємодії природи і суспільства.

**Екологічна безпека** – стан навколишнього середовища, за яким забезпечується запобігання погіршенню екологічної ситуації та виникнення небезпеки для здоров'я людей.

**Економіка** – найважливіша сфера суспільних відносин, виробництва, розподілу і споживання результатів людської діяльності, їх ефективного використання. Або -сукупність виробничих відносин, що визначаються характером власності на засоби виробництва.

**Етикетка** – засіб маркування товарів, іншої продукції. Функції етикетки: ідентифікація товару чи марки; відповідність національним (міжнародним) стандартам; вказівка на ґатунок товару; опис товару (ким і коли виготовлений, зміст упаковки, порядок зберігання і використання, техніка безпеки при використанні); перелік інгредієнтів, що входять до складу товару за принципом їх убування; індикація екологічності товару; чиста вага; термін використання; штриховий код; реклама товару через красиве графічне оформлення етикетки.

**Загальне управління якістю** – концепція, що передбачає всебічне цілеспрямоване та добре скоординоване застосування систем і методів управління якістю у всіх сферах діяльності (від досліджень і розробок до післяпродажного обслуговування) за участю керівництва та працівників всіх рівнів, а також за умов раціонального використання технічних можливостей.

**Забезпечення якості** – сукупність заходів, які заплановані та систематично здійснюються в рамках системи якості з метою впевненості в тому, що продукція відповідає визначеним і запланованим вимогам якості.

**Інфляція (від лат. inflatio – роздувати)** – процес знецінення грошей у результаті перевищення кількості грошових знаків, що перебувають в обігу, над сумою цін товарів та послуг. Тобто недотримання вимог закону грошового обігу.

**Інформація (від лат. informatio – роз'яснення, вклад)** – впорядковане відображення об'єктивної дійсності у формі сукупності знань, відомостей. **Консюмерська інформація** - знання про права та засоби захисту інтересів споживачів; володіння інформацією про ринок товарів і послуг та їх якість тощо.

**Керівні принципи** на захист інтересів споживачів - резолюція № 248 Генеральної Асамблеї ООН від 9 квітня 1985 р. – міжнародний документ, який став основою адміністративно-правового механізму захисту прав споживачів у всьому світі.

**Конкуренція (від лат. concurro – зіткатися, суперничати)** – боротьба між товаровиробниками за вигідні умови та ефективність виробництва і збуту товарів і послуг; механізм стихійного регулювання пропорцій суспільного виробництва. Вона є об'єктивним законом розвиненого товарного виробництва, дія якого є для товаровиробників зовнішньою примусовою силою щодо підвищення продуктивності праці, прискорення НТП, збільшення масштабів виробництва і підвищення якості продукції, впровадження нових форм організації виробництва, форм і систем заробітної плати тощо.

**Конкурентоспроможність товарів** – відповідність товару вимогам ринку даних видів товарів; можливість збуту товару на конкретному ринку. Оцінка конкурентоспроможності товару виключає такі етапи:

- 1) аналіз ринку на вибір найбільш конкурентоспроможного товару взірця як бази для порівняння та визначення рівнів конкурентоспроможності даного товару;
- 2) визначення набору порівняльних параметрів загальних товарів;



3) розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності даного товару.

**Контроль якості** – перевірка відповідності кількісних та якісних характеристик продукції або технологічного процесу, від якого залежить якість продукції встановленим технічним нормам.

**КонфТС** – Міжнародна конференція товариств споживачів (перетворена із Федерації споживачів СРСР на початку 1992 р. у зв'язку із розпадом Радянського Союзу) – незалежна міжнародна громадська консюмерська організація, яка об'єднує 7 національних товариств, а також близько п'ятдесяти регіональних союзів країн СНД.

**Консюмеризм (від англ. consumer – споживач)** – це організований рух громадян, а також державних і громадських установ за розширення прав і впливу споживачів на виробників і торговців як в комерційній, так і в позакомерційній сферах. Він виник понад сто років тому. Консюмеризм є найважливішим напрямком розвитку соціальної сфери суспільства.

**Консюмерська політика** – політика уряду, або державних і громадських організацій, мета якої є захист інтересів і прав громадян як споживачів.

**Консюмерський Інтернаціонал (СІ)** – був заснований у 1960 р. як Міжнародна Організація Споживчих Товариств (МОСТ). В 1995 р. МОСТ була перейменована у Всесвітню Організацію Споживачів (або Консюмерський Інтернаціонал). Крім основної резиденції в Лондоні, Великобританія, СІ має три регіональні центри – в Сантьяго, Чилі; Пенанзі, Малайзія; Харарі, Зімбабве; а також чотири субрегіональні центри – в Сенегалі, Новій Зеландії; Індії, Гватемалі. Сьогодні СІ об'єднує понад 250 національних державних, громадських, регіональних та інших консюмерських організацій і груп близько 110 країн світу.

**Консюмерські організації** – міжнародні та національні (урядові, а також громадські) організації та установи, діяльність яких націлена на підтримку інтересів та захист прав громадян як споживачів.

**Культура** (від лат. cultura – облагородження, виховання, освіта, розвиток) – сукупність досягнень людського суспільства в матеріальній, соціальній і духовній сферах. Або сфера духовного життя суспільства, що охоплює насамперед систему виховання, освіти, творчості, мистецтва тощо.

**Купівельна спроможність населення** – наявна сума грошей і оцдажень, за які населення може придбати товари і одержати послуги.

**Марка** – це термін, знак, *ім'я*, символ, малюнок (або графічне зображення), або їх сполучення, призначення яких – ідентифікувати товари або послуги одного виробника (продавця) або групи виробників (продавців), а також диференціювати їх від товарів та послуг конкурентів.

**Маркетинг** (від англ. market – ринок) – управління комерційною діяльністю підприємства на основі інформації про потреби споживачів і відповідності цим потребам товарів і послуг з метою забезпечення їх конкурентоспроможності на ринку і отримання максимального прибутку.

**Маркування товару** – використання марки або товарного знака, що свідчать про якість товарів та послуг. Засоби маркування: етикетки, біржі, ярмарки, упаковка, спеціальна реклама та ін.

**Менеджмент (від англ. management – управління, керівництво, завідування)** – 1. Наука про управління. 2. Сукупність принципів, методів, засобів і форм управління з метою підвищення ефективності виробництва та його прибутковості. 3. Особливий вид професійної діяльності, змістом якої є цілеспрямований вплив на працівників, на управління і координацію операцій фірми або підприємства в умовах ринку для досягнення цілей, поставлених перед ними.

**Метрологія** – наука про вимірювання, засоби досягнення їх єдності та необхідної точності

**Охорона здоров'я** – система соціально-економічних та медичних заходів, що націлені на збереження та підвищення рівня здоров'я кожної окремої людини, а також населення в цілому.

**Планування якості** – діяльність, що встановлює цілі та вимоги щодо якості та застосування елементів системи якості.

**Показники якості:** досконале проектування, функціональна придатність, надійність і безвідмовність, довговічність, технічний ресурс, гарантійність, ремонтопридатність, енергомощність, естетичність, безпечність, екологічність, престижність та ін.

**Політика в галузі якості** – основні напрямки і цілі, що офіційно сформовані в цій сфері вищим керівництвом фірми, підприємства, організації, країни, міжнародною структурою тощо.

**Права споживачів** – вперше були сформульовані 15 березня 1962 р. в Біллі Президента США Дж. Кеннеді. Сьогодні перелік прав споживачів містить: право на задоволення основних потреб; право на безпеку; право на інформованість; право вибору; право бути вислуханим; право на відшкодування, право на споживчу

освіту; право на здорове навколишнє середовище; право на створення громадських консюмерських організацій.

**Правова держава** – держава, в якій панує право, де діяльність усіх її органів і посадових осіб здійснюється на основі та в межах, визначених правом, де не тільки особа відповідає за свої дії перед державою, а й держава несе реальну відповідальність перед особою за результати своєї діяльності.

**Премії з якості** – а) *національні* – престижні нагороди, які щорічно вручаються кращим підприємствам і фірмам. Серед основних груп критеріїв: результати бізнесу; роль керівництва фірми у проведенні політики в галузі якості; ефективність менеджменту фірми та вишукування нових прийомів і методів управління підприємницькою діяльністю; вишукування нових можливостей удосконалення управління якістю та переходу до засвоєння принципів загального управління якістю; освіта та розповсюдження знань в галузі якості; задоволеність споживача;

задоволеність персоналу; вплив на суспільство тощо. З існуючих в багатьох країнах премій найбільш відомі Премія Демінга в Японії (заснована в 1951 р.), Національна премія з якості імені Малькольна Болдріджа в США (заснована в 1987 р.) та ін. У 1996 р. вперше був проведений Український конкурс з якості; б) *міжнародні* – першим прикладом стала заснована в 1992 р. щорічна Європейська премія з якості.

**Про захист прав споживачів** – Закон України, прийнятий 12 травня 1991 р., в новій редакції – 15 грудня 1993 р.

**Рада Економічної Взаємодопомоги (РЕВ)** – міжнародна економічна організація (1949 – 1989 рр.), яка об'єднувала 10 країн соціалістичної співдружності: СРСР, Болгарію, Польщу, Чехословаччину, Румунію, Угорщину, Німецьку Демократичну Республіку, Монголію, Республіку Кубу, Соціалістичну Республіку В'єтнам.

**Реклама (від лат. *reclamo* – викрикувати)** – 1) інформація про споживчі властивості товарів та різноманітних видів послуг з метою їх реалізації, створення на них попиту; 2) розповсюдження відомостей про осіб, організацій, твори літератури, мистецтва та ін. з метою створення їм популярності.

**Ринок** – система товарно-грошових відносин, що виникають між покупцем і продавцем, яка включає механізм вільного ціноутворення, вільне підприємництво, що здійснюється на основі економічної самостійності, рівноправності та конкуренції суб'єктів господарювання у боротьбі за споживача. Функціонування ринку

підпорядковується законам товарного виробництва: закону вартості, попиту і пропозиції, конкуренції.

**"Ринок продавця"** – домінує у традиційному (індустріальному) капіталістичному суспільстві (XIX – перша половина XX ст.). Головні дійові особи ринку – це виробник та продавець товару. Споживач має мінімальну можливість впливати на якість товару. Спостерігається також обмеження можливості регулюючого впливу на сферу виробництва з боку державних та громадських органів.

**"Ринок покупця"** – займає домінуюче місце на початку постіндустріального етапу розвитку суспільства (50-60-ті роки XX ст.), коли відбувається перехід від товаровиробничої до обслуговуючої, соціально орієнтованої економіки, переорієнтація виробництва та збуту на задоволення попиту масового споживача.

**"Ринок покупця-продавця"** – (70-90-ті роки XX ст.), збігає із розробкою, нової методології у розвитку консюмеризму, коли на порядок дня були поставлені питання захисту прав споживачів. Тут вже не просто погоня за попитом, а обмеження випуску товарів, що шкідливі для здоров'я та середовища.

**Сертифікація (від франц. certificat, від лат. certus - безсумнівний і facio – робити, діяти)** – відповідність якості товарів та послуг міжнародним і державним стандартам.

**Соціальна сфера (від лат. socialis – суспільний)** – одна з найважливіших сфер життя суспільства, яка охоплює: інтереси всіх верств населення, відносини суспільства і особи, умови праці і побуту, здоров'я, відпочинку. Вимагає значимої уваги з боку держави і суспільства, особливо у плані наукового прогнозування, управління її розвитком. Консюмеризм -важливий напрямок розвитку соціальної сфери суспільства.

**Система якості** – сукупність організаційної структури, методик, процесів і ресурсів, необхідних для здійснення загального адміністративного керівництва якістю.

**Споживач** – а) фізична або юридична особа, яка користується товарами або послугами з особистою метою;

б) громадянин, який придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари (роботи, послуги) для власних побутових потреб.

**Споживання** – кінцева фаза суспільного відтворення, на якій суспільний продукт використовується для задоволення потреб людей. Особисте споживання – використання людьми вироблених продуктів для забезпечення життєдіяльності і розвитку.

**Споживчі кооперативи** – це будь-яка фірма або підприємство роздрібної торгівлі, що знаходиться у володінні власних споживачів. Рух споживчої кооперації виник ще в середині XIX ст. Споживчі кооперативи займалися в основному оптовою закупівлею дешевих і якісних продуктів харчування, а також непродовольчих товарів широкого вжитку для їх подальшого розповсюдження серед своїх членів. Мета їх діяльності – захист своїх членів від продажу фальсифікованої та недоброякісної продукції. Споживчі товариства також протидіяли бойкотам і свавілля виробників і торговців. Вони засновували свої магазини (бакалійні, м'ясні, хлібні), дешеві ресторани, аптеки, кооперативи зі страхування тощо. Сьогодні найяскравішим прикладом споживчої кооперації може бути швейцарський споживчий кооператив "Мігрос", заснований ще в 1925 р. Готтлібом Дутвайлером. Це – гігантське об'єднання, що складається з понад 500 магазинів і безлічі підприємств.

**Стандартизація (від англ. standart – норма, зразок, мірило)** – встановлення та запровадження стандартів (тобто нормативно-технічних документів, що встановлюють єдині обов'язкові вимоги щодо типів, розмірів, якості, норм та інших особливостей продукції та послуг) з метою упорядкування діяльності в певній галузі, економного використання ресурсів, дотримання техніки безпеки, підвищення якості продукції та послуг.

**Суспільство масового виробництва** притаманне добі індустріальної цивілізації (XIX – перша половина XX ст.). Для нього є характерним превалювання кількісних параметрів виробництва. Основою стратегії виробників є націленість на зростання обсягу випуску продукції. Акцент на її якості особливо не ставився.

**Суспільство масового споживання** притаманне постіндустріальній добі (60-90-ті рр. XX ст.). Характерною рисою є відмова від стратегії беззупинного розширення виробничо-технічної бази як пріоритетної мети та спрямування все збільшуючої частини національних ресурсів на виробництво високоякісних споживчих товарів тривалого користування та послуг.

**TACIS** – програма, що розроблена Євросоюзом для колишніх республік СРСР (окрім прибалтійських), з метою сприяння розвитку між ними гармонійних та міцних економічних і політичних зв'язків, а також створення суспільства, заснованого на демократичних свободах і економічному прогресі. Здійснюється з 1991 р. TACIS фінансує Програму Технічної допомоги в галузі захисту прав споживачів. Співпрацює з 13 країнами-партнерами: Вірменія,

Азербайджан, Білорусь, Грузія, Казахстан, Киргизстан, Молдова, Монголія (приєдналась у 1994 р.), Російська Федерація, Таджикистан, Туркменистан, Україна, Узбекистан.

**Товарний знак** – марка або її складова, що забезпечується правовим захистом. Захищає ексклюзивні права продавця (виробника) на користування марочною назвою або марочним знаком (емблемою), в деяких випадках – на виготовлення певної продукції або надання певних послуг.

**Туризм (франц. tourism, від tour – прогулянка, подорож)** – один з видів активного відпочинку; подорожі, що пов'язані з виїздом за межі місця проживання та поєднують раціональний відпочинок із освітянськими або науковими завданнями.

**Українська Асоціація якості (УАЯ)** – громадська професійна організація, заснована в 1989 р. Її мета – підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, просування українських товарів на світовий ринок. До складу УАЯ входить майже 1500 індивідуальних членів і більше ніж 200 колективних. З 1996 р. УАЯ є членом Європейської організації якості.

**Українська Асоціація споживачів (УАС)** – неурядова консюмерська організація, заснована в 1989 р. Проводить активну політику щодо захисту прав та інтересів споживачів. УАС є членом Консюмерського Інтернаціоналу і КонфТС.

**Управління якістю** – методи та діяльність оперативного характеру, що використовується для задоволення вимог до якості.

**Штриховий код** – засіб ідентифікації матеріальних об'єктів із застосуванням ОВМ (подача інформації за допомогою умовних знаків, цифр, символів тощо). Широко застосовується під час виробництва та продажу товарів, що дозволяє автоматизувати облік у виробничих процесах на складах сировини та готової продукції, на оптових та роздрібних торговельних підприємствах, тобто скрізь, де є потреба у чіткій та повній інформації про переміщення матеріальних цінностей.

**Якість товарів та послуг** – сукупність технічних, економічних, експлуатаційних, соціальних та інших властивостей речей і процесів, які характеризують їх корисність. Один з головних показників ефективності виробництва, науково-технічного, економічного і соціального прогресу.

№ 11 (1165) 31 січня 2006

## ЗАКОН УКРАЇНИ ПРО ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Цей Закон регулює відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг різних форм власності, встановлює права споживачів, а також визначає механізм їх захисту та основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів.

### РОЗДІЛ І.

#### ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

##### Стаття 1. Визначення термінів

У цьому Законі терміни вживаються в такому значенні:

1) **безпека продукції** – відсутність будь-якого ризику для життя, здоров'я, майна споживача і навколишнього природного середовища при звичайних умовах використання, зберігання, транспортування, виготовлення і утилізації продукції;

2) **введення продукції в обіг** – дії суб'єкта господарювання, спрямовані на виготовлення або ввезення на митну територію України продукції з подальшою самостійною або опосередкованою реалізацією на території України;

3) **виконавець** – суб'єкт господарювання, який виконує роботи або 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, розмішуючи на товарі та/або на упаковці чи супровідних документах, що разом з товаром передаються 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 виробник (продавець, виконавець або будь-яка третя особа) бере на себе зобов'язання про здійснення безоплатного ремонту або заміни відповідної продукції у зв'язку з введенням її в обіг;

6) **офісне приміщення** – будь-яке приміщення (будівля тощо), в якому знаходиться суб'єкт господарювання або його філія, або його структурний підрозділ, або представництво;

7) **договір** – усний чи письмовий правочин між споживачем і продавцем (виконавцем) про якість, терміни, ціну та інші умови, за яких реалізується продукція. Підтвердження вчинення усного правочину оформляється квитанцією, товарним чи касовим чеком, квитком, талоном або іншими документами (*далі – розрахунковий документ*);

8) **договір, укладений на відстані**, – договір, укладений продавцем (виконавцем) із споживачем за допомогою засобів дистанційного зв'язку;

9) **договір, укладений поза торговельними або офісними приміщеннями**, – договір, укладений із споживачем особисто в місці, іншому ніж торговельні або офісні приміщення продавця;

10) **електронне повідомлення** – інформація, надана споживачу через телекомунікаційні мережі, яка може бути в будь-який спосіб відтворена або збережена споживачем в електронному вигляді;

11) **засоби дистанційного зв'язку**– телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет, які можуть використовуватися для укладення договорів на відстані;

12) **істотний недолік**– недолік, який робить неможливим чи недопустимим використання товару відповідно до його цільового призначення, виник з вини виробника (продавця, виконавця), після його усунення проявляється знову з незалежних від споживача причин і при цьому наділений хоча б однією з нижченаведених ознак:

а) він взагалі не може бути усунутий;

б) його усунення потребує понад чотирнадцять календарних днів;

в) він робить товар суттєво іншим, ніж передбачено договором;

13) **належна якість товару, роботи або послуги** – властивість продукції, яка відповідає вимогам, встановленим для цієї категорії продукції у нормативно-правових актах і нормативних документах, та умовам договору із споживачем;

14) **нечесна підприємницька практика** – будь-яка підприємницька діяльність або бездіяльність, що суперечить правилам, торговельним та іншим чесним звичаям і впливає або може вплинути на економічну поведінку споживача щодо продукції;

15) **недолік** – будь-яка невідповідність продукції вимогам нормативно-правових актів і нормативних документів, умовам договорів або вимогам, що пред'являються до неї, а також інформації про продукцію, наданій виробником (виконавцем, продавцем);



- 16) **нормативний документ** – цей термін застосовується у значенні, визначеному Законом України "Про стандартизацію";
- 17) **послуга** – діяльність виконавця з надання (передачі) споживачеві певного визначеного договором матеріального чи нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб;
- 18) **продавець** – суб'єкт господарювання, який згідно з договором реалізує споживачеві товари або пропонує їх до реалізації;
- 19) **продукція** – будь-який виріб (товар), робота чи послуга, що виготовляються, виконуються чи надаються для задоволення суспільних потреб;
- 20) **реалізація** – діяльність суб'єктів господарювання з продажу товарів (робіт, послуг);
- 21) **робота** – діяльність виконавця, результатом якої є виготовлення товару або зміна його властивостей за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб;
- 22) **споживач** – фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника;
- 23) **споживчий кредит** – кошти, що надаються кредитором (банком або іншою фінансовою установою) споживачеві на придбання продукції;
- 24) **строк (термін) придатності** – строк (термін), визначений нормативно-правовими актами, нормативними документами, умовами договору, протягом якого у разі додержання відповідних умов зберігання та/або експлуатації чи споживання продукції її якісні показники і показники безпеки повинні відповідати вимогам нормативно-правових актів, нормативних документів та умовам договору;
- 25) **строк служби** – календарний строк використання продукції за призначенням, починаючи від введення в обіг чи після ремонту, протягом якого виробник (виконавець) гарантує її безпеку та несе відповідальність за істотні недоліки, що виникли з його вини;
- 26) **торговельне приміщення** – майновий комплекс, який займає окрему споруду (офісне приміщення) або який розміщено у спеціально призначеній та обладнаній для торгівлі споруді, де суб'єкт господарювання здійснює діяльність з реалізації товару;
- 27) **фальсифікована продукція** – продукція, виготовлена з порушення технології або неправомірним використанням знака для

товарів та послуг, чи копіюванням форми, упаковки, зовнішнього оформлення, а так само неправомірним відтворенням товару іншої особи.

### **Стаття 2. Законодавство про захист прав споживачів**

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

### **Стаття 3. Міжнародні договори**

1. Якщо міжнародним договором, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, встановлено інші правила, ніж передбачені законодавством України про захист прав споживачів, застосовуються правила міжнародного договору.

## **РОЗДІЛ II ПРАВА СПОЖИВАЧІВ ТА ЇХ ЗАХИСТ**

### **Стаття 4. Права та обов'язки споживачів**

1. Споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, яка реалізується на території України, для задоволення своїх особистих потреб мають право на:

- 1) захист своїх прав державою;
- 2) належну якість продукції та обслуговування;
- 3) безпеку продукції;

4) необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця);

5) відшкодування шкоди (збитків), завданих дефектною чи фальсифікованою продукцією або продукцією неналежної якості, а також майнової та моральної (немайнової) шкоди, заподіяної небезпечною для життя і здоров'я людей продукцією у випадках, передбачених законодавством;

6) звернення до суду та інших уповноважених органів державної влади за захистом порушених прав;

7) об'єднання в громадські організації споживачів (об'єднання споживачів).

2. Споживачі також мають інші права, встановлені законодавством про захист прав споживачів.

3. Споживачі зобов'язані:

1) перед початком експлуатації товару уважно ознайомитися з правилами експлуатації, викладеними в наданій виробником (продавцем, виконавцем) документації на товар;

2) в разі необхідності роз'яснення умов та правил використання товару – до початку використання товару звернутися за роз'ясненнями до продавця (виробника, виконавця) або до іншої, вказаної в експлуатаційній документації особи, що виконує їх функції;

3) користуватися товаром згідно з його цільовим призначенням та дотримуватися умов (вимог, норм, правил), встановлених виробником товару (виконавцем) в експлуатаційній документації;

4) з метою запобігання негативним для споживача наслідкам використання товару – застосовувати передбачені виробником в товарі засоби безпеки з дотриманням передбачених експлуатаційною документацією спеціальних правил, а в разі відсутності таких правил в документації – дотримуватися звичайних розумних заходів безпеки, встановлених для товарів такого роду.

### **Стаття 5. Захист прав споживачів**

1. Держава забезпечує споживачам захист їх прав, надає можливість вільного вибору продукції, здобуття знань і кваліфікації, необхідних для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання продукції відповідно до їх потреб, і гарантує придбання або одержання продукції іншими законними способами в обсязі, що забезпечує рівень споживання, достатній для підтримання здоров'я і життєдіяльності.

2. Держава створює умови для здобуття споживачами потрібних знань з питань реалізації їх прав.

3. Захист прав споживачів здійснюють спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальні органи, Рада Міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації, органи і установи, що здійснюють державний санітарно-епідеміологічний нагляд, інші органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування згідно із законодавством, а також суди.

### **Стаття 6. Право споживача на належну якість продукції**

1. Продавець (виробник, виконавець) зобов'язаний передати споживачеві продукцію належної якості, а також надати інформацію про цю продукцію.

2. Продавець (виробник, виконавець) на вимогу споживача зобов'язаний надати йому документи, які підтверджують належну якість продукції.

3. Вимоги до продукції щодо її безпеки для життя, здоров'я і майна споживачів, а також навколишнього природного середовища встановлюються нормативними документами.

Щодо окремих груп продукції зазначені вимоги встановлюються законами та іншими нормативно-правовими актами.

На товари, що ввозяться на територію України, повинен бути передбачений законодавством документ, який підтверджує їх належну якість.

4. Забороняється введення в обіг фальсифікованої продукції.

5. Виробник (виконавець) зобов'язаний забезпечити використання продукції за призначенням протягом строку її служби, передбаченого нормативним документом або встановленого ним за домовленістю із споживачем, а в разі відсутності такого строку – протягом десяти років.

Виробник (виконавець) зобов'язаний забезпечити технічне обслуговування та гарантійний ремонт продукції, а також її випуск і поставку для підприємств, що здійснюють технічне обслуговування та ремонт, у необхідному обсязі та асортименті запасних частин протягом усього строку її виробництва, а після зняття з виробництва – протягом строку служби, в разі відсутності такого строку – протягом десяти років.

5. Реалізація інтересів споживачів у встановленні вимог до належної якості продукції забезпечується правом участі споживачів та їх об'єднань у розробленні нормативних документів згідно із законодавством.

### **Стаття 7. Гарантійні зобов'язання**

1. Виробник (виконавець) забезпечує належну роботу (застосування, використання) продукції, в тому числі комплектуючих виробів, протягом гарантійного строку, встановленого нормативно-правовими актами, нормативними документами чи договором.

Гарантійний строк на комплектуючі вироби повинен бути не менший, ніж гарантійний строк на основний виріб, якщо інше не передбачено нормативно-правовими актами, нормативними документами чи договором.

2. Гарантійний строк зазначається в паспорті на продукцію або на етикетці чи в будь-якому іншому документі, що додається до продукції.

Гарантійні зобов'язання у будь-якому випадку включають також будь-які зобов'язання виробника (виконавця) або продавця, передбачені рекламою.

3. Для продукції, споживчі властивості якої можуть з часом погіршуватися і становити небезпеку для життя, здоров'я, майна споживачів і навколишнього природного середовища, встановлюється строк придатності, який зазначається на етикетках, упаковці або в інших документах, що додаються до неї при продажу, і який вважається гарантійним строком.

Строк придатності обчислюється починаючи від дати виготовлення, яка також зазначається на етикетці або в інших документах, і визначається або часом, протягом якого товар є придатним для використання, або датою, до настання якої товар є придатним для використання.

Продаж товарів, на яких строк придатності не зазначено або зазначено з порушенням вимог нормативних документів, а також товарів, строк придатності яких минув, забороняється.

На сезонні товари (одяг, хутряні та інші вироби) гарантійний строк обчислюється з початку відповідного сезону, що встановлюється Кабінетом Міністрів України.

4. У разі продажу товарів за зразками, поштою, а також у випадках, коли час укладення договору купівлі-продажу і час передачі товару споживачеві не збігаються, гарантійний строк обчислюється починаючи від дня передачі товару споживачеві, а якщо товар потребує спеціальної установки (підключення) чи складення – від дня їх здійснення, а якщо день передачі, установки (підключення) чи складення товару, а також передачі нерухомого майна встановити неможливо або якщо майно перебувало у споживача до укладення договору купівлі-продажу, – від дня укладення договору купівлі-продажу.

5. Стосовно продукції, на яку гарантійні строки або строк придатності не встановлено, споживач має право пред'явити продавцю (виробнику, виконавцю) відповідні вимоги, якщо недоліки було виявлено протягом двох років, а стосовно об'єкта будівництва – не пізніше десяти років від дня передачі їх споживачеві.

6. При виконанні гарантійного ремонту гарантійний строк збільшується на час перебування продукції в ремонті.

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

7. При обміні товару його гарантійний строк обчислюється заново від дня обміну.

8. Гарантійне зобов'язання припиняється на загальних підставах, передбачених Цивільним кодексом України.

9. Гарантійне зобов'язання не припиняється у разі неможливості виконання такого зобов'язання з причини відсутності необхідних для його виконання матеріалів, комплектуючих або запасних частин.

## **Стаття 8. Права споживача у разі придбання ним товару неналежної якості**

1. У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку недоліків споживач, в порядку та у строки, що встановлені законодавством, має право вимагати:

- 1) пропорційного зменшення ціни;
- 2) безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;
- 3) відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку істотних недоліків, які виникли з вини виробника товару (продавця, виконавця), або фальсифікації товару, підтверджених за необхідності висновком експертизи, споживач, в порядку та у строки, що встановлені законодавством і на підставі обов'язкових для сторін правил чи договору, має право за своїм вибором вимагати від продавця або виробника:

1) розірвання договору та повернення сплаченої за товар грошової суми;

2) вимагати заміни товару на такий же товар або на аналогічний з числа наявних у продавця (виробника), товар.

2. Стосовно непродовольчих товарів, що перебували у використанні та були реалізовані через роздрібні комісійні торговельні підприємства, вимоги споживача, зазначені у частині першій цієї статті, задовольняються за згодою продавця.

Згідно з цією частиною задовольняються вимоги споживача щодо товарів, гарантійний строк на які не закінчився.

3. Вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті, пред'являються на вибір споживача продавцеві за місцем купівлі товару, виробникові або підприємству, що задовольняє ці вимоги, за місцезнаходженням споживача.

Споживач має право пред'явити одну з вимог, передбачених частиною першою цієї статті, а в разі її невиконання заявити іншу вимогу, передбачену частиною першою цієї статті.

Зазначені вимоги за місцезнаходженням споживача задовольняють також створені власником продавця торговельні підприємства та філії, що здійснюють продаж аналогічних придбаним споживачем товарів, або підприємства, на які ці функції покладено на підставі договору. Функції представників підприємств-виробників виконують їх представництва та філії, створені виробниками для цієї мети, або підприємства, які задовольняють зазначені вимоги на підставі договору з виробником.

6. Продавець і виробник під час продажу (реалізації) товару зобов'язані інформувати споживача про підприємства, що задовольняють вимоги, встановлені частинами першою і третьою цієї статті. За ненадання такої інформації встановлюється відповідальність згідно із статтями 15 і 23 цього Закону.

7. Продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті), зобов'язані прийняти товар неналежної якості у споживача і задовольнити його вимоги.

Доставка великогабаритних товарів і товарів вагою понад п'ять кілограмів продавцю, виробнику (підприємству, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті) та їх повернення споживачеві здійснюються за рахунок продавця, виробника (підприємства, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті).

6. За наявності товару вимога споживача про його заміну підлягає негайному задоволенню, а в разі виникнення потреби в перевірці якості – протягом чотирнадцяти днів або за домовленістю сторін.

У разі відсутності товару вимога споживача про його заміну підлягає задоволенню у двомісячний строк з моменту подання відповідної заяви. Якщо задовольнити вимогу споживача про заміну товару в установленний строк неможливо, споживач вправі на свій вибір пред'явити продавцю, виробнику (підприємству, що виконує їх функції) інші вимоги, передбачені пунктами 1, 3, 4, 5 частини першої цієї статті.

7. Під час заміни товару з недоліками на товар аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) належної якості, ціна на який змінилася, перерахунок вартості не провадиться.

Під час заміни товару з недоліками на такий же 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.

При розірванні договору розрахунки із споживачем у разі підвищення ціни на товар провадяться виходячи з його вартості на час пред'явлення відповідної вимоги, а в разі 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 семи днів.

10. У разі придбання споживачем продовольчих товарів неналежної якості продавець зобов'язаний замінити їх на товари належної якості або повернути споживачеві сплачені ним гроші, якщо недоліки виявлено у межах строку придатності. При цьому розрахунки із споживачем провадяться в порядку, передбаченому абзацом третім частини сьомої цієї статті.

11. При пред'явленні споживачем вимоги про безоплатне усунення недоліків товару вони повинні бути усунуті протягом чотирнадцяти днів з дати його пред'явлення або за згодою сторін в інший строк.

На письмову вимогу споживача на час ремонту йому надається (з доставкою) товар аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) незалежно від моделі. Для цього продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті) зобов'язані створювати (мати) обмінний фонд товарів. Перелік таких товарів визначається Кабінетом Міністрів України.

За кожний день затримки виконання вимоги про надання товару аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) та за кожний день затримки усунення недоліків понад установлений строк (чотирнадцять днів) споживачеві виплачується неустойка відповідно в розмірі одного відсотка вартості товару.

При усуненні недоліків шляхом заміни комплектуючого виробу або складової частини товару, на які встановлено гарантійні строки, гарантійний строк на новий комплектуючий виріб і складову частину обчислюється починаючи від дня видачі споживачеві товару після ремонту.



12. Споживач має право пред'явити виробнику (продавцю) вимогу про безоплатне усунення недоліків товару після закінчення гарантійного строку. Ця вимога може бути пред'явлена протягом встановленого строку служби, а якщо такий не встановлено – протягом десяти років, якщо в товарі було виявлено недоліки (істотні недоліки), допущені з вини виробника. Якщо цю вимогу не задоволено у строки, передбачені частиною дев'ятою цієї статті, споживач має право на свій вибір пред'явити виробникові (продавцеві) інші вимоги, відповідно до частини першої цієї статті.

13. Вимоги споживача розглядаються 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.

Під час продажу товару продавець зобов'язаний видати споживачеві розрахунковий документ встановленої форми, що засвідчує факт купівлі, з позначкою про дату продажу.

У разі втрати споживачем технічного паспорта чи іншого документа, що його замінює, їх відновлення здійснюється у порядку, визначеному законодавством.

12. Виробник зобов'язаний відшкодувати всі збитки продавця (підприємства, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті), який розглядає претензію споживача до придбаного товару.

Продавець (виробник) товарів зобов'язаний у місячний строк відшкодувати підприємству, що виконує його функції, збитки, яких воно зазнало у зв'язку із задоволенням вимог споживача, передбачених цією статтею.

15. Вимоги, встановлені частиною першою цієї статті щодо товарів, виготовлених за межами України, задовольняються за рахунок продавця (імпортера).

16. Вимоги споживача, передбачені цією статтею, не підлягають задоволенню, якщо продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача, встановлені частиною першою цієї статті) доведуть, що недоліки товару виникли внаслідок порушення споживачем правил користування товаром або його зберігання. Споживач має право брати участь у перевірці якості товару особисто або через свого представника.

## **Стаття 9. Права споживача при придбанні товару належної якості**

1. Споживач має право обміняти непродовольчий товар належної якості на аналогічний у продавця, в 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 чотирнадцяти днів, не рахуючи дня купівлі.

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.

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

2. 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, або здійснити обмін товару на аналогічний при першому ж надходженні відповідного товару в продаж. Продавець зобов'язаний у день надходження товару в продаж повідомити про це споживача, який вимагає обміну товару.

3. При розірванні договору купівлі-продажу 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 домовленістю сторін, але не пізніше ніж протягом семи днів.

## **Стаття 10. Права споживача у разі порушення умов договору про виконання робіт (надання послуг)**

1. Споживач має право відмовитися від договору про виконання робіт (надання послуг) і вимагати відшкодування збитків, якщо виконавець своєчасно не приступив до виконання зобов'язань за договором або виконує роботу так повільно, що закінчити її у визначений строк стає неможливим.

Якщо значну частину обсягу послуги чи робіт (понад сімдесят відсотків загального обсягу) вже було виконано, споживач має пра-

во розірвати договір лише стосовно частини послуги або робіт, що залишилася.

4. Якщо під час виконання робіт (надання послуг) стане очевидним, що їх не буде виконано з вини виконавця згідно з умовами договору, споживач має право призначити виконавцю відповідний строк для усунення недоліків, а в разі невиконання цієї вимоги у визначений строк – розірвати договір і вимагати відшкодування збитків або доручити виправлення недоліків третій особі за рахунок виконавця.

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

6) безоплатного усунення недоліків у виконаній роботі (наданій послугі) у розумний строк;

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

8) безоплатного виготовлення іншої речі з такого ж матеріалу і такої ж якості чи повторного виконання роботи;

9) відшкодування завданих йому збитків з усуненням недоліків виконаної роботи (наданої послуги) своїми силами чи із залученням третьої особи;

10) реалізації інших прав, що передбачені чинним законодавством на день укладення відповідного договору.

Зазначені вимоги підлягають задоволенню у разі виявлення недоліків під час приймання виконаної роботи(наданої послуги) або під час її виконання (надання), а в разі неможливості виявлення недоліків під час приймання виконаної роботи(наданої послуги) – протягом гарантійного чи іншого строку, встановленого договором, чи протягом двох років з дня прийняття виконаної роботи (наданої послуги) у разі відсутності гарантійного чи іншого строку, встановленого законодавством або договором.

4. За наявності у роботі (послугі) істотних недоліків споживач має право вимагати розірвання договору та відшкодування збитків.

Якщо істотні недоліки було виявлено в роботі (послугі), виконаній з матеріалу споживача, споживач має право вимагати на свій вибір або виконання її з такого ж матеріалу виконавця, або розірвання договору і відшкодування збитків.

Зазначені вимоги можуть бути пред'явлені споживачем протягом строків, передбачених нормативно-правовими актами та нормативними документами, умовами договору, а в разі відсутності таких строків – протягом десяти років.

5. У разі коли виконавець не може виконати (прострочує виконання) роботу (надання послуги) згідно з договором, за кожний день (кожну годину, якщо тривалість виконання визначено у годинах) прострочення споживачеві сплачується пеня у розмірі трьох відсотків вартості роботи (послуги), якщо інше не передбачено законодавством. У разі коли вартість роботи (послуги) не визначено, виконавець сплачує споживачеві неустойку в розмірі трьох відсотків загальної вартості замовлення.

Сплата виконавцем неустойки (пені), встановленої в разі невиконання, прострочення виконання або іншого неналежного виконання зобов'язання, не звільняє його від виконання зобов'язання в натурі.

10. Виконавець не несе відповідальності за невиконання, прострочення виконання або інше неналежне виконання зобов'язання та недоліки у виконаних роботах або наданих послугах, якщо доведе, що вони виникли з вини самого споживача чи внаслідок дії непереборної сили.

11. Про відступи від умов договору та інші недоліки в роботі (послугі), що не могли бути виявлені при звичайному способі її прийняття, споживач зобов'язаний повідомити виконавцеві не пізніше трьох діб після їх виявлення.

12. Виконавець залежно від характеру і специфіки виконаної роботи (наданої послуги) зобов'язаний видати споживачеві розрахунковий документ, що засвідчує факт виконання роботи (надання послуги).

13. 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). Виконавець не звільняється від відповідальності, якщо рівень його наукових і технічних знань не дав змоги виявити особливі властивості речі, прийнятої ним від споживача для виконання робіт (надання послуг).

Якщо виконання робіт (надання послуг) вимагає використання додаткових матеріалів, такі матеріали повинні відповідати вимогам безпеки, встановленим законодавством до таких матеріалів.

10. Виконавець несе відповідальність за шкоду, завдану життю, здоров'ю або майну споживача, що виникла у зв'язку з використанням речей, матеріалів, обладнання, приладів, інструментів, пристосувань чи інших засобів, необхідних для виконання ним робіт (надання послуг), незалежно від рівня його наукових і технічних знань, що дає змогу виявити їх властивості, згідно із законодавством.

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

12. Якщо після укладення договору стане очевидним, що роботи (послуги), зважаючи на їх ціну (вартість) та характеристики або інші обставини, явно не задовольнятимуть інтересів або вимог споживача, виконавець зобов'язаний негайно повідомити про це споживача.

Виконавець зобов'язаний таким же чином повідомити споживача, якщо вартість робіт (послуг) може істотно зрости, ніж можна було очікувати під час укладення договору.

Споживач має право відмовитися від договору про виконання робіт (надання послуг) без штрафних санкцій з боку виконавця у разі виникнення обставин, передбачених в абзацах першому та другому цієї частини.

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

### **Стаття 11. Права споживача в разі придбання ним продукції у кредит**

1. Договір про надання споживчого кредиту укладається між кредитором та споживачем, відповідно до якого кредитор надає кошти (споживчий кредит) або бере зобов'язання надати їх споживачеві для придбання продукції у розмірі та на умовах, встановлених договором, а споживач зобов'язується повернути їх разом з нарахованими відсотками.

Не вважається пропонуванням споживчого кредиту застереження про можливість надання його під час придбання продукції.

2. Перед укладенням договору про надання споживчого кредиту кредитор зобов'язаний повідомити споживача у письмовій формі про:

- 1) особу та місцезнаходження кредитора;
- 2) кредитні умови, зокрема:
  - а) мету, для якої споживчий кредит може бути витрачений;
  - б) форми його забезпечення;

в) наявні форми кредитування з коротким описом відмінностей між ними, в тому числі між зобов'язаннями споживача; і г) тип відсоткової ставки;

г) суму, на яку кредит може бути виданий;

д) орієнтовну сукупну вартість кредиту та вартість послуги з оформлення договору про надання кредиту (перелік усіх витрат, пов'язаних з одержанням кредиту, його обслуговуванням та поверненням, зокрема таких, як адміністративні витрати, витрати на страхування, юридичне оформлення тощо);

е) строк, на який кредит може бути одержаний;

є) варіанти повернення кредиту, включаючи кількість платежів, їх частоту та обсяги;

ж) можливість дострокового повернення кредиту та його умови;

з) необхідність здійснення оцінки майна та, якщо така оцінка є необхідною, ким вона здійснюється;

и) податковий режим сплати відсотків та про державні субсидії, на які споживач має право, або відомості про те, від кого споживач може одержати докладнішу інформацію;

і) переваги та недоліки запропонованих схем кредитування.

У разі ненадання зазначеної інформації суб'єкт господарювання, який повинен її надати, несе відповідальність, встановлену статтями 15 і 23 цього Закону.

3. Кредитодавець не має права вимагати від споживача відомостей, які не стосуються визначення його платоспроможності та не є необхідними для надання споживчого кредиту.

Персональні дані, одержані від споживача або іншої особи у зв'язку з укладенням та виконанням договору про надання споживчого кредиту, можуть використовуватися виключно для оцінки фінансового стану споживача та його спроможності виконати зобов'язання за таким договором.

Не є порушенням положень абзаца другого цієї частини повідомлення кредитодавцем відомостей про споживача Бюро кредитних історій, яке займається збиранням, опрацюванням, зберіганням, захистом і використанням інформації відповідно до законодавства про формування і ведення кредитних історій.

Фінансові установи несуть відповідальність за порушення прав споживачів у сфері захисту персональних даних згідно із законом.

4. Договір про надання споживчого кредиту укладається у письмовій формі, один з оригіналів якого передається споживачеві.

Обов'язок доведення того, що один з оригіналів договору був переданий споживачеві, покладається на кредитодавця.

Споживач не зобов'язаний сплачувати кредитодавцеві будь-які збори, відсотки або інші вартісні елементи кредиту, що не були зазначені у договорі.

У договорі про надання споживчого кредиту зазначаються:

- 1) сума кредиту;
- 2) детальний розпис загальної вартості кредиту для споживача;
- 3) дата видачі кредиту або, якщо кредит видаватиметься частинами, дати і суми надання таких частин кредиту та інші умови надання кредиту;
- 4) право дострокового повернення кредиту;
- 5) річна відсоткова ставка за кредитом;
- 6) інші умови, визначені законодавством.

У договорі про надання споживчого кредиту може зазначатися, що відсоткова ставка за кредитом може змінюватися залежно від зміни облікової ставки Національного банку України або в інших випадках. Про зміну відсоткової ставки за споживчим кредитом споживач повідомляється кредитодавцем письмово протягом семи календарних днів з дати її зміни. Без такого повідомлення будь-яка зміна відсоткової ставки є недійсною.

5. До договорів із споживачами про надання споживчого кредиту застосовуються положення цього Закону про несправедливі умови в договорах, зокрема положення, згідно з якими:

1) для надання кредиту необхідно передати як забезпечення повну суму або частину суми кредиту чи використати її повністю або частково для покладення на депозит, або викупу цінних паперів, або інших фінансових інструментів, крім випадків, коли споживач одержує за таким депозитом, такими цінними паперами чи іншими фінансовими інструментами таку ж або більшу відсоткову ставку, як і ставка за його кредитом;

2) споживач зобов'язаний під час укладення договору укласти інший договір з кредитодавцем або третьою особою, визначеною кредитодавцем, крім випадків, коли укладення такого договору вимагається законодавством та/або коли витрати за таким договором прямо передбачені у складі сукупної вартості кредиту для споживача;

3) передбачаються зміни в будь-яких витратах за договором, крім відсоткової ставки;

4) встановлюються дискримінаційні стосовно споживача правила зміни відсоткової ставки.

6. Споживач має право протягом чотирнадцяти календарних днів відкликати свою згоду на укладення договору про надання споживчого кредиту без пояснення причин. Перебіг цього строку розпочинається з моменту передачі споживачеві примірника укладеного договору.

Відкликання згоди оформляється письмовим повідомленням, яке споживач зобов'язаний подати особисто чи через уповноваженого представника або надіслати кредитодавцю до закінчення строку, зазначеного в абзаці першому цієї частини.

З відкликанням згоди на укладення договору про надання споживчого кредиту споживач повинен одночасно повернути кредитодавцю кошти або товари, одержані згідно з договором.

Споживач також сплачує відсотки за період між моментом одержання коштів та моментом їх повернення за ставкою, встановленою в договорі.

Споживач не зобов'язаний сплачувати будь-які інші збори у зв'язку з відкликанням згоди.

Кредитодавець зобов'язаний повернути споживачеві кошти, сплачені ним згідно з договором про надання споживчого кредиту, але не пізніше, ніж протягом семи днів. За кожний день затримки повернення споживачу коштів, сплачених ним згідно з договором про надання споживчого кредиту понад установлений строк (сім днів), споживачеві виплачується неустойка в розмірі одного відсотка суми, належної до повернення кредитодавцем.

7. Право відкликання згоди не застосовується щодо:

- 1) споживчих кредитів, забезпечених іпотекою;
- 2) споживчих кредитів на придбання житла;
- 3) споживчих кредитів, наданих на купівлю послуги, виконання якої відбулося до закінчення строку відкликання згоди.

8. Споживач має право достроково повернути споживчий кредит, у тому числі шляхом збільшення суми періодичних виплат.

Якщо споживач скористався правом повернення споживчого кредиту шляхом збільшення суми періодичних виплат, встановлених в абзаці першому цієї частини, кредитодавець зобов'язаний здійснити відповідне коригування кредитних зобов'язань споживача у бік їх зменшення.

9. У разі реалізації споживачем своїх прав, передбачених статтями 8 і 10 цього Закону, ці права діють і стосовно кредитодавця, що



надав йому споживчий кредит для придбання продукції. Кредитодавець у такому випадку зобов'язаний повернути споживачеві суму вже здійснених ним виплат при розірванні договору купівлі-продажу (виконання роботи, надання послуги) або здійснити відповідне коригування кредитних зобов'язань споживача.

14. Якщо кредитодавець згідно з договором про надання споживчого кредиту одержує внаслідок порушення споживачем умов договору право на вимогу повернення споживчого кредиту, строк виплати якого ще не настав, або на вилучення продукції чи застосування іншої санкції, він може використати таке право лише у разі:

- 1) затримання сплати частини кредиту та/або відсотків щонайменше на один календарний місяць; або
- 2) перевищення сумою заборгованості суми кредиту більше як на десять відсотків; або
- 3) несплати споживачем більше однієї виплати, яка перевищує п'ять відсотків суми кредиту; або
- 4) іншого істотного порушення умов договору про надання споживчого кредиту.

Якщо кредитодавець на основі умов договору про надання споживчого кредиту вимагає здійснення внесків, строк сплати яких не настав, або повернення споживчого кредиту, такі внески або повернення споживчого кредиту можуть бути здійснені споживачем протягом тридцяти календарних днів з дати одержання повідомлення про таку вимогу від кредитодавця. Якщо протягом цього періоду споживач усуне порушення умов договору про надання споживчого кредиту, вимога кредитодавця втрачає чинність.

11. Якщо кредитодавець у позасудовому порядку або до судового провадження звертається з вимогою про повернення споживчого кредиту або погашення іншого боргового зобов'язання споживача, кредитодавець не може у будь-який спосіб вимагати будь-якої плати або винагороди від споживача за таке звернення.

При цьому кредитодавцю забороняється:

- 1) надавати неправдиву інформацію про наслідки несплати споживчого кредиту;
- 2) вилучати продукцію у споживача без його згоди або без одержання відповідного судового рішення;
- 3) зазначати на конвертах з поштовими повідомленнями інформацію про те, що вони стосуються несплати боргу або споживчого кредиту;

4) вимагати стягнення будь-яких сум, не зазначених у договорі про надання споживчого кредиту;<sup>1</sup>

5) звертатися без згоди споживача за інформацією про його фінансовий стан до третіх осіб, які пов'язані зі споживачем родинними, особистими, діловими, професійними або іншими стосунками у соціальному бутті споживача;

6) вчиняти дії, що вважаються нечесною підприємницькою практикою;

7) вимагати повернення споживчого кредиту, строк давності якого минув.

## **Стаття 12. Права споживача в разі укладення договору поза торговельними або офісними приміщеннями**

1. Положення цієї статті не застосовуються до договорів, укладених поза торговельними або офісними приміщеннями, і які стосуються:

- 1) договорів споживчого кредиту;
- 2) правочинів з нерухомим майном;
- 3) правочинів з цінними паперами;
- 4) договорів страхування.

2. У разі реалізації продукції поза торговельними або офісними приміщеннями продавець (виконавець) зобов'язаний надати споживачеві документ, який засвідчує факт укладення договору і є підставою для виникнення взаємних прав та обов'язків. Такий документ повинен містити інформацію про:

- 1) дату укладення договору;
- 2) найменування та місцезнаходження продавця (виконавця);
- 3) найменування продукції;
- 4) ціну;
- 5) строк виконання робіт (надання послуг);
- 6) інші істотні умови договору;
- 7) права та обов'язки сторін договору.

У разі ненадання такої інформації суб'єкт господарювання несе відповідальність, встановлену статтями 15 і 23 цього Закону.

3. У разі реалізації продукції поза торговельними або офісними приміщеннями споживач має право розірвати договір за умови повідомлення про це продавця (виконавця) протягом чотирнадцяти днів з дати одержання документа, який засвідчує факт здійснення правочину поза торговельними або офісними приміщеннями чи прийняття продукції або першої поставки такої продукції, за умови,

що така продукція є річчю, а прийняття чи поставка продукції відбувається пізніше часу одержання споживачем документа на їх продаж.

4. У разі реалізації продукції поза торговельними або офісними приміщеннями продавець (виконавець) повинен повернути сплачені гроші без затримки не пізніше тридцяти днів з моменту повідомлення споживачем про розірвання договору. Споживач має право не повертати продукції або результати роботи чи послуги до моменту повернення йому сплаченої ним суми грошей.

5. У разі розірвання договору, укладеного поза торговельними або офісними приміщеннями, споживач повинен повідомити продавця (виконавця) про місце, де продукція може бути повернена.

Договором може передбачатися, що продукція або результати робіт (послуг), що були надіслані поштою, повинні у разі розірвання договору також бути повернені поштою.

Будь-які витрати, пов'язані з поверненням продукції, покладаються на продавця (виконавця). Продавець (виконавець) повинен відшкодувати витрати споживача у зв'язку з поверненням продукції.

У разі розірвання договору, укладеного поза торговельними або офісними приміщеннями, обов'язок споживача зберігати у себе продукцію припиняється по закінченні шістдесяті днів після її одержання. Якщо продавець (виконавець) не вживає заходів для повернення її протягом зазначеного періоду, така продукція переходить у власність споживача без виникнення зобов'язання з оплати її вартості.

6. Якщо споживачеві не було надано документ, який засвідчує факт здійснення правочину поза торговельними або офісними приміщеннями, такий правочин не є підставою для виникнення обов'язків для споживача.

У разі ненадання документа або підтвердження інформації споживач повідомляє продавця (виконавця) про недійсність договору. Продавець (виконавець) протягом тридцяти днів з моменту одержання такого повідомлення повинен повернути споживачеві одержані кошти та відшкодувати витрати, понесені споживачем у зв'язку з поверненням продукції.

7. Для здійснення права на розірвання договору споживач повинен зберігати одержану продукцію у незміненому стані.

Знищення, пошкодження або псування продукції, що сталося не з вини споживача, не позбавляє споживача права на розірвання до-

говору. Зменшення вартості продукції внаслідок відкриття упаковки, огляду чи перевірки продукції не позбавляє права споживача на розірвання договору.

8. У разі коли продавець (виконавець) або третя особа надала споживачеві кредит на суму коштів за договором, укладеним поза торговельними або офісними приміщеннями, такий кредит втрачає чинність у момент розірвання договору

9. Якщо всупереч вимогам цієї статті протягом установлених строків продавець (виконавець) не здійснює повернення сплаченої суми грошей за продукцію у разі розірвання договору, споживачеві виплачується неустойка в розмірі одного відсотка вартості продукції за кожний день затримки повернення грошей.

### **Стаття 13. Право споживача у разі укладення договору на відстані**

1. Положення цієї статті не застосовуються до договорів, укладених на відстані, які стосуються:

- 1) правочинів з нерухомим майном, крім оренди такого майна;
- 2) правочинів з цінними паперами;
- 3) фінансових послуг;
- 4) продажу товарів торговельними автоматами;
- 5) телекомунікаційних послуг;
- 6) правочинів, здійснених на аукціоні, якщо участь у ньому можлива і без використання засобів дистанційного зв'язку.

2. Перед укладенням договорів на відстані продавець (виконавець) повинен надати споживачеві інформацію про:

- 1) найменування продавця (виконавця), його місцезнаходження та порядок прийняття претензії;
- 2) основні характеристики продукції;
- 3) ціну, включаючи плату за доставку, та умови оплати;
- 4) гарантійні зобов'язання та інші послуги, пов'язані з утриманням чи ремонтом продукції;
- 5) інші умови поставки або виконання договору;
- 6) мінімальну тривалість договору, якщо він передбачає періодичні поставки продукції або послуг;
- 7) вартість телекомунікаційних послуг, якщо вона відрізняється від граничного тарифу;
- 8) період прийняття пропозицій;
- 9) порядок розірвання договору.

У разі ненадання такої інформації суб'єкт господарювання несе відповідальність згідно із статтями 15 і 23 цього Закону.

3. Факт надання інформації відповідно до вимог частини другої цієї статті повинен бути підтверджений письмово або за допомогою електронного повідомлення. Інформація, підтверджена таким чином, не може бути змінена продавцем (виконавцем) в односторонньому порядку.

Підтвердження інформації не вимагається, якщо послуга надається засобами дистанційного зв'язку і оплачується через оператора телекомунікаційних послуг.

4. Споживач має право розірвати Укладений на відстані договір шляхом повідомлення продавця (виконавця) про це протягом чотирнадцяти днів з моменту підтвердження інформації або з моменту одержання товару чи першої поставки товару.

Якщо відповідно до абзаца другого частини третьої цієї статті підтвердження інформації не вимагається, споживач може розірвати договір протягом чотирнадцяти днів з моменту його укладення.

У разі продажу матеріальних речей їх повернення також свідчить про розірвання договору.

Якщо підтвердження інформації не відповідає вимогам частини третьої цієї статті, строк, протягом якого споживач має право розірвати договір, становить дев'яносто днів з моменту одержання такої інформації, або у разі продажу матеріальних речей – з моменту одержання товару або першої поставки товару. Якщо протягом цього строку підтвердження інформації було виправлене, споживач має право розірвати договір протягом чотирнадцяти днів з моменту одержання виправленого підтвердження.

5. У разі коли інше не передбачено договором, споживач не має права розірвати договір, укладений на відстані, якщо:

1) надання послуги або поставка товару електронними засобами зв'язку за згодою споживача відбулися до закінчення строку розірвання договору, визначеного у частині четвертій цієї статті, про що споживачеві було повідомлено у підтвердженні інформації;

2) ціна товару або послуги залежить від котировок на фінансовому ринку, тобто поза контролем продавця;

3) договір стосується виготовлення або переробки товару на замовлення споживача, тобто якщо товар не може бути проданий іншим особам або може бути проданий лише з істотними фінансовими втратами для продавця(виконавця);

4) споживач відкрив аудіо- чи відеокасету або носій комп'ютерного забезпечення, які постачаються запечатаними;

5) договір стосується доставки періодичних видань;

6) договір стосується лотерей чи інших азартних ігор.

6. Якщо інше не передбачено договором, укладеним на відстані, продавець повинен поставити споживачеві товар протягом прийнятнього строку, але не пізніше тридцяти днів з моменту одержання згоди споживача на укладення договору.

У разі неможливості виконання договору через відсутність замовленого товару продавець повинен негайно повідомити про це споживача, але не пізніше тридцяти днів з моменту одержання згоди споживача на укладення договору.

Продавець може використовувати стандартну умову у договорі про можливість заміни товару в разі його відсутності іншим товаром. Така умова вважатиметься справедливою, якщо:

1) інший товар відповідає меті використання замовленого товару;

2) має таку ж або кращу якість;

3) його ціна не перевищує ціни замовленого товару.

Про наявність такої умови у договорі споживач повинен бути повідомлений перед укладенням договору в порядку, передбаченому частиною другою цієї статті.

7. До договору, укладеного на відстані, застосовуються положення, передбачені частинами п'ятою – дев'ятою статті 12 цього Закону.

#### **Стаття 14. Право споживача на безпеку продукції (товарів, наслідки робіт)**

1. Споживач має право на те, щоб продукція за звичайних умов її використання, зберігання і транспортування була безпечною для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавала шкоди його майну.

У разі відсутності нормативних документів, нормативно-правових актів, що містять обов'язкові вимоги до продукції, використання якої може завдати шкоди життю, здоров'ю споживача, навколишньому природному середовищу, а також майну споживача, відповідні органи виконавчої влади, що здійснюють державний захист прав споживачів, зобов'язані негайно заборонити випуск і реалізацію такої продукції.

2. На товари (наслідки робіт), використання яких понад визначений строк є небезпечним для життя, здоров'я споживача, навколишнього природного середовища або може заподіяти шкоду майну

споживача, встановлюється строк служби (строк придатності). Ці вимоги можуть поширюватись як на виріб у цілому, так і на окремі його частини.

Виробник (виконавець, продавець) повинен попереджати споживача про встановлений строк служби (строк придатності) товару (наслідків роботи) або його частини, обов'язкові умови його використання та можливі наслідки в разі їх невиконання, а також про необхідні дії після закінчення цього строку.

Забороняється змінювати строк служби (строк придатності), який зазначено на етикетці, упаковці або у супровідних документах на товар, а також вводити в обіг товари, строк придатності яких минув.

5. Якщо для безпечного використання продукції, її зберігання, транспортування та утилізації необхідно дотримуватися спеціальних правил, виробник (виконавець) зобов'язаний розробити такі правила та довести їх до продавця або споживача, а продавець – до споживача.

6. Продукція, на яку актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки для життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища і передбачено нанесення національного знака відповідності, повинна пройти встановлену процедуру оцінки відповідності. Виробник має право маркувати продукцію національним знаком відповідності за наявності декларації про відповідність та/або сертифіката відповідності, виданих згідно із законодавством.

Реалізація продукції (у тому числі імпортованих товарів) без маркування національним знаком відповідності та/або без сертифіката відповідності чи декларації про відповідність забороняється.

Підставою для митного оформлення імпорту таких товарів на території України є наявність передбачених законодавством документів, які засвідчують факт проходження ними процедури оцінки відповідності.

Відповідальність за порушення вимог щодо безпеки продукції, передбачених цією частиною, визначається цим Законом та іншими законодавчими актами.

5. Якщо встановлено, що при дотриманні споживачем правил використання, зберігання чи транспортування товарів (наслідків робіт) вони завдають або можуть завдати шкоди життю, здоров'ю, майну споживача чи навколишньому природному середовищу, ви-

робник (виконавець, продавець) зобов'язаний негайно припинити їх виробництво (реалізацію) до усунення причин заподіяння шкоди, а в необхідних випадках – вжити заходів щодо вилучення їх з обігу і відкликання у споживачів.

Якщо причини заподіяння шкоди усунути неможливо, виробник (виконавець) зобов'язаний зняти таку продукцію з виробництва, вилучити з обігу, відкликати у споживачів. У разі невиконання цих обов'язків зняття продукції з виробництва, вилучення з обігу і відкликання у споживачів проводиться за приписом органів виконавчої влади, що здійснюють контроль за безпекою продукції.

Виробник (виконавець) зобов'язаний відшкодувати у повному обсязі завдані споживачам збитки, пов'язані з відкликанням продукції.

6. Створюючи новий (модернізований) товар, розробник повинен подати технічну документацію відповідному органу для проведення державної експертизи на його відповідність вимогам щодо безпеки для життя, здоров'я і майна споживачів, а також навколишнього природного середовища.

7. Виробник (виконавець) зобов'язаний інформувати споживача про можливий ризик і про безпечне використання продукції за допомогою прийнятих загальновідомих у міжнародній практиці позначень.

## **Стаття 15. Право споживача на інформацію про продукцію**

1. Споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Інформація повинна бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги). Інформація про продукцію не вважається рекламою.

Інформація про продукцію повинна містити:

- 1) назву товару, найменування або відтворення знака для товарів і послуг, за якими вони реалізуються;
- 2) найменування нормативних документів, вимогам яких повинна відповідати вітчизняна продукція;
- 3) дані про основні властивості продукції, а щодо продуктів харчування – про склад (включаючи перелік використаної у процесі їх виготовлення сировини, в тому числі харчових добавок), номінальну кількість (масу, об'єм тощо), харчову та енергетичну цінність,



умови використання та застереження щодо вживання їх окремими категоріями споживачів, а також іншу інформацію, що поширюється на конкретний продукт;

4) відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин, які встановлені нормативно-правовими актами, та застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження встановлені нормативно-правовими актами;

5) позначку про наявність у її складі генетично модифікованих компонентів;

6) дані про ціну (тариф), умови та правила придбання продукції;

7) дату виготовлення;

8) відомості про умови зберігання;

9) гарантійні зобов'язання виробника (виконавця);

10) правила та умови ефективного і безпечного використання продукції;

11) строк придатності (строк служби) товару (наслідків роботи), відомості про необхідні дії споживача після їх закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;

12) найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

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.

Стосовно продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації, споживачеві повинна надаватися інформація про її сертифікацію. Стосовно продукції, яка за певних умов може бути небезпечною для життя, здоров'я споживача та його майна, навколишнього природного середовища, виробник (виконавець, продавець) зобов'язаний довести до відома споживача інформацію про таку продукцію і можливі наслідки її споживання (використання). Інформація споживачеві повинна надаватися згідно із законодавством про мови.

2. Інформація, передбачена частиною першою цієї статті, доводиться до відома споживачів виробником (виконавцем, продавцем) у супровідній документації, що додається до продукції, на етикетці, а також у маркуванні чи іншим способом (у доступній наочній формі), прийнятим для окремих видів продукції або в окремих сферах обслуговування.

Інформація про продукцію може бути розміщена у місцях, де вона реалізується, а також за згодою споживача доводиться до нього за допомогою засобів дистанційного зв'язку.

Продукти харчування, упаковані або розфасовані в Україні, повинні супроводжуватись інформацією про їх походження.

3. Продавець (виконавець), який реалізує продукцію, повинен обов'язково зазначати ціну кожної одиниці такої продукції або однієї категорії продукції та ціну однієї стандартної одиниці цієї продукції.

Написи щодо ціни реалізації продукції мають бути чіткими і простими для розуміння.

Ціна продукції повинна включати в себе всі податки та неподаткові обов'язкові платежі, які відповідно до законодавства сплачуються споживачем під час придбання відповідної продукції.

На аукціонних торгах споживачам повинна повідомлятися стартова ціна продажу відповідного товару.

Ціна товару зазначається за одну упаковку такого товару, а якщо товар поставляється без упаковки – за одиницю вимірювання, яка звичайно застосовується до такого товару.

У разі коли за одну ціну пропонується кілька товарів, робіт або послуг чи їх поєднання або якщо продавець (виконавець) надає споживачеві при реалізації однієї продукції право одержати іншу продукцію за зниженою ціною, до споживача доводиться інформація щодо:

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

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

4. Вживання понять "знижка" або "зменшена ціна" або будь-яких інших, аналогічних за значенням, дозволяється лише з дотриманням таких умов:

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

2) якщо такого роду знижка або зменшення ціни застосовується протягом визначеного та обмеженого періоду часу;

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

5. Вживання поняття "розпродаж" або будь-яких інших, аналогічних йому, дозволяється лише з додержанням таких умов:

1) якщо здійснюється розпродаж усіх товарів у межах певного місяця або чітко визначеної групи товарів;

2) якщо тривалість розпродажу обмежено в часі;

3) якщо ціни товарів, що підлягають розпродажу, є меншими від їх звичайної ціни.

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

7. У разі коли надання недоступної, недостовірної, неповної або несвоєчасної інформації про продукцію та про виробника(виконавця, продавця)спричинило:

1) придбання продукції, яка не має потрібних споживачеві властивостей, – споживач має право розірвати договір і вимагати відшкодування завданих йому збитків;

2) неможливість використання придбаної продукції за призначенням – споживач має право вимагати надання у прийнятно короткий, але не більше місяця, строк належної інформації. Якщо інформацію в обумовлений строк не буде надано, споживач має право розірвати договір і вимагати відшкодування збитків;

3) заподіяння шкоди життю, здоров'ю або майну споживача – споживач має право пред'явити продавцю (виробнику, виконавцю) вимоги, передбачені статтею 16 цього Закону, а також вимагати відшкодування збитків, завданих природним об'єктам, що перебувають у його володінні на праві власності або на інших підставах, передбачених законом чи договором.

8. Збитки, завдані споживачеві недобросовісною рекламою, підлягають відшкодуванню винною особою у повному обсязі.

Продавець не звільняється від відповідальності у разі неодержання ним від виробника (імпортера) відповідної інформації про товар.

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

## **Стаття 16. Майнова відповідальність за шкоду, завдану дефектною продукцією або продукцією неналежної якості**

1. Шкода, завдана життю, здоров'ю або майну споживача дефектною продукцією або продукцією неналежної якості, підлягає відшкодуванню в повному обсязі, якщо законом не передбачено висшої міри відповідальності.

2. Право вимагати відшкодування завданої шкоди визнається за кожним потерпілим споживачем незалежно від того, чи перебував він у договірних відносинах з виробником (виконавцем, продавцем). Таке право зберігається протягом установленого строку служби (строку придатності), а якщо такий не встановлено – протягом десяти років з дати введення в обіг такої продукції її виробником.

При цьому на такого споживача покладається обов'язок довести:

- 1) наявність шкоди;
- 2) наявність дефекту в продукції;
- 3) наявність причинно-наслідкового зв'язку між такими шкодою та дефектом.

Відповідальність, яка покладається на виробника (виконавця) відповідно до положень цього Закону, не залежить від дій або бездіяльності інших осіб, які мають відношення до шкоди, що завдана дефектною продукцією або продукцією неналежної якості.

6. Відповідальність перед споживачем за шкоду, зазначену в частині першій цієї статті, несе сторона, яка її завдала.

7. Виробник (виконавець) несе відповідальність за шкоду, завдану життю, здоров'ю або майну споживача, що виникла у зв'язку з використанням речей, матеріалів, обладнання, приладів, інструментів, пристосувань чи інших засобів, необхідних для виробництва товарів, виконання робіт або надання послуг, незалежно від рівня його наукових і технічних знань.

8. Виробник (виконавець, продавець) звільняється від відповідальності, якщо доведе, що:

1) шкоду завдано з вини самого споживача внаслідок порушення ним встановлених правил використання, зберігання чи транспортування продукції або дії непереборної сили;

2) не вводив продукцію в обіг;

4) дефект у продукції виник внаслідок додержання виробником вимог законодавства або виконання обов'язкових для нього приписів органів державної влади.

## **Стаття 17. Права споживача у сфері торговельного та інших видів обслуговування**

1. За всіма споживачами однаковою мірою визнається право на задоволення їх потреб у сфері торговельного та інших видів обслуговування. Встановлення будь-яких переваг, застосування прямих або непрямих обмежень прав споживачів не допускається, крім випадків, передбачених нормативно-правовими актами.

2. Споживач має право на вільний вибір продукції у зручній для нього час з урахуванням режиму роботи продавця (виконавця).

Продавець (виконавець) зобов'язаний всіляко сприяти споживачеві у вільному виборі продукції.

Забороняється примушувати споживача придбавати продукцію неналежної якості або непотрібного йому асортименту.

3. Продавець (виконавець) зобов'язаний надати споживачеві достовірну і доступну інформацію про найменування, належність та режим роботи свого підприємства.

4. Споживач має право на перевірку якості, безпеки, комплектності, міри, ваги та ціни продукції, що придбавається (замовляється), демонстрацію безпечного та правильного її використання. На вимогу споживача продавець (виконавець) зобов'язаний надати йому контрольні-вимірні прилади, документи про якість, безпеку, ціну продукції.

У разі коли під час гарантійного строку необхідно визначити причини втрати якості продукції, продавець (виконавець, виробник) зобов'язаний у триденний строк з дня одержання від споживача письмової згоди організувати проведення експертизи продукції.

Експертиза проводиться за рахунок продавця (виконавця, виробника). Якщо у висновках експертизи буде доведено, що недоліки виникли після передачі продукції споживачеві внаслідок порушення ним встановлених правил використання, зберігання чи транспортування або дій третіх осіб, вимоги споживача не підлягають задоволенню, а споживач зобов'язаний відшкодувати продавцю (виконавцю, підприємству, яке виконує його функції) витрати на проведення експертизи. Споживач, продавець (виконавець, виробник) мають право на оскарження висновків експертизи у судовому порядку.

5. У разі порушення прав споживача на підприємствах сфери обслуговування продавець (виробник, виконавець) і працівники цих підприємств несуть відповідальність, встановлену законом.

## **Стаття 18. Визнання недійсними умов договорів, що обмежують права споживача**

1. Продавець (виконавець, виробник) не повинен включати у договори із споживачем умови, які є несправедливими.

2. Умови договору є несправедливими, якщо всупереч принципу добросовісності його наслідком є істотний дисбаланс договірних прав та обов'язків на шкоду споживача.

3. Несправедливими є, зокрема, умови договору про:

1) звільнення або обмеження юридичної відповідальності продавця (виконавця, виробника) у разі смерті або ушкодження здоров'я споживача, спричинених діями чи бездіяльністю продавця (виконавця, виробника);

2) виключення або обмеження прав споживача стосовно продавця (виконавця, виробника) або третьої особи у разі повного або часткового невиконання чи неналежного виконання продавцем (виконавцем, виробником) договірних зобов'язань, включаючи умови про взаємозалік, зобов'язання споживача з оплати та його вимог у разі порушення договору з боку продавця (виконавця, виробника);

3) встановлення жорстких обов'язків споживача, тоді як надання послуги обумовлене лише власним розсудом виконавця;

4) надання можливості продавцю (виконавцю, виробнику) не повертати кошти на оплату, здійснену споживачем, у разі відмови споживача укласти або виконати договір, без встановлення права споживача на одержання відповідної компенсації від продавця (виконавця, виробника) у зв'язку з розірванням або невиконанням ним договору;

5) встановлення вимоги щодо сплати споживачем непропорційно великої суми компенсації (понад п'ятдесят відсотків вартості продукції) у разі невиконання ним зобов'язань за договором;

6) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права розірвати договір із споживачем на власний розсуд, якщо, споживачеві таке право не надається;

7) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права не повертати кошти на оплату ненаданої продукції у разі розірвання договору з ініціативи продавця (виконавця, виробника);

8) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права розірвати договір, укладений на невизначений строк із споживачем без повідомлення його про це, крім випадків, установлених законом;

9) установлення невикористано малого строку для надання споживачем згоди на продовження дії договору, укладеного на визна-

чений строк, з автоматичним продовженням такого договору, якщо споживач не висловить відповідного наміру;

10) установаження обов'язкових для споживача умов, з якими він не мав реальної можливості ознайомитися перед укладенням договору;

11) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права в односторонньому порядку змінювати умови договору на власний розсуд або на підставах, не зазначених у договорі;

12) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права в односторонньому порядку змінювати характеристики продукції, що є предметом договору;

13) визначення ціни товару на момент його поставки споживачеві або надання продавцю (виконавцю, виробнику) можливості збільшувати ціну без надання споживачеві права розірвати договір у разі збільшення ціни порівняно з тією, що була погоджена на момент укладення договору;

14) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права визначати відповідність продукції умовам договору або надання йому виключного права щодо тлумачення договору;

15) обмеження відповідальності продавця (виконавця, виробника) стосовно зобов'язань, прийнятих його агентами, або обумовлення прийняття ним таких зобов'язань додержанням зайвих формальностей;

16) встановлення обов'язку споживача виконати всі зобов'язання, навіть якщо продавець (виконавець, виробник) не виконає своїх;

17) надання продавцю (виконавцю, виробнику) права передавати свої права та обов'язки за договором третій особі, якщо це може стати наслідком зменшення гарантій, що виникають за договором для споживача, без його згоди.

4. Перелік несправедливих умов у договорах із споживачами не є вичерпним.

Положення пункту 8 частини третьої цієї статті не застосовується до умов договорів про надання споживчого кредиту, відповідно до якої кредитодавець встановлює право розірвати договір в односторонньому порядку за наявності підстав, визначених законодавством, та за умови негайного повідомлення кожної із сторін про розірвання договору.

Положення пункту 11 частини третьої цієї статті не застосовується до договорів, укладених на невизначений строк, за умови встановлення в таких договорах обов'язковості повідомлення за-

здалегідь споживача про намір змінити умови договору і надання йому у зв'язку з цим права на розірвання договору.

Положення пункту 13 частини третьої цієї статті не застосовується до положень про індексацію Ціни, що відповідають законодавству, якщо умови та метод розрахунку ціни чітко і недвозначно визначено у Договорі.

Положення пунктів 8, 11 та 13 частини третьої цієї статті не застосовуються до:

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

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

5. Якщо положення договору визнано несправедливим, включаючи ціну договору, таке положення може бути змінено або визнано недійсним.

6. У разі коли зміна положення або визнання його недійсним зумовлює зміну інших положень договору, на вимогу споживача:

1) такі положення також підлягають зміні; або

2) договір може бути визнаним недійсним у цілому.

7. Положення, що було визнане недійсним, вважається таким з моменту укладення договору. Якщо до положення вносяться зміни, такі зміни вважаються чинними з моменту їх внесення.

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

9. Якщо в результаті застосування умов договору, що обмежують права споживача, споживачеві завдано збитків, вони повинні відшкодуватися винною особою у повному обсязі.

Споживач має право на відшкодування збитків, завданих йому виробником (виконавцем, продавцем), у зв'язку з використанням останнім переваг свого становища у виробничій чи торговельній діяльності.

## **Стаття 19. Заборона нечесної підприємницької практики**

1. Нечесна підприємницька практика забороняється. Нечесна підприємницька практика включає:

1) вчинення дій, що кваліфікуються законодавством як прояв недобросовісної конкуренції;



2) будь-яку діяльність (дії або бездіяльність), що вводить споживача в оману або є агресивною.

2. Якщо підприємницька практика спонукає або може спонукати споживача дати згоду на здійснення правочину, на який в іншому випадку він не погодився б, така практика вводить в оману стосовно:

1) основних характеристик продукції, таких як: її наявність, переваги, безпека, склад, методи використання, гарантійне обслуговування, метод і дата виготовлення або надання, поставка, кількість, специфікація, географічне або інше походження, очікувані результати споживання чи результати та основні характеристики тестів або перевірок товару;

2) будь-яких застережень щодо прямої чи опосередкованої підтримки виробником продавця або продукції;

3) ціни або способу розрахунку ціни чи наявності знижок або інших цінових переваг;

4) потреби у послугах, заміні складових чи ремонті;

5) характеру, атрибутів та прав продавця або його агента, зокрема інформації про його особу та активи, кваліфікацію, статус, наявність ліцензії, афілійованість та права інтелектуальної або промислової власності, його відзнаки та нагороди;

6) права споживача або безпеки, що йому загрожує.

Підприємницька практика є такою, що вводить в оману, якщо під час пропонування продукції споживачу не надається або надається у нечіткій, незрозумілій або двозначний спосіб інформація, необхідна для здійснення свідомого вибору.

3. Забороняються як такі, що вводять в оману:

1) пропонування для реалізації продукції за визначеною ціною, якщо існують підстави вважати, що продавець або виконавець не зможе надати такої продукції за такою ціною або у таких обсягах, що можна передбачити з огляду на пропоновану ціну та характеристики продукції;

2) пропонування з метою реалізації однієї продукції до реалізації іншої;

3) відмова від пред'явлення споживачу товару, що пропонується, та прийняття замовлення або ненадання товару протягом розумного строку чи демонстрування дефектного зразка товару;

4) недостовірне повідомлення про наявність обмеженої кількості товарів або з метою спонукання споживачів до прийняття швидкого рішення позбавлення їх достатнього періоду часу для прийняття свідомого рішення;

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

6) недостовірне твердження, що існуватиме загроза особистій безпеці споживача або його сім'ї, якщо він не придбає чи не замовить продукції;

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

8) використання повідомлення про розпродаж у зв'язку із припиненням суб'єкта господарювання, його структурного підрозділу або припинення відповідного виду господарської діяльності, тоді як це не відповідає дійсності.

Перелік форм підприємницької практики, що вводить в оману, не є вичерпним.

4. Агресивною вважається підприємницька практика, яка фактично містить елементи примусу, докучання або неналежного впливу та істотно впливає чи може вплинути на свободу вибору або поведінку споживача стосовно придбання продукції.

При встановленні того, чи містить підприємницька практика елементи примусу, докучання або неналежного впливу, до уваги береться:

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

2) вживання образливих або загрозливих висловів;

3) використання тяжкої для споживача обставини, про яку продавцю або виконавцю 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) загроза здійснити незаконні або неправомірні дії.

5. Як агресивні забороняються такі форми підприємницької практики:

1) створення враження, що споживач не може залишити приміщення продавця (виконавця) без укладення договору або здійснення оплати;

2) здійснення тривалих та/або періодичних візитів до житла споживача, незважаючи на вимогу споживача про припинення таких дій або залишення житла;

3) здійснення постійних телефонних, факсимільних, електронних або інших повідомлень без згоди на це споживача;

4) вимога оплати продукції, поставленої продавцем (виконавцем), якщо споживач не давав прямої та недвозначної згоди на її придбання.

Перелік форм агресивної підприємницької практики не є вичерпним.

6. Правочини, здійснені з використанням нечесної підприємницької практики, є недійсними.

Суб'єкти господарювання, їх працівники несуть відповідальність за нечесну підприємницьку практику згідно із законодавством.

## **Стаття 20. Правила торговельного, побутового та інших видів обслуговування**

1. Правила торговельного, побутового та інших видів обслуговування (виконання робіт, надання послуг) затверджуються Кабінетом Міністрів України. Зазначені правила не можуть суперечити законодавчим актам.

## **Стаття 21. Порушення прав споживачів**

1. Крім інших випадків порушень прав споживачів, які можуть бути встановлені та доведені виходячи з відповідних положень законодавства у сфері захисту прав споживачів, вважається, що для цілей застосування цього Закону та пов'язаного з ним законодавства про захист прав споживачів права споживача вважаються в будь-якому разі порушеними, якщо:

1) при реалізації продукції будь-яким чином порушується право споживача на свободу вибору продукції;

2) при реалізації продукції будь-яким чином порушується свобода волевиявлення споживача та/або висловлене ним волевиявлення;

3) при наданні послуги, від якої споживач не може відмовитись, а одержати може лише в одного виконавця, виконавець нав'язує такі умови одержання послуги, які ставлять споживача у нерівне становище порівняно з іншими споживачами та/або виконавцями, не надають споживачеві однакових гарантій відшкодування шкоди, завданої невиконанням (неналежним виконанням) сторонами умов договору;

4) порушується принцип рівності сторін договору, учасником якого є споживач;

5) будь-яким чином (крім випадків, передбачених законом) обмежується право споживача на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про відповідну продукцію;

6) споживачу реалізовано продукцію, яка є небезпечною, неналежної якості, фальсифікованою;

7) ціну продукції визначено неналежним чином;

8) документи, які підтверджують виконання договору, учасником якого є споживач, своєчасно не передано (надано) споживачу.

### **Стаття 22. Судовий захист прав споживачів**

1. Захист прав споживачів, передбачених законодавством, здійснюється судом.

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

3. Споживачі звільняються від сплати державного мита за позовами, що пов'язані з порушенням їх прав.

### **Стаття 23. Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів**

1. У разі порушення законодавства про захист прав споживачів суб'єкти господарювання сфери торговельного та інших видів обслуговування, у тому числі ресторанного господарства, несуть відповідальність за:

1) відмову споживачу в реалізації його прав, установлених частиною першою статті 8 і частиною третьою статті 10 цього Закону, – у десятикратному розмірі вартості продукції виходячи з цін, що діяли на час придбання цієї продукції, але не менше двох неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

2) виготовлення або реалізацію продукції, що не відповідає вимогам нормативних документів, – у розмірі п'ятдесяти відсотків вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

3) реалізацію продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні, але у документах, згідно з якими її передано на реалізацію,

відсутні реєстраційні номери сертифіката відповідності або свідоцтва про визнання відповідності та/або декларації про відповідність, якщо це встановлено технічним регламентом з підтвердження відповідності на відповідний вид продукції, – у розмірі п'ятдесяти відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

4) виготовлення або реалізацію продукції, що не відповідає вимогам нормативних документів, нормативно-правових актів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища, – у розмірі трьохсот відсотків вартості виготовленої або одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше двадцяти п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі, коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

5) реалізацію продукції, забороненої відповідним державним органом для виготовлення та реалізації (виконання, надання), – у розмірі п'ятисот відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян! а у разі коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі ста неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

6) реалізацію небезпечного товару (отрути, пестицидів, вибухо- і вогнебезпечних речовин тощо) без належного попереджувального маркування, а також без інформації про правила і умови безпечного його використання – у розмірі ста відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, але не менше двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

7) відсутність необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію – у розмірі тридцяти відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої

послуги, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

8) створення перешкод службовим особам спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та структурного підрозділу з питань захисту прав споживачів органу місцевого самоврядування у проведенні перевірки якості продукції, а також правил торговельного та інших видів обслуговування – у розмірі від одного до десяти відсотків вартості реалізованої продукції за попередній календарний місяць, але не менше десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, а у разі коли відповідно до закону суб'єкт господарської діяльності не веде обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

9) невиконання або несвоєчасне виконання припису посадових осіб спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів про усунення порушень прав споживачів – у розмірі двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

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

11) 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 п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

2. Суми штрафів зараховуються до державного бюджету.

Порядок їх стягнення визначається Кабінетом Міністрів України.

4. У разі невиконання в добровільному порядку суб'єктами господарювання сфери торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного господарства, визначених у статті 26 цього Закону рішень (постанов) спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів, його територіальних органів та їх посадових осіб про накладення стягнення примусове виконання таких рішень (постанов) здійснюється державною виконавчою службою в порядку, встановленому Законом України "Про виконавче провадження".

**РОЗДІЛ III**  
**ГРОМАДСЬКІ ОРГАНІЗАЦІЇ СПОЖИВАЧІВ**  
**(ОБ'ЄДНАННЯ СПОЖИВАЧІВ)**

**Стаття 24. Громадські організації споживачів**  
**(об'єднання споживачів)**

1. З метою захисту своїх законних прав та інтересів споживачі мають право об'єднуватися у громадські організації споживачів (об'єднання споживачів).

2. Об'єднання споживачів є громадськими організаціями, що провадять свою діяльність відповідно до Закону України "Про об'єднання громадян".

3. Держава підтримує діяльність об'єднань споживачів.

**Стаття 25. Права громадських організацій споживачів (об'єднань споживачів)**

1. Об'єднання споживачів мають право:

1) вивчати споживчі властивості продукції, попит на неї, проводити опитування населення для виявлення громадської думки про якість товарів, що випускаються і реалізуються, та ціни на них;

2) проводити самостійно або звертатися до уповноважених державних органів щодо проведення експертизи та випробування продукції;

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

4) сприяти відповідним державним органам у здійсненні контролю за якістю продукції та обслуговування;

5) надавати юридичну і консультаційну допомогу споживачам згідно із законодавством;

6) вносити пропозиції щодо розроблення нормативних документів, які встановлюють вимоги до якості продукції;

7) представляти і захищати інтереси споживачів в органах виконавчої влади та органах місцевого самоврядування згідно із законодавством;

8) вносити органам виконавчої влади і суб'єктам господарювання пропозиції про заходи щодо підвищення якості продукції, про тимчасове зупинення випуску та реалізації продукції, яка не відповідає встановленим вимогам щодо якості, про припинення виробництва, вилучення з реалізації продукції, що становлять небезпеку для життя, здоров'я та майна громадян або завдають шкоди навколишньому природному середовищу, фальсифіковану та дефектну продукцію, а

також про коригування цін, встановлених з порушенням законодавства;

9) звертатися з позовом до суду про визнання дій продавця, виробника (підприємства, що виконує їх функції), виконавця протиправними щодо невизначеного кола споживачів і припинення цих дій.

При задоволенні такого позову суд зобов'язує порушника 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 продавця, виробника (підприємства, що виконує їх функції), виконавця 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;

10) відповідно до законодавства захищати у суді права споживачів, які не є членами громадських організацій споживачів (об'єднань споживачів);

11) звертатися до правоохоронних органів та органів виконавчої влади про притягнення до відповідальності осіб, винних у випуску та реалізації продукції неналежної якості;

12) інформувати громадськість про права споживачів;

сприяти розвитку міжнародного співробітництва у сфері захисту прав та інтересів споживачів.



**РОЗДІЛ IV.**  
**ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ ВЛАДИ У СФЕРІ**  
**ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ**

**Стаття 26. Повноваження спеціально уповноваженого**  
**центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав**  
**та інтересів споживачів і його територіальних органів**

1. Спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальні органи в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі здійснюють державний контроль за додержанням законодавства про захист прав споживачів, забезпечують реалізацію державної політики щодо захисту прав споживачів і мають право:

1) давати суб'єктам господарювання обов'язкові для виконання приписи про припинення порушень прав споживачів;

2) перевіряти у суб'єктів господарювання сфери торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного господарства, якість продукції, додержання обов'язкових вимог щодо безпеки продукції, а також додержання правил торгівлі та надання послуг; безперешкодно відвідувати та обстежувати відповідно до законодавства будь-які виробничі, складські, торговельні та інші приміщення цих суб'єктів.

Порядок проведення таких перевірок визначається спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів;

3) відбирати у суб'єктів господарювання сфери торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного господарства, зразки товарів, сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів для перевірки їх якості на місці або проведення незалежної експертизи у відповідних лабораторіях та інших установах, акредитованих на право проведення таких робіт згідно із законодавством, з оплатою вартості зразків і проведених досліджень (експертизи) за рахунок коштів державного бюджету. У разі встановлення за результатами проведених досліджень (експертизи) факту реалізації продукції неналежної якості та/або фальсифікованої суб'єкт господарювання, що перевірявся, відшкодовує здійснені за це витрати. Кошти відшкодування витрат зараховуються до державного бюджету. Порядок відбору таких зразків визначається Кабінетом Міністрів України;

4) Я проводити контрольні перевірки правильності розрахунків із споживачами за реалізовану продукцію. У разі неможливості повернення продукції, яка була використана (одержана) під час контрольної перевірки, відшкодування затрат відноситься на результати

діяльності суб'єктів господарювання. Порядок проведення таких перевірок визначається Кабінетом Міністрів України;

5) одержувати безоплатно від суб'єктів господарювання, що перевіряються, копії необхідних документів, які характеризують якість продукції, сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, що використовуються для виробництва цієї продукції;

б) припиняти відвантаження і реалізацію товарів, що не відповідають вимогам нормативних документів, до усунення суб'єктами господарювання виявлених недоліків;

7) забороняти суб'єктам господарювання реалізацію споживачам продукції:

а) на яку відсутні документи, що засвідчують її відповідність вимогам нормативних документів;

б) на яку в нормативно-правових актах та нормативних документах встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки життя, здоров'я, майна споживачів та охорони навколишнього природного середовища, якщо продукцію внесено до переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації, але яка не має сертифіката відповідності (свідоцтва про визнання відповідності);

в) ввезеної на територію України без документів, які підтверджують її належну якість;

г) на яку строк придатності не зазначено або зазначено з порушенням вимог нормативних документів, а також товарів, строк придатності яких минув;

д) яка є фальсифікованою;

8) приймати рішення про:

а) припинення суб'єктами господарювання сфери торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного господарства, реалізації та виробництва продукції, що не відповідає вимогам нормативно-правових актів та нормативних документів, – до усунення виявлених недоліків;

б) тимчасове припинення діяльності суб'єктів господарювання сфери торгівлі (секцій, відділів), послуг, у тому числі ресторанного господарства, складів підприємств оптової і роздрібною торгівлі та організацій незалежно від форми власності, що систематично реалізують товари неналежної якості, порушують правила торгівлі та надання послуг, умови зберігання та транспортування товарів, – до усунення виявлених недоліків;

9) опломбовувати у порядку, передбаченому законодавством, виробничі, складські, торговельні та інші приміщення суб'єктів господарювання сфери торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного

господарства, а також несправні, з неправильними показаннями, з пошкодженим повірочним клеймом або без нього, чи з таким, строк дії якого закінчився, засоби вимірювальної техніки, за допомогою яких здійснюється обслуговування споживачів, з подальшим повідомленням про це територіальних органів спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері стандартизації, метрології та сертифікації;

10) подавати до суду позови щодо захисту прав споживачів;

11) передавати матеріали перевірок на дії осіб, що містять ознаки злочину, органам дізнання чи досудового слідства;

12) накладати на винних осіб у випадках, передбачених законодавством, адміністративні стягнення.

Справи про адміністративні правопорушення розглядаються за місцезнаходженням спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів або його територіальних органів;

13) накладати на суб'єктів господарювання сфери торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного господарства, стягнення, передбачені статтею 23 цього Закону, в порядку, що визначається Кабінетом Міністрів України.

3. Результати перевірок суб'єктів господарювання службовими особами спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальних органів оформляються відповідними актами.

### **Стаття 27. Повноваження інших органів виконавчої влади щодо захисту прав споживачів**

1. Інші органи виконавчої влади здійснюють державний захист прав споживачів у межах своєї компетенції, визначеної законодавством.

### **Стаття 28. Повноваження органів місцевого самоврядування щодо захисту прав споживачів**

1. Органи місцевого самоврядування з метою захисту прав споживачів мають право створювати при їх виконавчих органах структурні підрозділи з питань захисту прав споживачів, які вправі:

1) розглядати звернення споживачів, консультувати їх з питань захисту прав споживачів;

2) аналізувати договори, що укладаються продавцями (виконавцями, виробниками) із споживачами, з метою виявлення умов, які обмежують права споживачів;

3) у разі виявлення продукції неналежної якості, фальсифікованої, небезпечної для життя, здоров'я, майна споживачів і навколишнього природного середовища терміново повідомляти про це відповідні територіальні органи у справах захисту прав споживачів, інші органи, що здійснюють контроль і нагляд за якістю і безпекою продукції;

4) у разі виявлення фактів реалізації продукції, яка не супроводжується необхідною, доступною, достовірною, своєчасною інформацією та відповідними документами, або продукції з простроченим строком придатності – тимчасово зупинити реалізацію продукції до пред'явлення інформації, супровідних документів або припинити її реалізацію;

5) готувати подання до органу, який видав дозвіл на провадження відповідного виду діяльності, для вирішення питання про тимчасове зупинення його дії чи про дострокове анулювання у разі систематичного порушення прав споживачів;

6) подавати до суду позови щодо захисту прав споживачів.

### **Стаття 29. Обов'язки і відповідальність службових осіб органів виконавчої влади, які здійснюють захист прав споживачів**

1. Службові особи органів виконавчої влади, які здійснюють захист прав споживачів, зобов'язані суворо додержуватися вимог законодавства. За невиконання або неналежне виконання обов'язків службові особи притягаються до відповідальності згідно із законодавством.

### **Стаття 30. Розгляд скарг на рішення органів виконавчої влади, що здійснюють захист прав споживачів, їх службових осіб, а також на дії таких осіб**

1. Скарги на рішення органів виконавчої влади, що здійснюють захист прав споживачів, їх службових осіб, а також на дії таких осіб розглядаються в порядку, визначеному законодавством.

2. Подання скарги не зупиняє виконання рішення органу виконавчої влади, що здійснює захист прав споживачів, його службових осіб, а також дій таких осіб.

### **Стаття 31. Відносини органів виконавчої влади, що здійснюють захист прав споживачів, з правоохоронними органами**

1. Працівники правоохоронних органів надають службовим особам органів виконавчої влади, що здійснюють захист прав споживачів, допомогу у виконанні ними службових обов'язків та припи-

няють незаконні дії фізичних осіб, які перешкоджають виконанню покладених на них функцій.

**Стаття 32. Правовий захист службових осіб спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальних органів**

1. Службова особа спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів при виконанні своїх службових обов'язків перебуває під захистом закону.

Держава гарантує захист життя, здоров'я, честі, гідності та майна службової особи спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів і членів її сім'ї від злочинних посягань та інших протиправних дій.

2. Усі службові особи спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів підлягають державному обов'язковому страхуванню за рахунок коштів державного бюджету.

Порядок та умови страхування службової особи спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів встановлюються Кабінетом Міністрів України.

3. Образа службової особи спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів, а також опір, погроза, насильство та інші дії, які перешкоджають виконанню покладених на неї завдань, тягнуть за собою встановлену законом відповідальність.

У разі каліцтва чи інвалідності, що сталися у зв'язку з виконанням службових обов'язків, службова особа спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів одержує компенсацію в розмірі від річного до п'ятирічного грошового утримання залежно від ступеня втрати працездатності, а в разі її загибелі із зазначеної причини сім'ї загиблого виплачується одноразова допомога в розмірі десятирічного грошового утримання за останньою посадою.

Шкода (збитки), завдані майну службової особи спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів або членів її сім'ї у зв'язку з виконанням нею службових обов'язків, компенсуються в повному обсязі за рахунок коштів державного бюджету з подальшим стягненням цієї суми з винних осіб.

## **РОЗДІЛ V. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ**

1. Цей Закон набирає чинності з дня його опублікування.

Положення першого речення пункту 3 частини першої статті 26 у частині оплати вартості зразків і проведених досліджень (експертизи) за рахунок коштів державного бюджету набирає чинності з 1 січня 2007 року. До цієї дати зазначена оплата здійснюється за рахунок суб'єктів господарювання, що перевіряються.

2. До приведення у відповідність із цим Законом інші нормативно-правові акти застосовуються в частині, що не суперечить цьому Закону.

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

1) підготувати та подати на розгляд Верховної Ради України пропозиції щодо приведення інших законів у відповідність із цим Законом;

2) відповідно до своєї компетенції забезпечити прийняття нормативно-правових актів, передбачених цим Законом;

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

4) забезпечити перегляд і скасування міністерствами та іншими центральними органами виконавчої влади їх нормативно-правових актів, що суперечать цьому Закону.

***Голова Верховної Ради  
Української РСР***

***Л. КРАВЧУК***

***м. Київ***

12 травня 1991 року № 1023-ХІІ

**Про затвердження Правил роздрібної торгівлі  
непродовольчими товарами**

**Наказ Міністерства економіки та з питань європейської  
інтеграції України**

**від 11 березня 2004 року N 98**

**Зареєстровано в Міністерстві юстиції України**

**29 березня 2004 р. за N 379/8978**

Відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 08.02.95  
N 108 "Про Порядок заняття торговельною діяльністю і правила  
торговельного обслуговування населення" **НАКАЗУЮ:**

1. Затвердити Правила роздрібної торгівлі непродовольчими то-  
варами, що додаються.

2. Визнати таким, що втратив чинність, наказ Міністерства зов-  
нішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 27.05.96 N 294  
"Про затвердження Правил продажу непродовольчих товарів", за-  
реєстрований у Міністерстві юстиції України 13.06.96 за  
№ 298/1323.

3. Контроль за виконанням цього наказу покласти на заступника  
Міністра Романюка С. А.

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

наказом Міністерства економіки та  
з питань європейської інтеграції України  
від 11 березня 2004 р. N 98

Зареєстровано

в Міністерстві юстиції України

29 березня 2004 р. за N 379/8978

**ПРАВИЛА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ  
НЕПРОДОВОЛЬЧИМИ ТОВАРАМИ**

**1. Загальні положення**

1.1. Ці Правила регламентують порядок приймання, зберігання,  
підготовки до продажу та продаж непродовольчих товарів через  
роздрібну торговельну мережу, а також визначають вимоги щодо  
дотримання прав споживачів стосовно належної якості та безпеки  
товарів і рівня торговельного обслуговування.

1.2. Правила поширюються на всіх суб'єктів господарської діяль-  
ності на території України незалежно від форм власності, які прой-  
шли реєстрацію в установленому порядку та здійснюють продаж  
непродовольчих товарів.

1.3. Роздрібний продаж непродовольчих товарів здійснюється через спеціалізовані підприємства, у тому числі фірмові, підприємства з універсальним асортиментом непродовольчих товарів, спеціалізовані відділи (секції) підприємств з універсальним асортиментом продовольчих товарів, підприємства роздрібної торгівлі споживчої кооперації, дрібнороздрібну торговельну мережу.

Роздрібна торгівля виробами лікувально-гігієнічного та медичного призначення може здійснюватися через аптеки або їх структурні підрозділи.

1.4. Суб'єкт господарської діяльності повинен оснащувати складські, торговельні приміщення відповідним торговельно-технологічним обладнанням та інвентарем для належного виконання вимог із зберігання, підготовки до продажу, демонстрації та продажу непродовольчих товарів, а також вимог санітарно-гігієнічних, технологічних та пожежних норм і правил.

1.5. Засоби вимірювальної техніки, які використовуються при продажу непродовольчих товарів, мають бути в справному стані, мати повірочне клеймо територіального органу Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики та проходити періодичну повірку в установленому порядку.

Продавці повинні дотримуватися Правил користування засобами вимірювальної техніки у сфері торгівлі, громадського харчування та надання послуг, затверджених наказом Державного комітету стандартизації, метрології та сертифікації України від 24.12.2001 N 633 (ПМУ 21-2001) і зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 10.01.2002 за N 18/6306.

1.6. Суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний забезпечити приймання, зберігання і продаж у роздрібній мережі непродовольчих товарів відповідно до вимог законодавчих актів, ГОСТів, ДСТУ, ТУ, зразків (еталонів).

Непродовольчі товари, продаж яких може негативно впливати на здоров'я людей, підлягають державній санітарно-гігієнічній експертизі в установленому законодавством порядку.

1.7. Усі непродовольчі товари у суб'єкта господарської діяльності мають бути з документами, наявність яких передбачена чинним законодавством (накладні, товарно-транспортні накладні, копії сертифікатів відповідності державної системи сертифікації або копії свідоцтв про визнання відповідності на бланках установленого зразка).



1.8. Працівники суб'єкта господарської діяльності, які здійснюють обслуговування покупців, повинні мати спеціальну професійну підготовку: знати асортимент і якісні характеристики товарів певної групи, ознаки дефектів виробничого характеру; правила підготовки товарів до продажу; принципи розміщення, викладки товарів і оформлення вітрин; способи показу і пакування товарів; правила зберігання товарів і терміни їх реалізації; порядок клеймування засобів міри та ваги; правила роботи реєстраторів розрахункових операцій і порядок розрахунку з покупцями; види торговельного обладнання, інвентарю, інструментів і правила користування ними; правила поведінки з тарою; правила санітарії і гігієни, а також техніки безпеки та пожежної безпеки тощо.

1.9. Працівники суб'єкта господарської діяльності повинні мати формений або інший одяг, що відповідає естетичним вимогам.

1.10. До подавання товарів у торговельний (демонстраційний) зал працівники суб'єкта господарської діяльності проводять підготовку товарів до продажу (розпакування, перевірка цілісності індивідуальної упаковки, пломб підприємства-виробника, наявності маркувальних даних і якості, чищення, прасування, перевірка наявності інструкцій з експлуатації, технічних паспортів, гарантійних талонів, комплектність виробів, перевірка роботи в дії тощо).

У разі відсутності на індивідуальній упаковці товару маркування підприємства-виробника, визначеного законодавчими актами та нормативними документами, товар до продажу не допускається.

1.11. У разі пошкодження (потертості) маркувального ярлика підприємства-виробника суб'єкт господарської діяльності переносить усі маркувальні дані на дублікат товарного ярлика, який засвідчує підписом особа, відповідальна за приймання товару. Дублікат товарного ярлика прикріплюється до товару.

1.12. Продаж непродовольчих товарів здійснюється методом самообслуговування, за зразками, каталогами, з індивідуальним обслуговуванням покупців, у тому числі з відкритою викладкою.

1.13. Суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний усіляко сприяти покупцю у вільному виборі товарів і додаткових послуг та у разі перевірки покупцем якості, безпеки, комплектності, міри та ціни товарів, що підлягають придбанню, надавати на його вимогу контрольно-вимірювальні прилади, документи про якість, безпеку, ціну товарів.

Суб'єкт господарської діяльності повинен забезпечити демонстрацію користування товаром, якщо це не виключено характером товару.

1.14. У торговельному (демонстраційному) залі мають бути виставлені наявні у суб'єкта господарської діяльності товари або їх зразки у повному асортименті.

Продаж товарів, термін придатності яких минув, забороняється.

1.15. Суб'єкт господарської діяльності позначає роздрібні ціни на товарах та ярликах цін (цінниках) зразків товарів, що надходять до продажу.

1.16. Здійснюючи продаж непродовольчих товарів вітчизняного та іноземного виробництва, працівники суб'єкта господарської діяльності зобов'язані надати покупцям у доступній наочній формі (у супровідній документації, на етикетці, а також маркуванням чи іншим способом, прийнятим для окремих видів товарів) необхідну, достовірну та своєчасну інформацію про товари державною мовою, яка має містити:

- назву товарів;
- назву нормативних документів, вимогам яких повинні відповідати товари;
- дані про основні властивості товарів;
- відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин (у разі їх наявності) порівняно з вимогами нормативно-правових актів і нормативних документів, а також протипоказання щодо застосування;
- ціну, умови та правила придбання товарів;
- дату виготовлення;
- умови зберігання;
- гарантійні зобов'язання виробника;
- правила та умови ефективного і безпечного використання товарів;
- термін служби (придатності) товарів, відомості про необхідні дії покупця після його закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;
- найменування та адресу виробника або підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від покупця, а також проводить ремонт і технічне обслуговування;
- інформацію про сертифікацію товарів (якщо вони підлягають обов'язковій сертифікації).

Продавець зобов'язаний довести до відома покупця інформацію стосовно товарів, які за певних умов можуть бути небезпечними для життя, здоров'я покупця та його майна.

Товари, що надійшли у продаж від фізичної особи – суб'єкта підприємницької діяльності, повинні мати ярлик із зазначенням прізвища вказаної особи, імені та по батькові, номера свідоцтва про її державну реєстрацію як суб'єкта підприємницької діяльності та назви органу, що здійснив цю реєстрацію (у разі потреби – відомості про сертифікацію цих товарів), а також гарантійного терміну або терміну придатності.

1.17. Забороняється приймати до продажу та реалізовувати товари, на які нормативними документами встановлено гарантійні терміни, без технічного паспорта або іншого документа, що його замінює, та гарантійних талонів устанавленого зразка.

Під час продажу товару, який підлягає гарантійному ремонту (обслуговуванню) або гарантійній заміні, суб'єкт господарської діяльності або його працівники зобов'язані:

у присутності споживача здійснити перевірку споживчих властивостей товару, наявності експлуатаційних документів, у тому числі гарантійного талона та відривних талонів на гарантійне обслуговування, комплектності товару, зазначеної в експлуатаційних документах;

поінформувати споживача про правила користування товаром;

заповнити відповідні розділи гарантійного і відривного талонів на гарантійне обслуговування;

надати інформацію про підприємства (майстерні), що здійснюють гарантійний ремонт.

У разі коли товар потребує проведення робіт з введення в експлуатацію, суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний надати покупцю відповідну інформацію або забезпечити виконання таких робіт.

1.18. Розрахунки з покупцями здійснюються через реєстратори розрахункових операцій та в іншому порядку відповідно до законодавства. Разом з товаром покупцю в обов'язковому порядку видається розрахунковий документ (касовий чек, товарний чек), який засвідчує факт купівлі та надання послуг.

Товарний чек виписується у двох примірниках, один з яких видається покупцю і містить номер або найменування торговельного підприємства, назву та гатунок товару, його ціну, дату продажу, прізвище, ініціали продавця та його підпис.

1.19. Товари упаковують у папір, коробки, поліетиленові кульки, в інший пакувальний матеріал.

Після продажу технічно складних і великогабаритних товарів суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний забезпечити належне їх

пакування для повного збереження якості виробів при транспортуванні.

1.20. У спеціалізованих торговельних підприємствах суб'єкт господарської діяльності організовує продаж відповідних супутніх товарів.

1.21. Вибрані покупцем непродовольчі товари можуть зберігатися в торговельному підприємстві протягом двох годин з відміткою часу наступної оплати на виписаному продавцем товарному чеку.

Оплачені великогабаритні товари, крім оформлених для перевезення додому, можуть зберігатися на підприємстві протягом доби. За погодженням з адміністрацією підприємства термін зберігання може бути продовжено шляхом укладення договору схову. У цьому разі до товару додаються копія розрахункового документа, в якому зазначається термін зберігання товару, і табличка з написом "Продано".

Суб'єкт господарської діяльності несе відповідальність за зберігання і якість товару.

1.22. Суб'єкт господарської діяльності надає додаткові послуги, перелік і вартість яких визначаються відповідно до вимог нормативних актів або на підставі калькуляції.

1.23. Після оплати вартості товарів покупцю видаються товарний чек і документи про надання послуг, на яких ставиться штамп "Оплачено".

1.24. Суб'єкт господарської діяльності доставляє технічно складні та великогабаритні товари покупцю додому за окрему плату, якщо вартість доставки не входить у ціну товарів.

Доставлені покупцю додому товари приймаються ним згідно з даними, зазначеними в товарному чеку.

1.25. Доставка товарів додому покупцю оформляється замовленням-квитанцією або іншим документом із зазначенням найменування суб'єкта господарської діяльності, прізвища покупця, його адреси, дати оформлення замовлення, назви товару, артикула, кількості предметів, видів і вартості послуг, часу їх виконання тощо.

1.26. Доставка товарів здійснюється у термін згідно з домовленістю сторін, але не пізніше 5 днів з моменту оформлення покупки. За порушення умов договору та терміну доставки товару суб'єкт господарської діяльності несе перед покупцем відповідальність згідно з чинним законодавством.

У разі коли доставка не зроблена через відсутність покупця вдома в обумовлений час, повторна доставка здійснюється протягом 5 днів після додаткової оплати покупцем її вартості.

Датою продажу вважається день доставки товарів покупцю за наявності його підпису в супровідній документації. Одночасно покупцю надаються документи із зазначенням гарантійного терміну (технічний паспорт, гарантійні талони, інструкція з експлуатації тощо).

Суб'єкт господарської діяльності несе відповідальність перед покупцем за якість і комплектність доставлених йому додому товарів.

1.27. Суб'єкт господарської діяльності забезпечує безкоштовну установку, включення і пуск технічно складних товарів, якщо нормативною документацією та правилами користування ними не допускаються включення і пуск їх безпосередньо споживачем, а також складання меблів вдома у покупця в обумовлений з ним термін, але не пізніше п'ятиденного терміну з дня продажу.

1.28. При виявленні невідповідності товарів умовам продажу (даним, зазначеним у товарному чеку), некомплектних або товарів неналежної якості покупець має право відмовитися від цих товарів. У цьому разі оформляється акт, в якому зазначаються причини відмови. На підставі акта суб'єкт господарської діяльності повинен доставити покупцю товари без недоліків або повернути вартість товарів та послуг.

Витрати, пов'язані із заміною товарів, здійснюються за рахунок суб'єкта господарської діяльності.

У разі неякісного складання та установки товарів покупець має право вимагати безкоштовного усунення недоліків.

1.29. За механічні пошкодження технічно складних та великогабаритних товарів, що виникли внаслідок транспортування або складання їх силами покупця, суб'єкт господарської діяльності відповідальності не несе.

1.30. Покупець має право обміняти непродуктовий товар належної якості у продавця, у якого він був придбаний, на аналогічний товар інших розміру, форми, габариту, фасону, комплектації тощо.

Покупець має право на обмін товару належної якості протягом 14 днів, якщо більш тривалий термін не оголошено продавцем, не враховуючи дня купівлі. Обмін проводиться у разі якщо товар не використовувався і якщо збережено його товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, а також розрахунковий документ, виданий покупцю разом з проданим товаром.

У разі коли на момент обміну аналогічного товару немає у продажу, покупець має право придбавати будь-які інші товари з наявного асортименту з відповідним перерахунком вартості або одержати назад гроші у розмірі вартості повернутого товару чи здійснити обмін товару на аналогічний при першому ж надходженні відповідного товару в продаж. Суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний у день надходження товару в продаж повідомити про це покупця, який вимагає обміну товару.

Перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню), визначається Кабінетом Міністрів України.

1.31. Нормальна робота (застосування, використання) товару, у тому числі комплектувальних виробів, має забезпечуватися протягом гарантійного терміну, встановленого законодавством, а в разі його відсутності – договором.

1.32. Суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний прийняти товар неналежної якості у покупця, видати йому документ (накладну), що підтверджує одержання товару, і задовольнити його вимогу на підставі письмової заяви, яка подається у двох примірниках. Один примірник видається покупцю з відміткою суб'єкта господарської діяльності дати прийняття заяви, прізвища, ініціалів та посади працівника, який прийняв заяву, другий – залишається у суб'єкта господарської діяльності.

1.33. У разі коли товар має недоліки (при фальсифікації товару), покупець протягом гарантійного терміну може за своїм вибором вимагати від суб'єкта господарської діяльності:

- безоплатного усунення недоліків товару або відшкодування витрат на їх виправлення покупцем чи третьою особою;
- заміни на аналогічний товар належної якості або на такий самий товар іншої моделі з відповідним перерахунком у разі різниці в ціні;
- відповідного зменшення їх купівельної ціни;
- розірвання договору та повернення сплаченої за товар грошової суми.

1.34. У разі коли під час гарантійного терміну необхідно визначити причини втрати якості товару, суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний у триденний термін з дня одержання письмової заяви від покупця направити цей товар на експертизу. Експертиза проводиться за рахунок суб'єкта господарської діяльності.

Якщо в результаті експертизи буде доведено, що недоліки виникли після передання товару покупцю внаслідок порушення ним встановлених правил використання, зберігання чи транспортуван-

ня, вимоги покупця не підлягають задоволенню, а покупець зобов'язаний відшкодувати суб'єкту господарської діяльності витрати на проведення експертизи.

1.35. За наявності аналогічного товару чи іншої моделі вимога покупця про його заміну підлягає негайному задоволенню, а в разі необхідності перевірки якості – протягом 14 днів або за згодою сторін.

У разі відсутності таких товарів вимога споживача про заміну підлягає задоволенню у двомісячний термін з часу подання відповідної заяви. Коли задовольнити вимогу покупця про заміну товару неможливо, покупець має право за своїм вибором пред'явити суб'єкту господарської діяльності (виробнику або підприємству, що виконує його функції) інші вимоги, передбачені пунктом 33 цих Правил.

При встановленні іншого терміну виконання за угодою сторін вимога покупця щодо заміни чи безоплатного усунення недоліків товару має бути оформлена письмово і в обов'язковому порядку мати підпис покупця. Відповідальність за належне оформлення такої угоди несе суб'єкт господарської діяльності.

1.36. У разі пред'явлення покупцем вимоги про безоплатне усунення недоліків товару вони мають бути усунуті протягом 14 днів або за згодою сторін в інший термін.

На письмову вимогу покупця на час ремонту йому надається (з доставкою) аналогічний товар незалежно від моделі. Для цього виробник і суб'єкт господарської діяльності зобов'язані на договірній основі передбачити обмінний фонд товарів. Обмінний фонд утворюється на договірній основі між суб'єктом господарської діяльності і підприємством-виробником. Перелік таких товарів визначається Кабінетом Міністрів України.

1.37. Під час заміни товару з недоліками на аналогічний товар належної якості, ціна на який змінилася, перерахунок вартості не проводиться.

Під час заміни товару з недоліками на такий самий товар іншої моделі перерахунок вартості проводиться виходячи з цін, що діяли на час обміну.

У разі відповідного зменшення ціни товару для розрахунку береться ціна товару на момент пред'явлення вимоги про зменшення ціни.

При розірванні договору розрахунки з покупцями у разі підвищення ціни на товар проводяться виходячи з його вартості на час

пред'явлення відповідної вимоги, а у разі зниження ціни – виходячи з вартості товару на час купівлі.

1.38. За кожний день затримки виконання вимоги про надання аналогічного товару та за кожний день затримки усунення недоліків понад установлений термін (14 днів) покупцю виплачується неустойка в розмірі, установленому чинним законодавством України.

1.39. При усуненні недоліків шляхом заміни комплектувального виробу або складової частини товару, на які встановлено гарантійні терміни, гарантійний термін на новий комплектувальний виріб або складову частину товару обчислюється від дня видачі покупцю товару після ремонту.

1.40. Вимоги покупця розглядаються після пред'явлення покупцем розрахункового документа, а щодо товарів, на які встановлені гарантійні терміни, – технічного паспорта чи іншого документа, що його замінює, гарантійних талонів з позначкою про дату продажу.

1.41. У разі коли протягом гарантійного терміну в сезонних товарах виявлено недоліки, то покупець має право пред'явити суб'єкту господарської діяльності вимоги, зазначені в пункті 33 цих Правил, з урахуванням сезону.

Перелік сезонних товарів, гарантійні терміни за якими обчислюються з початку відповідного сезону, визначається Кабінетом Міністрів України.

У гарантійні терміни на сезонні товари не включається час іншого сезону (міжсезонний період).

1.42. Повернення товару неналежної якості суб'єкту господарської діяльності та доставка покупцю товару належної якості здійснюються силами і засобами суб'єкта господарської діяльності, а у разі невиконання ним зазначених умов повернення товару може бути здійснене покупцем за рахунок суб'єкта господарської діяльності.

1.43. Стосовно товарів, на які гарантійні терміни не встановлено, покупець має право пред'явити суб'єкту господарської діяльності відповідні вимоги, якщо недоліки були виявлені протягом розумного строку, але в межах двох років від дня їх передавання покупцю.

1.44. Суб'єкт господарської діяльності повинен обладнати на видному та доступному для покупців місці куточок покупця, де розміщуються книга відгуків та пропозицій; відомості про особливості продажу окремих груп непродовольчих товарів; перелік сезонних товарів, гарантійні терміни, за якими обчислюються з початку відповідного сезону; перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню); перелік товарів, з яких утворюється об-



мінний фонд; витяг із статті 14 Закону України "Про захист прав споживачів" тощо.

Суб'єкт господарської діяльності може мати журнал реєстрації перевірок установленого зразка.

1.45. Працівники суб'єкта господарської діяльності у своїй діяльності повинні керуватися Законами України "Про захист прав споживачів", "Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення", "Про пожежну безпеку", Порядком заняття торговельною діяльністю і правилами торговельного обслуговування населення, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 08.02.95 N 108, Порядком гарантійного ремонту (обслуговування) або гарантійної заміни технічно складних побутових товарів, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 11.04.2002 N 506, цими Правилами, іншими нормативними документами, що регламентують торговельну діяльність.

Суб'єкт господарської діяльності та його працівники, які допустили порушення вимог нормативно-правових актів, несуть відповідальність згідно із законодавством.

1.46. Контроль за дотриманням цих Правил здійснюється посадовими особами органів виконавчої влади в межах їх компетенції та в установленому порядку.

1.47. Порядок продажу ювелірних виробів, нафтопродуктів, аудіовізуальних творів і фонограм, мисливської зброї, набоїв і пороху, антикварних речей, транспортних засобів і номерних агрегатів тощо, а також непродовольчих товарів через дрібнороздрібну мережу регулюється окремими правилами.

## **2. Особливості продажу окремих груп товарів**

### **2.1. Швейні, трикотажні, хутряні, овчинно-шубні (кожухові) товари та головні убори**

2.1.1. Цей розділ Правил визначає особливості продажу швейних, трикотажних, хутряних, овчинно-шубних (кожухових) товарів і головних уборів.

2.1.2. Маркування швейних, трикотажних, хутряних, овчинно-шубних (кожухових) товарів і головних уборів передбачає наявність інформації про найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву виробу, артикул, склад матеріалу, номер моделі, розмір, ґатунок, позначення стандарту або технічних умов (далі – нормативного документа), дати випуску.

2.1.3. Швейні, трикотажні, хутряні, овчинно-шубні (кожухові) товари і головні убори зберігають у сухих, чистих, добре вентиляльованих приміщеннях:

швейні вироби і головні убори – при температурі від  $+10^{\circ}$  до  $+18^{\circ}$  С і відносній вологості повітря 60 % – 70 %;

трикотажні товари – при температурі від  $+3^{\circ}$  до  $+20^{\circ}$  С і відносній вологості повітря 60 % – 65 %;

хутряні та овчинно-шубні (кожухові) товари – при температурі від  $+5^{\circ}$  до  $+25^{\circ}$  С і відносній вологості повітря 60 % – 65 %.

2.1.4. У складських приміщеннях швейні, трикотажні, хутряні, овчинно-шубні (кожухові) товари і головні убори зберігають на вішалках, кронштейнах, стелажах або в ящиках.

Зберігати ці товари навалом або на підлозі забороняється.

2.1.5. Для зберігання швейних, трикотажних, хутряних, овчинно-шубних (кожухових) товарів та головних уборів від пилу та дії прямих сонячних променів вішала та кронштейни в складських приміщеннях закривають чохлами з тканини, поліетиленовими плівками, а стелажі завішують шторами.

2.1.6. Вищезазначені товари розміщують на відстані не менше ніж 1 м від приладів опалення, 0,5 м – від електричних ламп і стін, 0,2 м – від підлоги. Проходи між вішалками та стелажми мають бути не менше ніж 0,5 м.

2.1.7. При тривалому зберіганні для запобігання злежуванню, ушкодженню міллю або шкіроїдом швейні, хутряні, овчинно-шубні (кожухові) товари і головні убори необхідно періодично перекладати, просувувати, очищати від пилу, пересипати антимолевими засобами (хутряні та овчинно-шубні (кожухові) вироби – не рідше одного разу в три місяці).

2.1.8. У торговельному (демонстраційному) залі швейні, трикотажні, хутряні, овчинно-шубні (кожухові) товари і головні убори розміщують за такими ознаками, як розмір, зріст, повнота, вид, а також за статево-віковими ознаками і ознаками сезонності.

2.1.9. Усі пальта (у тому числі хутряні та овчинно-шубні (кожухові)), плащі, костюми, піджаки, штани, плаття, жакети, джемperi, светри, спідниці, блузки, комбінації, сорочки чоловічі шовкові і сорочки жіночі вивішують у торговельному (демонстраційному) залі на відкритих вішалках, пристінних або острівних гірках, обладнаних кронштейнами і тримачами.

Білизну, сорочки чоловічі бавовняні, дитячі плаття, панчішно-шкарпеткові вироби, рукавички, хустки, шарфи розміщують на полицях або в касетах пристінних та острівних гірок.

Головні убори розміщують на полицях обладнання групами: фетрові – не більше п'яти, чоловічі капелюхи велюрові та під замшу – по три. Модельні жіночі головні убори – кожний окремо на підставках та кронштейнах.

2.1.10. Працівники суб'єкта господарської діяльності повинні знати властивості та якість матеріалів, з яких товари виготовлені, шкали розмірів, зросту, а також шкалу повноти, сучасний напрям моди, особливості попиту покупців, засоби і правила зберігання та догляду за виробами.

2.1.11. Суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний створити покупцю зручні умови для ознайомлення, вибору та примірки швейних, хутряних, овчинно-шубних (кожухових) товарів і головних уборів.

2.1.12. Зона примірки швейних, трикотажних, хутряних, овчинно-шубних (кожухових) товарів і головних уборів у торговельному (демонстраційному) залі обладнується примірочними кабінами із дзеркалами.

2.1.13. Здійснюючи продаж швейних, трикотажних товарів, головних уборів і, насамперед, хутряних та овчинно-шубних (кожухових) товарів, продавець повинен допомагати покупцю в їх виборі, ознайомити його з асортиментом виробів, що є в продажу, із способами нагляду за виробами, особливо виготовленими із застосуванням хімічних волокон або клейових матеріалів.

2.1.14. При відпуску товару покупцю перевіряються якість і комплектність виробів. У разі виявлення дефектів і відсутності окремих деталей у комплектах товар з продажу вилучається.

2.1.15. Роздрібний продаж швейних, трикотажних, хутряних, овчинно-шубних (кожухових) товарів і головних уборів вітчизняного виробництва, розміри і зрости яких не передбачені нормативно-технічною документацією, проводиться за індивідуальними замовленнями покупців у мережі магазинів "Богатир" та в інших спеціально визначених для цього торговельних підприємствах.

2.1.16. Суб'єкт господарської діяльності може надавати покупцю додаткові платні послуги: дрібна переробка одягу, який був придбаний у даному торговельному підприємстві (укорочення, здовження, перестановка гудзиків, розтягнення головних уборів тощо), розкрій тканин.

На видному місці в торговельному (демонстраційному) залі вивішується перелік додаткових платних послуг, що надаються покупцям, і тарифи на них.

2.1.17. Суб'єкт господарської діяльності може здійснювати продаж супутніх товарів – сумок, парасольок від сонця та дощу, рукавичок, поясів і пасів, запонок, гудзиків, пряжок, окулярів сонцезахисних, біжутерії, засобів догляду за одягом і головними уборами тощо.

2.1.18. У торговельному (демонстраційному) залі мають бути вивішені таблиці із зазначенням розмірів одягу та головних уборів, що застосовуються в різних країнах, а також міжнародних символів догляду за одягом та білизною.

## **2.2. Текстильні товари**

2.2.1. Цей розділ Правил визначає особливості продажу бавовняних, вовняних, лляних тканин, джуту та інших рослинних волокон, тканин з натурального шовку, синтетичних і штучних волокон, трикотажних полотен, нетканих матеріалів, штучних текстильних товарів (далі – текстильні товари).

2.2.2. Маркування текстильних товарів передбачає наявність інформації про найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву товару, артикул, назву волокон та їх відсотковий вміст, ширину тканини або розмір штучного текстильного товару, сорт, позначення нормативного документа, дату випуску.

2.2.3. Текстильні товари зберігають у сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях при температурі від +15° до +18° С і відносній вологості повітря 60 % – 65 %, захищаючи їх від пилу та вицвітання вкривними матеріалами (щільною тканиною, папером,

синтетичною плівкою тощо) або укладаючи в картонні ящики (коробки), пакети (мішки) з плівки та паперу.

Упаковані (в ящиках, кіпах, коробках тощо) і неупаковані (у кусках) товари розміщують окремо.

2.2.4. Для запобігання псуванню вовняних тканин при тривалому зберіганні необхідно обробляти їх відповідними антимолевими засобами.

2.2.5. У складських приміщеннях суб'єкта господарської діяльності текстильні товари зберігають на стелажах, підтоварниках, у контейнерах за груповими ознаками, артикулами на відстані не менше ніж 1 м від системи опалення та нагрівальних приладів, 0,2 м – від стін і підлоги та 0,5 м – від електричних ламп. Штабель складається з 4 – 5 рядів (ящиків, кіп тощо), але його висота має бути не більше ніж 2 м.

2.2.6. У торговельному (демонстраційному) залі текстильні товари розміщують на острівних гірках, стендах, кронштейнах, столах і прилавках та на іншому торговельному обладнанні.

Для зручності покупців текстильні товари мають бути згруповані за родом волокна, видами тканин, характером оброблення, кольором, малюнком та іншими ознаками.

2.2.7. Працівники суб'єкта господарської діяльності повинні консультувати покупця щодо виду тканин і штучних виробів, груп і підгруп, до яких вони належать, взаємозамінності тканин, засобів догляду за текстильними товарами, роз'яснювати цифрові позначення на виробках, ярликах, етикетках, а також інформувати покупців про наявні вади (дефекти) тканин.

На прохання покупця продавець повинен допомогти визначити необхідну кількість тканини для виготовлення швейного виробу, а також підібрати відповідне оздоблення.

2.2.8. Відміряють тканини жорстким стандартним метром (бруськовим, дерев'яним), який має повірочне клеймо територіального органу Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики, способом, що залежить від виду тканини:

- тонкі та легкі тканини бавовняні, лляні, шовкові та інші – шляхом відкидання тканини на прилавок при вільному (без натягання) прикладанні тканини до метра;
- гофровані та плісеровані тканини – шляхом накладання жорсткого (брускового, дерев'яного) метра на тканину, що лежить на прилавку (столі) у розправленому вигляді, без натягання і без порушення гофрування і плісе;

– важкі та об'ємні тканини (вовняні, тканини для автомобілів, м'яких меблів тощо) – шляхом накладання жорсткого метра на тканину, яка лежить на прилавку (столі) у вільному стані без складок і зморшок.

Дозволяється відмірювати всі види тканин (крім вовняних і трикотажних полотен) на спеціальному прилавку (столі) способом накладання тканини на проградуйований металевий мірник (стрічку), що має державне повірочне клеймо.

Для відмірювання тканин на робочому місці продавця встановлюється прилавок або стіл завдовжки не менше ніж 3 метри і завширшки 80 см.

2.2.9. При продажу тканини залишок її в рулоні має бути придатним для пошиття (виготовлення) повномірного виробу.

До повного продажу куска (рулона) тканини зберігають його "хазовий кінець" з фабричним ярликом і клеймом.

Пропонувати до продажу "хазові кінці" можна, якщо відбиток клейма і штампа не погіршує виду тканини з лицевого боку.

2.2.10. Відібраний товар продавець перевіряє в присутності покупця: виявляє пошкодження, забруднення, інші зовнішні вади (дефекти), відміряє кількість, підраховує вартість покупки. У разі виявлення загальних грубих вад (дефектів) товар замінюється на товар належної якості.

2.2.11. Суб'єкт господарської діяльності може здійснювати продаж супутніх товарів: ниток швейних, шовку петельного, гудзиків, викройок, журналів мод тощо.

2.2.12. Суб'єкт господарської діяльності може надавати покупцю додаткові платні послуги: розкрій тканин і зметування розкромлених виробів, продаж викройок, комплектування та оформлення подарункових наборів, нанесення оздоблення на штучні текстильні товари, доставка за адресою товарів на замовлення покупців.

## **2.3. Взуття**

2.3.1. Цей розділ Правил визначає особливості продажу всіх видів шкіряного, текстильного, комбінованого, гумового, полімерного, валяного взуття (чоловічого, жіночого, дитячого).

2.3.2. Маркування взуття передбачає наявність інформації про найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, артикул (індекс), номер моделі, розмір, повноту, сорт, дату виготовлення, позначення нормативного документа.

Маркувальні дані розміщують відповідно до вимог нормативних документів.

В індивідуальну упаковку кожної пари взуття має бути вкладена інформація (рекомендації) щодо його експлуатації та догляду за ним.

2.3.3. Прийманню та продажу не підлягає взуття з виявленими дефектами виробничого характеру та без відповідного маркування.

2.3.4. Взуття зберігають у сухих, чистих, добре вентиляваних приміщеннях при температурі від +15° до +20° С і відносній вологості повітря 50 % – 70 %.

2.3.5. При зберіганні коробки і ящики із взуттям розміщують на відстані не менше ніж 0,2 м від стін і підлоги, 0,5 м – від електричних ламп, 1 м – від приладів опалення.

2.3.6. Взуття в коробках складають на стелажах, висота яких має бути не більше восьми рядів, а без коробок – не більше п'яти рядів з прокладкою із картону між рядами.

Взуття в коробках укладають каблучною частиною однієї напівпари на голіткову частину іншої.

Чоботи (кирзові та ялові) підвішують на брущатих козлах (вішалках) або укладають на стелажах рядами.

Гумове взуття зберігають у заводській упаковці (в ящиках) у напівтемному приміщенні.

2.3.7. Взуття всіх видів забороняється зберігати навалом.

2.3.8. Валяне та утеплене взуття при тривалому зберіганні для запобігання псуванню необхідно пересипати антимолевими засобами.

2.3.9. Розпаковане взуття потрібно оберігати від дії прямих сонячних променів.

2.3.10. У торговельному (демонстраційному) залі взуття розміщують на острівних та пристінних гірках, у шафах-вітринах з похилими полицями, на гірках з металевими кронштейнами, консолями, штангами, стендами, полицями-корзинами, полицями-касетами тощо.

Взуття розміщують за такими ознаками:

- характер пошиву (модельне, масового виробництва);
- вид (туфлі, черевики, чоботи тощо);
- розмір і повнота;
- матеріал виготовлення;
- стать; вік;
- сезонність.

За ознаками сезонності взуття поділяється на:

- зимове – утеплене всіх видів;

- весняно-осіннє – чоботи, напівчоботи, черевики, напівчеревики неутеплені, туфлі закриті на товстій підошві з пористої гуми або поліуретанів;
- літнє – туфлі літні відкриті, сандалети, сандалі та інше.

2.3.11. При самообслуговуванні для кожного розміру взуття, окремої торговельні марки відводиться визначене місце.

Гумове взуття укладають на внутрішнє ребро, задником у бік покупця; легке спортивне взуття – пачками, задником у бік покупця, валяне взуття – парами, підошвою в бік покупця, носками в різні боки.

2.3.12. Суб'єкт господарської діяльності повинен забезпечити покупцям зручні умови для ознайомлення, вибору та примірки взуття. Для цього торговельні (демонстраційні) зали обладнуються банкетками або ослонами, підставками, дзеркалами, килимками, ріжками. Інформація про розміри взуття надається в метричній та штихмасовій системах нумерації.

Продавець повинен пропонувати покупцю приміряти обидві півпари взуття. При продажу дитячого взуття обов'язкова наявність стопоміру.

Продаж взуття в торговельних підприємствах, де відсутні умови для примірювання, забороняється.

2.3.13. У торговельному (демонстраційному) залі на видному місці обов'язково вивішується інформація про гарантійні терміни взуття, що є у продажу, їх обчислення з урахуванням сезонності.

2.3.14. Суб'єкт господарської діяльності може здійснювати продаж супутніх товарів: панчо, шкарпеток, шнурків, розправочних колодок, вкладних устілок, косячків, набійок, предметів догляду за взуттям (щіток, кремів, бархаток та інше), предметів ортопедичного асортименту тощо.

Супутні товари розміщуються в касетах пристінних та острівних гірок.

## **2.4. Електропобутові товари**

2.4.1. Цей розділ Правил визначає особливості продажу побутових холодильників, морозильників, машин і приладів для механізації побутових робіт, побутових приладів для очищення, зволоження, кондиціонування повітря, електроосвітлювальної арматури і електроламп, електронагрівальних приладів, провідникових і встановлювальних виробів тощо (далі – електропобутові товари).

2.4.2. Маркування електропобутових товарів передбачає наявність інформації про найменування підприємства-виробника, його



адресу, товарний (фірмовий) знак, назву товару, номінальну напругу (В), номінальну потужність (Вт), номінальний струм (А), ступінь захисту від ураження електрострумом, позначення щодо захищеності від вологи, знак заземлення, позначення нормативного документа, дату випуску.

На електронагрівальних приладах маркувальні дані розміщуються безпосередньо на корпусах або металевих пластинках, які прикріплюються до приладів.

Проводи і шнури повинні мати додаткове маркування: марку проводу (шнура), кількість жил, номінальний переріз ( $\text{мм}^2$ ), довжину (м) для бухт, кількість і довжину шнура в пачці, масу брутто (кг).

Індивідуальна упаковка електропобутових товарів має містити маркувальні дані: найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву товару, номінальну напругу (В), рід струму, номінальну потужність (Вт), попереджувальні знаки, позначення нормативного документа.

2.4.3. Здійснюючи приймання електропобутових товарів, перевіряють наявність технічного паспорта, інструкції з експлуатації.

Товари, на які поширюються гарантійні терміни експлуатації, повинні мати гарантійні талони встановленого зразка.

Перевірка комплектності електропобутових товарів проводиться відповідно до даних технічного паспорта.

Суб'єкту господарської діяльності забороняється комплектувати вироби та пропонувати покупцю різноманітні перехідники для з'єднання триконтактних вилок з двоконтактними розетками.

2.4.4. Електропобутові товари зберігають у сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях, ізольованих від місць зберігання кислот і лугів, при температурі не нижче ніж  $+5^\circ \text{C}$  і відносній вологості повітря не більше ніж 65 % – 70 %.

2.4.5. При зберіганні електропобутові товари розміщують на відстані не менше ніж 1 м від приладів опалювання, 0,5 м – від джерел електричного освітлення. Проходи між штабелями мають бути не менше ніж 0,7 м.

2.4.6. При зберіганні електропобутових товарів необхідно додержуватися попереджувальних знаків, написів, зображених на упаковці: "Обережно", "Не кантувати" тощо.

2.4.7. Зразки електропобутових товарів повинні мати короткі анотації щодо основних технічних характеристик. При продажу електропобутових виробів з трипровідним шнуром живлення та триконтактноювилкою для підключення виробу до електричної мережі продавець

(виробник) зобов'язаний в анотації подати попереджувальну інформацію такого змісту: "Забороняється використання виробу в приміщеннях, де електрична мережа не обладнана заземлювальним проводом".

2.4.8. У торговельному (демонстраційному) залі електропобутові товари розміщують за підгрупами у надприлавочних вітринах і вітринах-шафах, на пристінних та острівних гірках, настінних пультах, кронштейнах, штангах, підставках-постаментях тощо.

2.4.9. Зона продажу електропобутових товарів повинна бути забезпечена необхідними електровимірвальними та випробувальними приладами (щитками і пультами для опробування електроламп і електроприладів), контрольними патронами, вольтметрами, лампочками, приладами для перевірки вимикачів, жердиною для підвішування та знімання електроосвітлювальної арматури, котушками для зберігання електрошнура, набором інструментів (викрутка, плоскогубці, гострозубці тощо) та іншим обладнанням та інвентарем.

У торговельному підприємстві можуть розташовуватися майстерні для дрібного ремонту та збирання виробів.

2.4.10. При продажу електропобутових товарів працівники суб'єкта господарської діяльності зобов'язані в присутності покупця перевірити їх якість, комплектність, наявність технічного паспорта, гарантійного талона, інструкції з експлуатації, точність міри або кількості (шнура, проводу, дрібних товарів) та в обов'язковому порядку заповнити гарантійний талон.

Технічно складні електропобутові товари та електроосвітлювальна арматура, електролампи перевіряються в дії.

2.4.11. При продажу окремих видів електропобутових товарів продавець повинен поінформувати покупця щодо супутніх товарів та запасних деталей, які є у продажу.

## **2.5. Телерадіотовари**

2.5.1. Цей розділ Правил визначає особливості продажу радіоелектронної апаратури: електропрогравальної, звукозаписувальної, для відеозапису та відтворення зображення і звуку, носіїв для запису звуку, платівок, телевізійних приймачів, частин, вузлів, а також деталей і приналежностей до неї тощо (далі – телерадіотовари).

2.5.2. Маркуванню підлягають телерадіотовари і тара, яка використовується для їх зберігання. Маркування передбачає наявність інформації про найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву, клас і модель виробу, позначення нормативного документа, дату випуску.

Індивідуальна упаковка повинна містити такі маркувальні дані: найменування підприємства-виробника, його адресу, назву товару, колір корпусу виробу, попереджувальні знаки, дату випуску, позначення нормативного документа.

2.5.3. Здійснюючи приймання телерадіотovarів, перевіряють цілісність упаковки, наявність та правильність заповнення супровідних документів, заводських пломб, повноту комплектації, а також укомплектованість їх інструкціями з експлуатації, паспортами, гарантійними талонами та іншою документацією.

2.5.4. Телерадіотovarи зберігають в упакованому виді в сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях, ізольованих від місць зберігання кислот і лугів, при температурі від  $+12^{\circ}$  до  $+18^{\circ}$  С і відносній вологості повітря не більше ніж 60 % – 70 %.

2.5.5. При зберіганні телерадіотovarи розміщують на відстані не менше ніж 0,2 м від стін і підлоги, 0,5 м – від джерел електричного освітлення, 0,1 м – від приладів опалення. Проходи між штабелями мають бути не менше ніж 0,7 м.

Необхідно додержуватися вимог, передбачених попереджувальними знаками, зображеними на упаковці, оберігати телерадіотovarи від механічних ударів, дії прямих сонячних променів.

2.5.6. Телевізори, радіоприймачі, магнітофони та інші великогабаритні телерадіотovarи зберігають на підтоварниках або стелажах з обов'язковою поміж ними прокладкою з дерева або іншого матеріалу.

2.5.7. Комплектність виробу (шнури, запобіжники, мікрофони, котушки тощо) перевіряють згідно з переліком, надрукованим у його паспорті.

2.5.8. Телерадіотovarи розміщують в торговельному (демонстраційному) залі за групами (телевізори, радіоприймачі, магнітофони, стереокомплекси тощо) залежно від класу, типу, джерел живлення, варіанта виконання, зовнішнього оформлення.

2.5.9. Для демонстрації телевізорів використовуються пересувні столи з обертовою площадкою, пристінні універсальні гірки, багато-ярусні стенди, обертові консолі, подіуми. Телевізори групують за класами і розмірами зображення. Телевізори кольорового зображення мають розміщуватися окремо від телевізорів чорно-білого зображення.

2.5.10. У торговельному (демонстраційному) залі радіоприймачі, радіоли, магнітоли, програвачі, магнітофони розміщують на універсальних пристінних і острівних гірках і подіумах.

2.5.11. На нижніх полицях торговельного обладнання розміщують джерела живлення: акумулятори, батареї, елементи. Автотран-

сформатори, звукознімачі та антенне приладдя розміщують на середніх полицях, а малогабаритні транзисторні радіоприймачі, електропрогравачі, гучномовці абонентські – на верхніх.

2.5.12. Дрібні радіодеталі – запобіжники, конденсатори, резистори, трансформатори тощо необхідно розміщувати згідно з видом і призначенням та викладати у надприлавочних вітринах, вітринах-шафах, на полицях-касетах, стендах.

2.5.13. Зразки телерадіотоварів повинні мати короткі анотації, які містять основні технічні характеристики виробів.

2.5.14. Зона продажу радіотоварів має бути забезпечена розетками для включення в електро- і радіомережу, приладами для перевірки якості радіодеталей, антенними вводами для демонстрації радіоприймачів, телевізорів та інших радіотоварів у дії.

У торговельному підприємстві може відводитися приміщення для майстерні з ремонту телерадіотоварів.

2.5.15. Працівники суб'єкта господарської діяльності, які реалізують телерадіотовари, зобов'язані в присутності покупця перевірити якість, комплектність виробів, наявність технічного паспорта, інструкції з експлуатації, гарантійних талонів. Справність радіотоварів необхідно перевіряти шляхом підключення до електро-, радіомережі в усіх діапазонах, режимах роботи і щодо всіх функцій, передбачених експлуатаційною документацією.

2.5.16. При продажу телерадіотоварів працівники суб'єкта господарської діяльності повинні надати покупцю кваліфіковану консультацію щодо експлуатаційних характеристик товарів, відмінних ознак, призначення, властивостей окремих телерадіотоварів, методів випробування в дії, взаємозамінності виробів, способів догляду і режимів зберігання, гарантованих зобов'язань підприємства-виробника, адреси та найменування підприємства (майстерень) технічного обслуговування та ремонту виробів, а також в обов'язковому порядку заповнити гарантійний талон.

2.5.17. При продажу окремих видів телерадіотоварів працівники суб'єкта господарської діяльності зобов'язані поінформувати покупця про наявність у продажу супутніх товарів і запасних деталей.

## **2.6. Товари побутової хімії, мінеральні добрива та засоби захисту рослин**

2.6.1. Цей розділ Правил визначає особливості продажу засобів для догляду за білизною і одягом; посудом і предметами домашнього вжитку; взуттям, виробами із шкіри та шкірозамінників; де-

рев'яними меблями; автомобілями; а також засобів для боротьби з побутовими комахами, антимальних, дезінфекційних і антистатичних засобів; дезодорантів для приміщень і поглиначів запахів; готових клеїв; хімічних засобів захисту рослин; ґрунтовок і шпаклівок малярних; фарбувальних речовин; добрив мінеральних та інших (далі – товари побутової хімії).

2.6.2. Маркування товарів побутової хімії передбачає наявність інформації про найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву виробу, масу нетто або місткість, номер партії, термін придатності, призначення та спосіб застосування товару, умови зберігання, попереджувальні написи та запобіжні заходи, дату виготовлення, позначення нормативного документа.

Маркувальні дані розміщуються на етикетках або на упаковці.

2.6.3. На упаковці отруйних або вогненебезпечних товарів мають бути попереджувальні написи: "Отрута"; "Вогненебезпечно"; "Берегти від вогню"; "Не розпиляти біля відкритого вогню"; "Оберегти від попадання в очі" тощо, а також інформація про правила та умови безпечного їх використання.

Фарби мають додаткові маркувальні дані: марку, колір, витрати на 1 м<sup>2</sup>, правила поводження з товаром, вид розчинника.

2.6.4. Здійснюючи приймання товарів, перевіряють дату виготовлення і термін придатності товарів, які при тривалому зберіганні втрачають якість (клеї, оліфи, лаки, емалі, фарби, деякі отрутохімікати, фотохімікати).

2.6.5. Зберігання товарів побутової хімії здійснюється з дотриманням вимог правил пожежної безпеки, а також санітарних вимог щодо транспортування та зберігання товарів.

2.6.6. Суб'єкти господарської діяльності здійснюють зберігання та продаж товарів побутової хімії у торговельних приміщеннях з урахуванням їх складу та призначення за умови, що отруйні товари зберігаються окремо від решти.

2.6.7. Товари побутової хімії зберігають у закритих сухих, чистих, добре вентиляваних приміщеннях з підлогою з бетону або з керамічних плиток при температурі не нижче ніж 0° С і не вище ніж від +20° до +25° С і відносній вологості повітря не більше ніж 55 % – 65 %.

Для уникнення погіршення якості хімічних товарів (зволоження, руйнування та розкладання) забороняється зберігати товари побутової хімії у вологих приміщеннях.

2.6.8. При зберіганні легкозаймистих і горючих рідин у аерозольній упаковці, пляшках та іншій тарі необхідно захищати їх від дії прямих променів світла та теплового впливу, при цьому забороняється зберігати одночасно більше 15 тисяч аерозольних упаковок.

2.6.9. При зберіганні товари побутової хімії розміщують окремо за групами, видами з урахуванням їх особливих властивостей.

Тверді лакофарбові товари зберігають окремо від рідких.

Товари, які мають підвищену пожежну небезпеку (аерозольні упаковки, лаки, розчинники, нітроемалі, клеючі матеріали тощо), зберігають у герметичній тарі окремо від інших товарів у спеціально пристосованих приміщеннях.

Окремо від інших товарів зберігають отрутохімікати.

Забороняється зберігати:

- легкозаймісті та горючі рідини в скляній тарі місткістю більше ніж 0,5 л кожна;
- масла та інші мастильні матеріали, олійні фарби, оліфу, смолу – разом з горючими матеріалами;
- лаки, спирти, розріджувачі, оліфу та інші вогнебезпечні речовини – у підвалах приміщень торговельного підприємства;
- хімічні препарати і реактиви – в одному приміщенні з окислювачами, кислотами, горючими газами, легкозаймистими, горючими рідинами.

2.6.10. Товари побутової хімії у твердій упаковці розміщують на підтоварниках висотою штабеля не більше ніж 1,5 м, а в м'якій упаковці – на полицях стелажів.

Ці товари розміщують на відстані не менше ніж 1 м від приладів опалення, відстань між стінами та штабелями має бути не менше ніж 1 м.

2.6.11. При тривалому зберіганні товари побутової хімії необхідно періодично оглядати, у разі необхідності просувувати, перевіряти цільність і герметичність тари отрутохімікатів, лакофарбових товарів, клеїв тощо.

2.6.12. На кожній упаковці (тарі) з хімічною речовиною має бути етикетка або бірка з її назвою та зазначенням характерних властивостей (окислювач, пальне, самозаймисте тощо).

2.6.13. Усі товари побутової хімії повинні мати анотації з інформацією про споживчі властивості товару.

2.6.14. У торговельному (демонстраційному) залі товари побутової хімії розміщують за групами на пристінних та острівних гірках, прилавках, у контейнерах та на іншому обладнанні.

2.6.15. Забороняється продаж товарів без інформаційних етикеток, із закінченим терміном придатності, товарів у пошкодженій упаковці, а також небезпечних товарів побутової хімії (отрутохімікатів, вогнебезпечних речовин тощо) без належного попереджувального маркування та інформації про правила та умови їх використання.

Продаж вогнебезпечних та отруйних побутових хімічних речовин неповнолітнім і особам у нетверезому стані забороняється.

2.6.16. Товари побутової хімії в аерозольній упаковці продаються в ізольованих секціях або на ізольованих робочих місцях.

2.6.17. Асортимент товарів побутової хімії може бути розширений за рахунок продажу інструментів для малярних робіт, садово-городнього інвентарю тощо.

2.6.18. Враховуючи можливий несприятливий вплив засобів побутової хімії на організм людини, до роботи з ними допускаються лише практично здорові люди віком 18 – 55 років, які не мають нервових, шкірних і алергічних захворювань. Особи віком понад 55 років допускаються тільки з дозволу медичних органів. Не допускаються до роботи особи з підвищеною чутливістю до хімічних речовин.

## 2.7. Меблі

2.7.1. Цей розділ Правил визначає особливості продажу всіх видів меблів.

2.7.2. Кожний меблевий виріб повинен мати маркування, яке наноситься на приклеєний до виробу паперовий ярлик, виготовлений друкарським способом. Дозволяється наносити маркування штепелюванням, штампкуванням, випалюванням.

Маркування передбачає наявність інформації про найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву виробу, артикул, дату виготовлення, позначення нормативного документа.

На всі вироби, що входять до складу набору (гарнітура) меблів, поряд з ярликом має бути нанесений умовний знак або номер, що вказує на належність виробу до набору (гарнітура).

До упаковки меблів має бути прикріплений зразок личкувальної тканини. У разі відсутності упаковки або застосування прозорої (поліетиленової) упаковки зразок тканини має бути прикріплений до виробу.

2.7.3. Меблі зберігають у сухих, чистих, вентиляованих приміщеннях при температурі не нижче ніж  $+2^{\circ}\text{C}$  і відносній вологості повітря 45 % – 70 %.

2.7.4. При зберіганні меблі розміщують на відстані 15 см – 20 см від стін, 0,5 м -1 м – від приладів опалення, не менше ніж 0,5 м – від джерел електричного освітлення, при ширині проходів між виробами не менше ніж 1 м.

2.7.5. Дзеркала і скло зберігають в окремих закритих вентиляованих приміщеннях при температурі не нижче ніж  $+10^{\circ}\text{C}$  і відносній вологості повітря не більше ніж 70 % на полицях, стелажах тощо. Дзеркала, які мають площу більше ніж  $0,1\text{ м}^2$ , установлюють на торцеву поверхню. Щоб уникнути подряпин, кожне дзеркало перекладають папером.

2.7.6. Для зберігання меблів від пилу та забруднення їх закривають чохлами з тканини, поліетиленовими плівками.

2.7.7. Матраці зберігаються у горизонтальному положенні на рівних твердих поверхнях згідно з розмірами в кількості не більше 6 штук один на одному.

Матраці, виготовлені з м'яких та еластичних наповнювачів, зберігаються окремо.

Матраці з пружинами складати забороняється.

2.7.8. При продажу матраців суб'єкт господарської діяльності повинен надати можливість покупцям ознайомитися з основними властивостями матраців, розміщених у горизонтальному положенні, та інформувати покупців про допустиме їх навантаження.

2.7.9. Корпусні збірно-розбірні меблі, які поставляються в розібраному вигляді, повинні мати інструкцію для складання, схему монтажу і документ про комплектацію.

Кожна деталь повинна мати свій номер та номер виробу і набору (гарнітура). Номери деталей мають відповідати номерам, зазначеним в інструкції із складання, схемі монтажу і документам про комплектацію.

До наборів (гарнітурів) меблів має додаватися інструкція з експлуатації та догляду за меблями.

Уся знімальна фурнітура меблів має бути упакована в заклеєний пакет чи коробку, вкладена в одну із шухляд або прикріплена до однієї з деталей меблів.

2.7.10. Меблі мають надходити у продаж у зібраному вигляді, повністю укомплектовані дзеркалами, склом і фурнітурою.



2.7.11. Суб'єкт господарської діяльності має забезпечити покупцям зручні умови для всебічного огляду меблів.

2.7.12. У торговельному (демонстраційному) залі меблі розміщують за видами.

Високі меблі розміщують уздовж стін, а низькі – усередині торговельного (демонстраційного) залу.

Меблеві гарнітури та набори меблів розміщують за їх призначенням: для спальні, їдальні, для кухні тощо.

2.7.13. Для кращого ознайомлення покупців з асортиментом товарів, що є у продажу, у торговельному (демонстраційному) залі оформляються інтер'єри з імітацією житлових кімнат, кухонь тощо.

Суб'єкт господарської діяльності може організовувати для покупців консультації художника щодо оформлення інтер'єру і спеціаліста червонодеревника.

2.7.14. Меблі, що надходять у розібраному вигляді, за вибором покупця продаються як у розібраному, так і у зібраному вигляді.

2.7.15. На відібрані покупцем меблі виписується товарний чек, де зазначається номер або найменування торговельного підприємства, назва товару, перелік окремих виробів, які входять до складу набору (гарнітура), загальна кількість товарів у наборі (гарнітурі), забарвлення та малюнок оздоблювальних, облицювальних матеріалів, фурнітури тощо, артикул, ціна, дата продажу, прізвище, ініціали продавця та його підпис.

2.7.16. Суб'єкт господарської діяльності може здійснювати продаж супутніх товарів (карнизів, світлозахисних штор, циновок тощо).

Зразки карнизів, штор розміщують на спеціальних кронштейнах, прикріплених до стіни.

## **2.8. Товари для фізичної культури, спорту, туризму**

2.8.1. Цей розділ Правил визначає особливості продажу товарів для спорту та відпочинку: приладів та інвентарю для фізкультури, спортивних ігор, легкої і важкої атлетики, гімнастики, боксу і боротьби, фехтування, лижного та ковзанярського спорту, туризму, альпінізму, водного спорту; мисливських та рибальських товарів; велосипедів (далі – товари для фізичної культури, спорту, туризму).

Продаж одягу та взуття для фізичної культури, спорту, туризму здійснюється згідно з особливостями продажу швейних, трикотажних товарів та взуття.

2.8.2. Маркування товарів для фізичної культури, спорту, туризму передбачає наявність такої інформації: найменування підприєм-

ства-виробника, його адреса, товарний (фірмовий) знак, назва товару, артикул, модель, марка, гатунок, дата випуску, позначення нормативного документа.

При маркуванні велосипедів на головну трубу рами наноситься товарний знак підприємства-виробника, на раму – порядковий номер і рік виготовлення.

2.8.3. Здійснюючи приймання товарів для фізичної культури, спорту, туризму, перевіряють цілісність упаковки, наявність та правильність заповнення супровідних документів, заводських пломб, повноту комплектації, збереження товарного вигляду, наявність інструкцій, технічних паспортів, гарантійних талонів, іншої документації.

2.8.4. Товари для фізичної культури, спорту, туризму зберігають у сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях, ізольованих від місць зберігання кислот і лугів, при температурі  $+15^{\circ}\text{C}$  і відносній вологості повітря не більше 60 % – 70 %. Для кращого зберігання якості товарів необхідно їх тримати у фабричній упаковці.

2.8.5. При зберіганні товари для фізичної культури, спорту, туризму розміщують на відстані не менше ніж 0,25 м від стін і підлоги, 0,5 м – від джерел електричного освітлення, 1 м – від приладів опалення. Проходи між штабелями мають бути не менше ніж 0,7 м.

2.8.6. При зберіганні товарів для фізичної культури, спорту, туризму необхідно дотримуватися таких правил:

- великогабаритні вироби (жердини для лазіння, стрибків, драбини для лазіння, списи для метання тощо) необхідно розміщувати в горизонтальному положенні з упором на декілька точок;
- лижі розміщують стійма в ящиках-гніздах зв'язаними попарно з розпірками посередині і носками догори;
- лижні палки зберігають стійма в ящиках-гніздах кільцями догори;
- вудочки риболовні та вудлища зберігають у вертикальному положенні стовщеним кінцем донизу;
- тенісні ракетки в розпакованому вигляді встановлюють на спеціальних латах у вертикальному положенні з упором основи обода на лати;
- тенісні ракетки із струнами необхідно затиснути в преси;
- гімнастичні коні, козли, столи, містки для стрибків встановлюються в один ряд;
- човни, байдарки зберігають у тесових решітчастих ящиках із стапелями;

- хокейні ключки, зв'язані в пачки, зберігають на підтоварниках або полицях, укладають їх на бокових поверхнях пачок: перший ряд – крюками до себе, другий ряд – крюками від себе;
- чавунні ядра для штовхання та литі диски для метання зберігають у спеціальних ящиках, розділених на гнізда;
- велосипеди, мопеди зберігають в ящиках-решітках;
- спортивні сітки (волейбольні, для бадмінтону, баскетболу, футболу, тенісу), канати для лазіння та перетягування, троси для підвішування гімнастичних кілець, упаковані в тюки, зберігають у штабелях на підтоварниках;
- захисна амуніція для хокею та фехтування, щитки футбольні, туристські палатки, індивідуальні чохла, гімнастичні та борцівські мати, спальні мішки, гумові вироби (м'ячі, камери, покришки для велосипедів тощо) зберігають на стелажах або підтоварниках;
- опудала для борців та боксерські мішки зберігають стійма.

2.8.7. При зберіганні товарів для фізичної культури, спорту, туризму необхідно дотримуватись вимог, передбачених попереджувальними знаками, зображеними на упаковці.

2.8.8. Товари для фізичної культури, спорту, туризму розміщують у торговельному (демонстраційному) залі за групами призначення: інвентар і приладдя для гімнастики, легкої та важкої атлетики, спортивних поєдинків, водного та зимових видів спорту, спортивних ігор, туризму та альпінізму, мисливські та рибальські товари, велосипеди тощо.

2.8.9. Суб'єкт господарської діяльності повинен забезпечити зручні умови для ознайомлення і вибору товарів, перевірки їх якості, складання і дрібного ремонту.

2.8.10. Для демонстрації товарів для фізичної культури, спорту, туризму в торговельному (демонстраційному) залі використовують пристінні та острівні гірки, стенди, кронштейни, обертові стійки, підставки-тримачі, подіуми, пристінні шафи, перфоровані щити тощо.

2.8.11. Великогабаритні товари (велосипеди, човни, байдарки тощо) викладають на спеціально відведених місцях з використанням підставок-тримачів.

Довгомірні предмети (вудочки рибальські та вудлища, лижі, палки до них тощо) виставляють у пристінних стійках з гніздами для підтримування стійкого вертикального положення цих товарів.

Предмети для спортивних ігор (тенісні м'ячі і ракетки, покришки і гумові камери, сітки тощо) викладають у вітринах та пристінних шафах або закріплюють на перфорованих щитках.

Дрібні спортивні товари (запасні частини до велосипедів, кульки для настільного тенісу, лижні кріплення, гачки рибальські, блешні, поплавки, волосінь тощо) викладають у касетах-чарунках або закріплюють на полицях пристінних шаф.

2.8.12. Зразки товарів повинні мати короткі анотації, які містять основні характеристики виробів.

2.8.13. При продажу товарів для фізичної культури, спорту, туризму в присутності покупця необхідно перевірити їх якість, комплектність, наявність технічного паспорта, інструкції з експлуатації, гарантійних талонів установленого зразка та в обов'язковому порядку заповнити гарантійний талон.

2.8.14. Асортимент товарів для фізичної культури, спорту, туризму може бути розширений за рахунок продажу супутніх товарів (лижні мастила та смоли, окуляри, протектори, чохли, шахматні годинники тощо).

## **2.9. Лісоматеріали та будівельні матеріали**

2.9.1. Цей розділ Правил визначає особливості продажу лісоматеріалів круглих, пиломатеріалів, будинків дерев'яних та їх деталей, стінових матеріалів і в'язучих речовин, покрівельних, ізоляційних та теплоізоляційних матеріалів, матеріалів для облицювання та оброблювання, скла віконного, санітарно-технічного обладнання, труб і з'єднувальних деталей до них тощо (далі – лісоматеріали та будівельні матеріали).

2.9.2. При прийманні лісоматеріалів та будівельних матеріалів перевіряється їх кількість і якість, наявність деталей у комплекті, відповідність супровідним документам, паспортним даним.

2.9.3. Зберігають лісоматеріали та будівельні матеріали рядами, штабелями, в рулонах, у контейнерах, клітках, кіпах, ящиках, на стелажах, піддонах, підштабельних основах тощо в закритих і сухих приміщеннях.

Круглі лісоматеріали та цеглу зберігають під навісом або накритими вологонепроникним матеріалом.

Усі стругані деталі та готові вироби із деревини зберігають під навісом або у критих складах.

Сипучі товари без упаковки (вапно, крейда, цемент, гіпс тощо) зберігають у закритих сухих приміщеннях з щільними стінами і підлогою; сипучі товари в мішках – на підтоварниках у закритих, сухих, добре вентиляваних приміщеннях або під навісом за умови, яка виключає можливість проникнення вологи. Сипучі матеріали,

що дуже пилять (вапно, алебастр, цемент, крейда тощо), зберігають окремо від інших матеріалів.

Окремі види будівельних матеріалів зберігають таким чином:

- скляні пустотілі блоки – укладеними на торець рядами з прокладками між ними заввишки не більше ніж 1,5 м;
- рулони м'якої покрівлі – у вертикальному положенні не більше ніж у два ряди заввишки;
- листи скла – вертикально у дощатих ящиках або спеціальних контейнерах;
- рулони лінолеуму – вертикально в один ряд заввишки;
- листи і деталі азбестоцементні – не більше 135 штук у купі.

2.9.4. У місцях зберігання лісоматеріалів та будівельних матеріалів установлюють щити із зазначенням найменування товару; на штабелях, стелажах, рядах тощо вивішують бірки із зазначенням артикула, сорту. Для круглих лісоматеріалів указують також породу деревини і довжину, а для пиломатеріалів – додатково ступінь обробки (обрізні та необрізні).

2.9.5. Забороняється складувати та зберігати товари у підмочених кіпах, тюках, коробках і ящиках.

2.9.6. Усі лісоматеріали та будівельні матеріали перед складанням ретельно перевіряються для того, щоб не допустити занесення до місць зберігання різноманітних грибків та шкідників.

В обов'язковому порядку проводяться заходи щодо боротьби із шкідливими комахами та гризунами, а також дезінфекція приміщень.

2.9.7. Товари та матеріали, що тривалий час зберігаються, періодично переглядаються, перекладаються, просушуються, очищуються від пилу, торці лісоматеріалів покриваються вологозахисними замазками.

2.9.8. При зберіганні виробів із скла, фаянсу та фарфору необхідно додержуватися попереджувальних знаків, зображених на упаковці, попереджувальних написів: "Верх", "Обережно – скло", "Не кинувати", "Плиском не класти".

2.9.9. Суб'єкт господарської діяльності повинен забезпечити умови для вільного підходу до всіх лісоматеріалів та будівельних матеріалів, необхідні умови щодо зберігання, перевірки їх якості, надання покупцям додаткових послуг.

2.9.10. Продаж великогабаритних будівельних матеріалів місцевого виробництва може здійснюватися за зразками з доставкою їх безпосередньо з місць виробництва на прохання покупця за вказа-

ною ним адресою. Сипучі нерудні матеріали продають і доставляють покупцю з базових організацій з оплатою через торговельні підприємства.

2.9.11. Суб'єкт господарської діяльності, що здійснює продаж лісоматеріалів та будівельних матеріалів, повинен мати торговельний (демонстраційний) зал, в якому виставляються зразки товарів, проводяться розрахунки з покупцями, організовується довідково-інформаційна служба, оформляються та сплачуються послуги.

2.9.12. Дерев'яні будинки заводського виготовлення, комплекти деталей будинків із стінами з місцевих будівельних матеріалів, а також садові будиночки суб'єкт господарської діяльності за вимогою покупців повинен продавати комплектно з усіма матеріалами, виробами, а також обладнанням, які необхідні для будівництва будинку (цемент, шифер, віконне скло, повсть утеплювальна будівельна, цвяхи, фарби та лаки, предмети сантехнічного та опалювального обладнання тощо).

2.9.13. Забороняється продаж колонок водонагрівних та опалювальних котлів без технічних паспортів, інструкцій з експлуатації, гарантійних талонів установленого зразка.

2.9.14. У торговельному (демонстраційному) залі для інформації покупців повинні бути таблиці з коефіцієнтами переведення круглих лісоматеріалів та обапола в цільну кубомасу, правила обмірювання лісоматеріалів тощо.

2.9.15. Усі види скла продають цілими листами або за розмірами, вказаними покупцем. Ріжуть скло по прямій лінії за додаткову плату. Залишки скла завширшки до 20 см включно оплачуються покупцем і видаються йому разом з основною покупкою. Залишки скла більше цього розміру покупцем не сплачуються, їх залишають у торговельному підприємстві та продають для скління кватирок, парникових рам, теплиць тощо.

Торці листів скла мають бути рівними, ріжучі краї закриті папером.

Бій скла, а також залишені покупцем залишки скла зберігаються в контейнерах (ящиках) для відходів і здаються торговельним підприємством місцевим організаціям вторсировини в установленому порядку.

2.9.16. При продажу лісоматеріалів та будівельних матеріалів суб'єкт господарської діяльності може надавати покупцям такі додаткові послуги:

- вантаження куплених товарів;

- доставка товарів своїм або залученим транспортом за вказаною покупцем адресою;
- розкрій деревостружкових або деревоволокнистих плит і фанери;
- торцювання бруска та пиломатеріалів на заготівку вказаної покупцем довжини;
- нарізання скла за розмірами, що вказані покупцем;
- приймання попередніх замовлень на товари, що тимчасово відсутні у продажу;
- продаж талонів на придбання місцевих нерудних матеріалів з базових організацій;
- збирання стандартних будинків своїми силами чи підрядними бригадами на договірній основі; згинання та різання труб і металопрокату, нарізання різьби на трубах;
- виготовлення нестандартних столярних конструкцій (рам, дверей тощо) на замовлення покупців;
- видача напрокат будівельних механізмів, інструментів, їх настроювання і заточування;
- зберігання протягом доби великогабаритних та важких лісоматеріалів і будівельних матеріалів. За домовленістю з адміністрацією магазину строк зберігання може бути продовжено;
- консультації з виконання будівельних і ремонтних робіт;
- ознайомлення покупців з каталогами типових проектів індивідуальних житлових будинків;
- розрахунок норм витрат лісоматеріалів та будівельних матеріалів згідно з індивідуальними проектами на житлове будівництво.

2.9.17. Суб'єкт господарської діяльності забезпечує з додержанням відповідних правил продаж супутніх товарів: фарб, лаків, розчинників і розріджувачів, сикативів готових, пензлів малярних, ручного будівельного та деревообробного інструменту, садовогороднього інвентарю, електрошнурів, електропроводів, електроустановлювальних виробів, хімічних засобів захисту рослин, замкових виробів тощо.

## **2.10. Парфумерно-косметичні товари і мило туалетне**

2.10.1. Цей розділ Правил визначає особливості продажу парфумерних товарів (духів, одеколонів, туалетної води, парфумерних наборів) та лікувально-гігієнічних і декоративних косметичних товарів (далі – парфумерно-косметичні товари), а також мила туалетного, включаючи мило, що містить медичні препарати.

2.10.2. Маркування парфумерно-косметичних товарів (на етикетці) і мила туалетного (на обгортці) передбачає наявність інформації про найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву товару, масу нетто або місткість, дату виготовлення, термін придатності, групу товару, позначення нормативного документа, номер партії.

При маркуванні прозорих парфумерно-косметичних товарів на лицьовому боці етикетки може зазначатися тільки назва товару, інші дані вказуються на зворотному боці етикетки.

Маркувальні дані можуть розміщуватися безпосередньо на упаковці парфумерно-косметичних товарів (на корпусі банки, коробки, пенала, туба, футляра тощо) та куску мила.

2.10.3. Приймаючи парфумерно-косметичні товари і мило туалетне, перевірку їх якості здійснюють за органолептичними показниками (зовнішній вигляд, прозорість, колір, запах, герметичність укупорки тощо), перевіряють маркування транспортної та споживчої тари, цілісність упаковки.

2.10.4. Парфумерно-косметичні товари і мило туалетне зберігають у чистих, добре вентиляованих приміщеннях при відносній вологості 55 % – 70 % і температурі повітря:

- парфумерно-косметичні товари – від +6° С до +25° С;
- тверде мило туалетне – не нижче -5° С;
- рідке мило туалетне – не нижче +5° С.

2.10.5. Парфумерно-косметичні товари зберігають на підтоварниках і стелажах. Їх розміщують на відстані не менше ніж 1 м від приладів опалення. Необхідно додержуватися попереджувальних знаків, зображених на упаковці, та попереджувальних написів: "Не кидати", "Скло", "Верх" тощо, а також термінів зберігання кожного виду товару та правил пожежної безпеки.

Висота складування для парфумерних товарів не має перевищувати 1,5 м, для косметичних товарів і мила туалетного – 2 м.

Не дозволяється попадання на парфумерно-косметичні товари і мило туалетне прямих променів світла.

2.10.6. На парфумерно-косметичні товари, які надійшли до продажу, мають бути анотації щодо призначення товару, правил застосування, його складу, умов зберігання тощо.

2.10.7. При продажу духів, одеколонів, туалетної води продавець повинен ознайомити покупця з їх запахом за допомогою лакмусових папірців, які насичені цими виробами, а також зразків-понюшок, наданих виробником.



Забороняється в роздрібній торговельній мережі продаж духів, одеколонів, туалетної води на розлив.

2.10.8. У разі коли парфумерно-косметичні товари надійшли у продаж в упаковці з целофановою обгорткою або фірмовою стрічкою, продавець повинен запропонувати покупцю перевірити вміст упаковки.

2.10.9. При продажу парфумерно-косметичних товарів у аерозольній упаковці продавець у присутності покупця повинен перевірити роботу аерозольної головки шляхом натиснення клапана.

2.10.10. Продавець парфумерно-косметичних товарів повинен пропонувати покупцю товари-новинки, взаємозамінні, супутні товари, надавати кваліфіковану допомогу у виборі товару.

## **2.11. Галантерейні товари**

2.11.1. Цей розділ Правил визначає особливості продажу текстильної, швейної, металевої, шкіряної галантереї та іншої галантереї (далі – галантерейні товари).

2.11.2. Маркування галантерейних товарів передбачає наявність інформації про найменування підприємства-виробника, його адресу, товарний (фірмовий) знак, назву виробу, номер артикула, модель, колір, довжину (для метражних товарів), розмір (для штучних виробів), сорт (за умови поділу на сорти), ступінь стійкості забарвлення (крім виробів із сировини натурального кольору), кількість відрізів (тюлеві, мереживні полотна), спосіб прання, дату виготовлення, позначення нормативного документа.

При маркуванні дрібних шкіргалантерейних виробів позначення нормативного документа не роблять. При маркуванні чемоданів, крім того, вказують номер; рукавиць та рукавичок – розмір; пасків – довжину; зубних щіток – колір ручки та ступінь жорсткості.

2.11.3. Галантерейні товари зберігають у сухих, чистих, добре вентиляваних приміщеннях на стелажах і підтоварниках на відстані не менше ніж 1 м від приладів опалення, 0,5 м – від електроосвітлювальних приладів, 0,2 м – від стін та підлоги. Проходи між стелажми мають бути не менше ніж 0,5 м.

2.11.4. При зберіганні галантерейних товарів суб'єкт господарської діяльності повинен забезпечити додержання пожежних вимог.

Товари з пластичних мас та целулоїду мають зберігатися ізольовано від інших товарів як вогнебезпечні.

2.11.5. У торговельному (демонстраційному) залі галантерейні товари розміщують на острівних та пристінних гірках, стендах, по-

лицях-корзинах, полицях-касетах, у шафах-вітринах з похилими полицями тощо.

2.11.6. Працівники суб'єкта господарської діяльності повинні знати властивості та якість матеріалів, з яких товари виготовлені, шкали розмірів і шкалу повноти, сучасний напрям моди, особливості споживчого попиту, засоби і правила зберігання та догляду за виробами. Вони повинні допомагати покупцям у виборі товару, знайомити їх з новими виробами, вміти визначити розмір рукавиць, комірця, пояса та інших виробів.

2.11.7. Відмірювання тюлю проводиться шляхом накладання жорсткого стандартного метра на тюль, що вільно лежить на прилавку.

Стрічки, мереживо та тасьму відмірюють жорстким стандартним метром шляхом відкидання їх на прилавок (у відкидку) при вільному, без натягання, прикладанні цих виробів до метра.

Капронові гофровані стрічки відмірюють шляхом накладання жорсткого (брускового, дерев'яного) метра на стрічку, що лежить на прилавку (столі) у розправленому вигляді, без натягання і порушення гофрування.

2.11.8. Суб'єкт господарської діяльності може здійснювати продаж таких супутніх товарів: рукавиць та рукавичок, шапочок, хусток, шарфів, блузок, сорочок, панчіх, шкарпеток, парфумерно-косметичних товарів і туалетного мила тощо.

Заступник директора департаменту регіонального розвитку – начальник управління внутрішньої торгівлі та побутових послуг Ю. Родіонов

**МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІКИ ТА З ПИТАНЬ  
ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ  
НАКАЗ**

11.07.2003 № 185

Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 23 липня 2003 р.  
за № 628/7949

**1581 Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами**

Відповідно до статті 20 Закону України “Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини” та постанови Кабінету Міністрів України від 08.02.95 № 108 “Про Порядок заняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення”

**НАКАЗУЮ:**

1. Затвердити Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами, що додаються.
2. Визнати таким, що втратив чинність, наказ Міністерства зовнішніх економічних зв’язків України від 28.12.94 № 237 “Про затвердження Правил продажу продовольчих товарів”.
3. Контроль за виконанням цього наказу покласти на першого заступника Державного секретаря Кабана П. С.

**Виконуючий обов’язки  
Міністра**

**В. Першин**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України 11.07.2003 № 185

Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 23 липня 2003 р. за № 628/7949

**ПРАВИЛА**

**роздрібної торгівлі продовольчими товарами**

**I. Загальні положення**

1. Ці Правила регламентують порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу і продаж продовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, а також визначають вимоги в дотриманні прав споживачів щодо якості й безпеки товару та рівня торговельного обслуговування.

Правила роздрібної торгівлі картоплею та плодоовочевою продукцією, алкогольними напоями та тютюновими виробами регулюються окремими правилами.

2. Правила поширюються на всіх суб'єктів господарської діяльності незалежно від форм власності, які здійснюють на території України роздрібний продаж продовольчих товарів.

3. Роздрібний продаж продовольчих товарів здійснюється через спеціалізовані підприємства, у тому числі фірмові, підприємства з універсальним асортиментом продовольчих товарів, магазини “Товари повсякденного попиту” системи споживчої кооперації, відділи (секції) підприємств з універсальним асортиментом непродовольчих товарів, стаціонарну дрібнороздрібну торговельну мережу (палатки, кіоски, торговельні автомати), пересувну торговельну мережу (автомагазини, автопричепи, візки, лотки, бочки, цистерни тощо), склади-магазини, заклади (підприємства) громадського харчування.

Продаж продовольчих товарів здійснюється за методом самообслуговування, за попереднім замовленням покупців (у магазині, за допомогою телефону, персонального комп'ютера, інших технічних засобів зв'язку), шляхом індивідуального обслуговування покупців.

4. Суб'єкт господарської діяльності зобов'язаний забезпечити стан торговельних приміщень для роздрібного продажу продовольчих товарів відповідно до вимог санітарно-гігієнічних, технологічних, протипожежних норм і правил щодо приймання, зберігання та реалізації харчових продуктів і продовольчої сировини, належного зберігання матеріальних цінностей, створення умов для використання реєстраторів розрахункових операцій.

5. Режим роботи підприємств торгівлі встановлюється суб'єктом господарської діяльності за погодженням з органами місцевого самоврядування у випадках, передбачених законом.

6. Торговельно-технологічне обладнання, що використовується під час роздрібного продажу продовольчих товарів, повинно забезпечувати збереження їх якості й товарного вигляду протягом усього терміну їх реалізації. Забороняється приймати, зберігати та продавати продовольчі товари, що швидко псуються, без використання холодильного обладнання.

7. Засоби вимірювальної техніки, які використовуються під час продажу товарів, повинні бути в справному стані, мати повірочне клеймо територіального органу Державного комітету України з пи-

тань технічного регулювання та споживчої політики і проходить періодичну перевірку в установленому порядку.

Продавці повинні дотримуватися Правил користування засобами вимірювальної техніки у сфері торгівлі, громадського харчування та надання послуг, затверджених Державним комітетом стандартизації, метрології та сертифікації України від 24.12.2001 № 633 (ПМУ 21-2001) і зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 10.01.2002 за № 18/6306.

8. Транспортні засоби для перевезення харчових продуктів повинні мати санітарний паспорт, бути чистими, у справному стані. Кузов автомашини повинен мати спеціальне покриття, що легко піддається миттю.

9. Працівники, що здійснюють транспортування, зберігання і продаж продуктів харчування (будь-який продукт, що в натуральному вигляді чи після відповідної обробки вживається людиною в їжу або для пиття), повинні мати спеціальну освіту (підготовку), вони підлягають обов'язковому медичному огляду. Кожен працівник повинен мати особисту медичну книжку встановленого зразка. Працівники суб'єкта господарської діяльності, які не пройшли медичного обстеження, до роботи не допускаються.

Працівники суб'єкта господарської діяльності повинні бути одягнені у формений чи інший одяг, що відповідає санітарним вимогам.

10. Суб'єкт господарської діяльності повинен мати санітарні правила, зареєстрований санітарний журнал, особисті медичні книжки працівників, асортиментний перелік товарів, що реалізуються, погоджений з територіальною установою санітарно-епідеміологічної служби.

Погодження асортиментного переліку з територіальною установою санітарно-епідеміологічної служби проводиться до відкриття підприємства та в разі зміни асортименту товарів.

11. Усі харчові продукти і продовольча сировина в суб'єкта господарської діяльності повинні бути з документами, наявність яких передбачена чинними нормативно-правовими актами. Харчові продукти і продовольча сировина, які надходять у торговельну мережу, повинні відповідати вимогам чинного законодавства, чинних нормативно-правових актів і нормативних документів щодо показників якості та безпеки харчових продуктів, упаковки, маркування, транспортування, приймання і зберігання.

12. Неякісні та небезпечні харчові продукти і продовольча сировина підлягають вилученню з обігу в порядку, установленому За-

коном України “Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції”.

До неякісних належать харчові продукти і продовольча сировина, якісні показники та споживчі властивості яких не відповідають зазначеним у нормативному документі чи нормативно-правовому акті, а також такі, якість яких знизилась унаслідок порушення маркування; порушення чи деформування тари та окремих одиниць упаковки (крім бомбажних консервів); наявності сторонніх запахів, ознак замокання, що не становлять загрози для споживачів; наявності сторонніх домішок чи предметів, що можуть бути видалені.

Вилучені з обігу неякісні харчові продукти і продовольча сировина (крім харчових продуктів, що швидко псуються і термін придатності яких не перевищує 30 діб) можуть бути повернуті в обіг у разі приведення їх у відповідність до встановлених вимог шляхом сортування, очищення, повторного маркування, зміни цільового призначення зазначеної продукції, промислової переробки тощо.

До небезпечних належать харчові продукти і продовольча сировина, показники безпеки яких не відповідають установленим в Україні для даного виду продукції, а також харчові продукти і продовольча сировина, споживання яких пов’язане з ризиком для здоров’я і життя людини, зокрема фальсифіковані, контрабандні, безхазяйні харчові продукти і продовольча сировина, а також такі, що не можуть бути належним чином ідентифіковані, на які відсутні супровідні документи виробника (власника), що підтверджують їх походження, або документи, що підтверджують їх якість і безпеку; термін придатності до споживання (використання) яких закінчився; виготовлені із застосуванням не дозволених в установленому порядку компонентів, харчових добавок, матеріалів, технологій тощо; з явно вираженими ознаками псування та пошкодження гризунами чи комахами.

Небезпечні та неякісні харчові продукти і продовольча сировина, які неможливо повернути в обіг, підлягають утилізації або знищенню в порядку, установленому законодавством.

13. Не допускаються до продажу фасовані вітчизняні та імпорتنі харчові продукти без маркування державною мовою України, яке повинно містити в доступній для сприйняття покупцем формі інформацію про:

– загальну назву харчового продукту;

- номінальну кількість харчового продукту в установлених одиницях виміру (маса, об'єм тощо);
- склад харчового продукту, якщо він виготовлений з кількох складників, із зазначенням переліку назв, використаних у процесі виготовлення інших продуктів харчування, харчових добавок;
- харчову цінність, а також енергетичну цінність (для харчових продуктів, що її мають);
- кінцевий термін реалізації або дату виготовлення і термін придатності до споживання;
- умови зберігання;
- позначення нормативного документа (для харчових продуктів вітчизняного виробництва);
- найменування та адресу виробника й місце виготовлення;
- умови використання (якщо такі передбачені);
- наявність у харчовому продукті компонентів з генетично модифікованої сировини (у разі якщо використання таких компонентів передбачено нормативними документами або нормативно-правовими актами на даний харчовий продукт);
- застереження щодо вживання харчового продукту певними категоріями (групами) населення (діти, вагітні, люди похилого віку, спортсмени, хворі тощо);
- іншу інформацію, передбачену чинними в Україні нормативними документами, дія яких поширюється на певний харчовий продукт.

Маркування нефасованих харчових продуктів здійснюється державною мовою України в порядку, установленому нормативними документами для певних харчових продуктів.

У маркуванні вітчизняних та імпортованих харчових продуктів забороняється наводити інформацію про їх лікувальні властивості без дозволу центрального органу виконавчої влади у сфері охорони здоров'я.

У маркуванні харчових продуктів використовуються специфічні символи, якими позначають дієтичні, профілактичні, оздоровчі харчові продукти, біологічно активні харчові добавки, дитяче харчування, харчування для спортсменів тощо.

14. Реалізація харчових продуктів на підприємствах роздрібної торгівлі дозволяється тільки протягом термінів їх придатності до споживання, що визначені нормативними документами для певних видів продуктів.

15. Працівники суб'єкта господарської діяльності зобов'язані надати покупцю необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про товари, а також на вимогу покупця – документи, якими підтверджуються їх якість і безпека, а також ціна товарів.

16. Суб'єкт господарської діяльності повинен забезпечити інформування покупців про роздрібні ціни в грошовій одиниці України за допомогою ярликів цін (цінників) на зразках товарів, які оформляються відповідно до Інструкції про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібною торгівлі та громадського харчування, затвердженої наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 04.01.97 № 2 та зареєстрованої в Міністерстві юстиції України 20.01.97 за № 4/1808.

17. Покупець має право перевірити точність ваги відпущеного товару. Контрольно-вимірювальні прилади повинні розміщуватися на видному і доступному для покупців місці.

18. У разі придбання покупцем неякісних продовольчих товарів продавець зобов'язаний замінити їх на якісні товари або повернути покупцю сплачені ним гроші згідно з вимогами Закону України "Про захист прав споживачів".

19. Суб'єкт господарської діяльності в торговельному залі магазину на видному та доступному для покупців місці повинен обладнати куточок покупця, де розміщуються: Книга відгуків та пропозицій встановленого зразка, витяги з цих Правил, адреси та номери телефонів органів, що забезпечують державний захист прав споживачів, інша необхідна інформація.

20. Суб'єкт господарської діяльності, здійснюючи продаж продовольчих товарів, зобов'язаний у своїй діяльності керуватися вимогами Законів України "Про підприємництво", "Про захист прав споживачів", "Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення", "Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини", Порядку заняття торговельною діяльністю і правил торговельного обслуговування населення, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 08.02.95 № 108, цих Правил, інших нормативних документів, що регламентують торговельну діяльність.

21. За порушення цих Правил суб'єкти господарської діяльності та їх працівники несуть відповідальність згідно із законодавством.

22. Контроль за дотриманням цих Правил здійснюється в установленому законом порядку.

Суб'єкт господарської діяльності може мати Журнал реєстрації перевірок встановленого зразка.



## **II. Особливості продажу окремих груп товарів**

### ***1. Хліб і хлібобулочні вироби***

1.1. Суб'єкт господарської діяльності для приймання хліба і хлібобулочних виробів обладнує розвантажувальні площадки і механізовані рампи, вантажно-розвантажувальні прорізи з навісами, які захищають продукцію від атмосферних опадів.

1.2. Для збереження якості хліба і хлібобулочних виробів суб'єкт господарської діяльності оснащує приміщення спеціальним обладнанням (закриті шафи, підтоварники, стаціонарні й пересувні стелажі, контейнери, столи для нарізання хліба, хліборізки) та основним інвентарем (ножі, щипці, лопатки, виделки тощо для самостійного відбору покупцями товару, а також покривала і чохла із тканини або полімерних плівок для накриття продукції), дозволеним центральним органом виконавчої влади у сфері охорони здоров'я. Здійснюючи продаж тортів і тістечок, необхідно мати холодильне устаткування.

1.3. Кожна партія продукції повинна супроводжуватися документами про якість і безпеку, у яких зазначаються дата виготовлення та година виймання хліба з печі, від якої відраховується термін придатності.

1.4. Забороняється перевантажувати хліб і хлібобулочні вироби з лотків у ящики, корзини навалом.

1.5. Забороняється зберігати хліб і хлібобулочні вироби навалом, а також установлювати обладнання з хлібом на відстані менше ніж 35 см від підлоги в підсобних приміщеннях і 60 см – у торговельному залі. Не допускається зберігання хліба разом з товарами, які мають різкий і сильний запах.

1.6. Шафи для зберігання хліба і хлібобулочних виробів необхідно щодня провітрювати протягом 1-2 годин і не менше одного разу на тиждень промивати теплою водою з милом і протирати 1-відсотковим розчином оцтової кислоти з подальшим просушуванням.

Покривала і чохла з полімерних плівок необхідно провітрювати і просушувати щодня, а в разі забруднення промивати теплою водою. Металевий інвентар ретельно промивається гарячою водою і насухо витирається.

1.7. Нестандартні, а також вилучені з продажу вироби повертають постачальнику в узгоджені терміни згідно з договором. Залишки хліба, сухарні та хлібні крихти, випадково забруднені вироби

збирають у місткості з написом “санітарний брак” і здають у встановленому порядку.

1.8. У разі виявлення ознак захворювання на картопляну хворобу суб’єкт господарської діяльності зобов’язаний негайно повідомити про це виробника та органи санітарного нагляду, уражені вироби зняти з продажу і знищити згідно із санітарними правилами і складеним у встановленому порядку актом, а обладнання ретельно вимити.

Обладнання, де зберігалися вироби, які “захворіли” на картопляну хворобу, підлягає спеціальній санітарній обробці.

1.9. Суб’єкт господарської діяльності протягом усього робочого дня повинен забезпечити безперебійний продаж хліба і хлібобулочних виробів.

1.10. Хліб і хлібобулочні вироби можуть перебувати в продажу (при температурі не менше 6° С і відносній вологості 75% + 5%) після виймання з печі не більше:

36 годин – хліб із житнього і житньо-пшеничного об’ємного і житнього обдирного борошна, а також із суміші пшеничного і житнього сортового борошна; упакований – не більше 72 годин;

24 години – хліб із пшенично-житнього і пшеничного об’ємного борошна, хліб і хлібобулочні вироби масою понад 200 грамів із сортового пшеничного, житнього сіяного борошна; упакований – не більше 48 годин;

16 годин – дрібноштучні вироби масою 200 грамів і менше (включаючи бублики); упаковані – не більше 32 годин.

Після закінчення цих термінів продаж хліба і хлібобулочних виробів забороняється, хліб підлягає вилученню з продажу.

1.11. Забороняється продаж хліба з наявністю плісені, сторонніх домішок, непромісів, розпливчастої форми, з блідою або підгорілою шкуринкою.

1.12. У разі відпуску хліба і хлібобулочних виробів продавцем, а також у разі самостійного відбору виробів покупцями необхідно користуватися щипцями, ложечками, лопатками, виделками або смужками чистого паперу.

Забороняється відпуск неупакованого хліба і хлібобулочних виробів працівниками, які проводять розрахунки за готівку (приймають гроші).

1.13. Штучний хліб і хлібобулочні вироби масою 0,5 кг і більше на замовлення покупців дозволяється розрізати на дві – чотири рівні частини і продавати без зважування.

1.14. Суб'єкти господарської діяльності, які здійснюють продаж хліба і хлібобулочних виробів, можуть додатково продавати у відокремлених місцях (відділах, секціях) інші продовольчі товари: кондитерські вироби, цукор, чай, каву, какао, борошно, крупи, макаронні вироби, сухі продукти дитячого харчування і харчові концентрати, а в магазинах, які мають кафетерії, – гарячі напої (чай, каву, какао, молоко), борошняні кондитерські вироби, цукерки тощо.

1.15. У разі відсутності в певній місцевості стаціонарних підприємств торгівлі продаж хліба і хлібобулочних виробів дозволяється із спеціалізованого транспорту та лотків тільки в упакованому вигляді.

## **2. Кондитерські вироби і мед**

2.1. Суб'єкти господарської діяльності здійснюють приймання кондитерських виробів за якістю, маркуванням, кількістю місць і вагою.

Штучні кондитерські вироби підлягають вибірковій перевірці на відповідність ваги однієї штуки даним на етикетці.

Перевірку якості кондитерських виробів проводять за органолептичними показниками: зовнішній вигляд, форма, стан поверхні та глазурі, візерунок, запах, консистенція.

Прийманню не підлягають такі кондитерські вироби: деформовані, забруднені, з невластивим запахом та сторонніми домішками, неприємним присмаком, з плямами на поверхні, мокрою липкою поверхнею, сірим нальотом (на виробках, глазурованих шоколадом), грубою зацукрованою консистенцією. Крім того, не приймаються підгорілі борошняні кондитерські вироби, з розпливчастим візерунком, помадною глазур'ю, що відстає від поверхні виробів, начинкою, яка виступає за край виробу, із закалом, непромісом і мед з ознаками бродіння, спінення, кислого смаку, з вологістю понад 21 відсоток та іншими дефектними ознаками, а також фальсифікований.

Суб'єкти господарської діяльності зобов'язані приймати та реалізовувати ваговий мед за наявності документів про якість та безпеку щодо відповідності його вимогам ГОСТу 19792-97 “Мед натуральний. ТУ”.

Забороняється в процесі приймання кремових кондитерських виробів перекладення тістечок з кремом з лотків постачальника в тару магазину, а також реалізація їх за методом самообслуговування.

Забороняється приймання тортів, не упакованих поштучно в стандартні картонні коробки.

2.2. Кондитерські вироби і мед зберігають у приміщеннях при температурі не більше ніж +18 °С і відносній вологості 70% – 75%, а торти і тістечка – в охолоджувальних шафах при температурі 0 °С ... +5 °С.

Забороняється зберігання кондитерських виробів поруч з товарами, які передають вологу або мають специфічний запах.

2.3. Терміни та умови реалізації кондитерських виробів повинні відповідати вимогам нормативних документів.

2.4. Перед подачею кондитерських виробів до торговельного залу перевіряють їх якість, наявність необхідного інвентарю для продажу кондитерських виробів і пакувального матеріалу.

У торговельному залі кондитерські вироби розміщують за видами і сортами:

- вагові карамель, драже, цукерки в обгортці висипають в ящики і касети прилавків і пристінних шаф;
- вагові печиво, вафлі, м'які цукерки, фруктові-ягідні та шоколадні вироби розкладають на внутрішніх полицях прилавків у тарі постачальника (ящиках, коробках, касетах);
- тістечка, рулети, кекси виставляють на прилавках у фабричних лотках і на листах;
- торти і тістечка з кремовим або фруктовим оздобленням розміщують в охолоджувальних шафах і на вітринах;
- фасовані кондитерські вироби виставляють на полицях шаф, прилавках, гірках, у тарі-обладнанні;
- кондитерські вироби без обгортки викладають у вазах, на блюдах.

Забороняється виставляти у віконних вітринах натуральні кондитерські вироби.

2.5. Продаж кондитерських виробів проводять у попередньо розфасованому вигляді, поштучно, а також шляхом зважування в присутності покупця.

До продажу поштучно дозволяються сорти цукерок, які мають фабричну упаковку.

2.6. Відпуск товарів, що не мають фабричної упаковки (тістечок, відкритих цукерок, вагового печива та інших), проводять у чистій тарі (пакетах, коробках, папері) з обов'язковим застосуванням щипців, лопаток, совків та іншого інвентарю.

2.7. Забороняється продаж відходів (крихт) кондитерських виробів.

2.8. Суб'єкти господарської діяльності, які здійснюють продаж кондитерських виробів, можуть додатково продавати у відокремлених місцях (відділах, секціях) інші продовольчі товари: каву, чай, какао, кавові напої, мед, варення, повидло, джем, цукор, хлібобулочні вироби.

### **3. Крупи, макаронні вироби, борошно, крохмаль, цукор та кухонна сіль**

3.1. При надходженні круп'яних, борошняних та інших сипучих товарів на підприємство роздрібної торгівлі суб'єкти господарської діяльності обов'язково звертають увагу на стан їх перевезення. Продукти мають бути надійно захищеними від атмосферних опадів та іншого зовнішнього впливу.

3.2. Вагові сипучі товари та макаронні вироби приймають за кількістю місць і вагою нетто кожного з них. Одночасно перевіряють стан зовнішньої тари, наявність маркування, відповідність виду та якості товару даним, що зазначені в супровідних документах про якість і безпеку, на маркувальних ярликах, товарних етикетках.

Штучні товари (одиниці розфасовки) перевіряють за станом упаковки, на наявність етикеток та за вагою.

3.3. Сипучі товари (крупни, борошно, цукор, крохмаль та інші) мають бути сухими, без грудочок, однорідними за кольором, з блиском і смаком, властивими для кожного виду та сорту. Макаронні вироби мають бути правильної форми, однорідними за кольором, без тріщин, крихт, з гладкою або трохи шорсткою поверхнею.

3.4. Прийманню не підлягають круп'яні, борошняні та інші сипучі товари, супровідні документи на які оформлені з порушеннями, намоклі, забруднені, пошкоджені гризунами та шкідниками, з пошкодженою упаковкою та порушеннями технології виготовлення (з невідповідними кольором чи смаком, з невластивим присмаком, запахом та сторонніми домішками), з наявністю домішок іншого виду або гатунку, термін реалізації яких минув, без маркування та етикеток.

3.5. Крім того, прийманню не підлягають за властивими дефектними ознаками:

- крупа – з гірким або кислим присмаком, затхлим, пліснявим або іншим невластивим запахом, уражена шкідниками (для пшона та вівсяної крупи допускається слабкий специфічний присмак гіркоти, що властивий цим видам крупи);
- борошно, що хрустить на зубах, плісняве, затхле, з гірким присмаком, засмічене;

- макаронні вироби, не однорідні за кольором, з ознаками непромісу, з гірким або кислим присмаком, затхлим, пліснявим запахом, у яких вміст лому та крихт перевищує допустимі норми;
- крохмаль вологий, без хрусту, несвіжий, недостатньо промитий, без характерного блиску, з цятками на поверхні, що перевищують допустимі норми;
- цукор несипкий, липкий, з грудками непробіленого цукру, вологість якого перевищує 0,15 відсотка;
- кухонна сіль вогка або закам'яніла.

3.6. Зберігають макаронні вироби, борошно, крохмаль, цукор і кухонну сіль у сухих, чистих, добре вентиляваних приміщеннях, не уражених амбарними шкідниками, без різких коливань температури, що не перевищує +20 °С, при відносній вологості повітря не більше ніж 70 відсотків.

Цукор і крупи ізолюють від сильно пахучих, а також вологих продуктів. Сіль зберігається окремо від усіх інших продуктів.

3.7. Вагові товари в мішках викладають на підтоварниках штабелем висотою не більше ніж 8–10 мішків на відстані не менше ніж 20 см від стін і 15 см від підлоги.

Розфасовані товари, що зберігаються в контейнерах, розміщують на відстані не менше ніж 20 см від стін. У разі зберігання більше двох тижнів мішки з борошном перекладають для запобігання злежанню і зігріванню.

3.8. Терміни та умови реалізації круп, макаронних виробів, борошна, кухонної солі повинні відповідати вимогам нормативних документів.

3.9. До торговельного залу повинні надходити попередньо перевірені та підготовлені до продажу товари. Їх відпускають як у розфасованому вигляді, так і шляхом зважування в присутності покупця.

3.10. Вагові товари відбирають у присутності покупця спеціальними для кожного товару совками (для солі – дерев'яними) та відпускають у чистому пакувальному матеріалі (пакетах, папері). Забороняється добавляти до покупки відходи від продажу сипучих товарів і макаронних виробів (крихти, пил, змет) і домішки іншого гатунку.

3.11. Суб'єкти господарської діяльності, які здійснюють продаж круп, макаронних виробів, борошна, цукру та кухонної солі, можуть додатково продавати у відокремлених місцях (відділах, секціях) інші продовольчі товари: крохмаль, харчові концентрати, дріж-

джі, фруктові та овочеві консерви, рослинні олії, прянощі, приправи, чай, каву, какао.

#### **4. М'ясо і м'ясопродукти**

4.1. Суб'єкти господарської діяльності приймають потушне м'ясо у відрубах за кількістю туш, напівтуш чи четвертин і вагою нетто кожної з них. Одночасно перевіряють наявність клейма ветеринарного нагляду, свіжість м'яса, правильність розбирання та забійного оброблення, відповідність угодваності накладеному клейму, ступінь охолодження.

4.2. М'ясо і м'ясопродукти фасовані перевіряють за станом упаковки, відповідності виду тварин, сорту і категорії вгодваності даним, що вказані на етикетці порції (упаковки).

4.3. Не приймають м'яса і м'ясопродуктів, супровідні документи на які оформлені з порушеннями (у тому числі щодо якості та безпеки), недоброякісні, без клейма ветеринарного нагляду, забруднені, пошкоджені гризунами та шкідниками, з неякісною технологічною обробкою, наявністю льоду або снігового нальоту, з ознаками повторного заморожування, із зміненим кольором, ознаками несвіжості (кислим, затхлим, гнилим та невластивим запахом; з наявністю слизу, плісені, цвілі, з позеленінням, ослизненням).

На кожну партію (тушу) продовольчої сировини, призначеної для реалізації на підприємствах роздрібної торгівлі в межах адміністративного району, крім документа, що підтверджує їх якість і безпеку, повинна бути ветеринарна довідка, а для реалізації в межах України – ветеринарне свідоцтво.

4.4. Крім того, прийманню не підлягають за властивими дефектними ознаками:

- м'ясо з неправильним розбиранням по хребту, погано обезкровлене, зі згустками крові, з наявними залишками внутрішніх органів, бахромок, із зачистками і зривами підшкірного жиру понад допустимі норми;
- субпродукти, не розсортовані за видами, заморожені у вигляді блоків (язики, мозок, нирки), погано оброблені, із залишками інших тканин (нирки – із сечоводами; печінка – із зовнішніми кровоносними судинами і жовчним міхуром, великими лімфовузлами, ноги – за наявності щетини або шерсті);
- м'ясо птиці з непатрошеними тушками (крім дичини), з неналежною обробкою (залишки пуху, пір'я, пеньків, саден, наявність розривів шкіри понад допустимі норми, а також синців, викривлення спини і грудної кістки);

- ковбасні вироби з в'язками батонів, що не відповідають відповідному виду виробів, неналежним маркуванням, пошкодженнями оболонки, забрудненою та вологою поверхнею батонів, з напливами фаршу над оболонкою, крихкою консистенцією, ознаками злипання, з наявністю шпику жовтого кольору в ковбасах вищого гатунку, а також понад допустимі норми у виробках 1-го і 2-го гатунку, з сірими плямами на розрізі; з бульйонними і жировими набряками понад допустимі норми, блідо-сірого кольору, недоварені;
- копченості з неправильно розібраними тушами, з висмиками м'яса і жиру, за наявності бахромок і залишків щетини, сірих і зелених плям у розрізі, непроварені, непрокопчені;
- м'ясні напівфабрикати з деформацією форми, пошкодженою упаковкою та порушенням правил укладки, без етикеток, зі зміненим кольором, з консистенцією, що не відповідає ступеню готовності, з порушеннями ваги порції;
- консерви без етикеток, у немаркованих, іржавих, деформованих, з порушеною герметичністю і в бомбажних банках;
- топлені жири з різким невластивим запахом, дуже зміненим кольором, прогірклі.

4.5. Терміни, умови зберігання та реалізації м'яса і м'ясопродуктів повинні відповідати вимогам нормативних документів.

4.6. Прийняті м'ясо і м'ясопродукти розміщують на короткострокове зберігання негайно при температурі охолодження не вище ніж +8 °С, а для швидкокопсувних – не вище ніж +6 °С. Кожний вид виробів має свої (окремі) терміни і режим зберігання.

4.7. Перед продажем заморожене м'ясо попередньо розморожують до температури –6 °С у товщі м'язів біля кісток на глибині 6 см.

Потушне м'ясо розбирають на сортові відруби відповідно до схем розбирання для кожного виду тварин. Усі інші м'ясопродукти сортують за видами, категоріями, сортами.

4.8. М'ясо птиці звільняють від тари, паперової обгортки і тампонів.

4.9. Напівфабрикати, кулінарні вироби перекладають на лотки, блюда, листи.

4.10. Поверхні ковбасних виробів і копченостей протирають рушником, кінці оболонки зрізають, видаляють обв'язки, обвітрені зрізи зачищають. М'ясні хлібці, шинку у формі, варені й варенокопчені окісти та інші вироби, що випускаються загорнутими в це-



лофан або пергамент, подають на робочі місця у загорнутому вигляді. Обгортку цих виробів знімають безпосередньо під час продажу (перед нарізуванням).

4.11. Шпик зачищають від солі, а жири – від пожовклого верхнього шару.

4.12. Попереднє фасування ковбас і копченостей передбачається в обсягах потреби не більше одного дня реалізації, а м'яса і сирих м'ясопродуктів – 2–3 годин.

4.13. Підготовлені до продажу м'ясо і м'ясопродукти подають до торговельного залу на робоче місце, де розміщують за видами і гатунками в охолоджувальних прилавках і шафах. Сирі м'ясопродукти розміщують окремо від інших товарів.

4.14. М'ясо і м'ясопродукти відпускають покупцям тільки в зачищеному стані, належному товарному вигляді, без зайвих, непередбачених технологічних матеріалів і відходів нехарчового призначення.

4.15. При продажу м'яса із сортових відрубів (м'ясо з кісткою) вміст кісток у шматку не повинен перевищувати загального відсотка вмісту кісток у сортовому відрубі, установленому за категорією вгодованості для кожного виду м'яса (розбирання проводиться згідно із схемами розрубання для яловичини, свинини, баранини тощо, які вивішують на видному місці в торговельному залі).

Розбирання – це встановлений порядок розпилювання, розрубання, розрізування і відділення кісток, шкіри, сухожилля, плів тощо до одержання сортових шматків, придатних для харчового використання за призначенням.

4.16. Здійснюючи продаж м'яса і м'ясопродуктів без нарізування, за згодою покупця додають не більше двох доважків, що не перевищують 10 відсотків загальної маси покупки. Доважки повинні відповідати сорту і якості товару, який відпускають.

4.17. М'ясо птиці продають цілим або розрубаним: курей, качок – на дві половини вздовж тушки, а гусей та індичок – на 2, 4, 6 і 8 частин. Відібраний товар спочатку показують покупцеві, а потім зважують.

4.18. Сирокопчені окісти розрубують згідно з порядком розбирання свинини для торгівлі без відокремлення шкіри і кісток.

4.19. Копчено-варені, знежирені, варені, закопчені та варенокопчені окісти розрубують і нарізають в установленому для кожного з цих виробів порядку і продають без кісток, шкіри і хрящів.

4.20. Рулети, шинку, буженину, карбонад, бекон, корейку, грудинку нарізають в установленому для кожного з цих виробів порядку.

4.21. На замовлення покупця продавець зобов'язаний нарізати ковбасу, копченості, шинку та інше, додержуючись санітарно-гігієнічних правил. Нарізані шматки викладають на чистий посуд або пакувальний папір за допомогою ножа або виделки.

4.22. На замовлення покупця в його присутності здійснюють приготування фаршу за прилавком лише з м'яса, придбаного на цьому підприємстві. М'ясорубки та посуд перед приготуванням ретельно промивають.

4.23. Кулінарні вироби, напівфабрикати (неупаковані), фарш відпускають за допомогою спеціальних лопаток, окремих для кожного товару.

4.24. Суб'єкти господарської діяльності, які здійснюють продаж м'яса і м'ясопродуктів у сирому вигляді, можуть додатково продавати у відокремлених місцях (відділах, секціях) вироби з м'яса та супутні товари: ковбасні вироби, м'ясокопченості, напівфабрикати м'ясні усіх видів, кулінарні вироби, консерви м'ясні, м'ясо-рослинні, салобобові, жири топлені, спеції, прянощі та соуси в розфасованому вигляді (майонез, гірчицю, хрін, томат-пасту тощо).

**5. Молоко, молокопродукти, майонез, морозиво, харчові жири, сири, яйця курячі харчові**

5.1. При надходженні продукції на підприємство роздрібною торгівлю обов'язково звертають увагу на стан її перевезення. Загустілі м'які кисломолочні вироби, молоко повинні бути охолодженими. Температура в товщі морозива не повинна перевищувати:  $-10\text{ }^{\circ}\text{C}$  – для загартованого морозива великої маси та  $-12\text{ }^{\circ}\text{C}$  – для дрібноштучного; для м'якого морозива – не вище  $-5\text{ }^{\circ}\text{C}$  ...  $-7\text{ }^{\circ}\text{C}$ .

Перевезення молокопродуктів здійснюється тільки спеціалізованими транспортними засобами.

5.2. Приймання не підлягають молокопродукти, доставлені з порушенням умов транспортування, які впливають на строки зберігання та стан якості.

5.3. Молоко, харчові жири та інші молокопродукти приймають за кількістю місць і вагою нетто. Одночасно перевіряють свіжість продукту, ступінь термообробки (холодом, теплом), дату і годину виготовлення, а також кінцевий термін продажу, які повинні відповідати даним, зазначеним у супровідних документах про якість і безпеку, на маркувальних ярликах, товарних етикетках.

На кожен партію свіжого молока, призначену для реалізації у межах адміністративного району, крім документа, що підтверджує якість і безпеку продукції, повинна бути ветеринарна довідка, а для реалізації у межах України – ветеринарне свідоцтво.

5.4. Штучні товари (одиниці розфасовки) перевіряють за станом упаковки, на наявність етикеток, міцність закупорювання, цілість пакетів (відсутність течі), повноту наповнення (для рідких) та за вагою.

5.5. Яйця курячі харчові перевіряють на наявність штампа категорії, забрудненість і цілість шкаралупи, вагу одного яйця, міцність жовтка, густоту білка, розмір повітряної камери (пуги). Забороняється продаж технічних і харчових неповноцінних курячих яєць та яєць качок і гусей.

5.6. Прийманням не підлягають молоко і молокопродукти без документів про якість і безпеку або з порушеннями в оформленні супровідних документів, забруднені, пошкоджені гризунами та шкідниками, з пошкодженням упаковки та порушенням технології виготовлення (із зміненим кольором та відтінками, з гірким, прогірклим, пліснявим, металевим та іншим присмаком і невластивими запахами, невідповідною консистенцією, зі сторонніми домішками, тріщинами і сколами скла), несвіжі, термін реалізації яких минув, без належного маркування та етикеток, з невідповідним вмістом жиру.

5.7. Крім того, прийманню не підлягають за властивими дефектними ознаками:

- молоко з кислим і пригорілим присмаком; з ослизною, тягучою і густою консистенцією; з піною під шаром вершків; з ознаками бродіння; з домішками молозива; із сирною консистенцією; фальсифіковане;
- дієтичні кисломолочні продукти з перекислим або невираженим (прісним), маслянокислим, металевим, пліснявим присмаком; зі щілинами, рідкою, тягучою, спученою консистенцією; із грудочками сиру і виділеннями сироватки та газоутворенням;
- сметана з кислим, сальним, дріжджовим, прогірклим смаком і запахом; з ослизною, тягучою, комкуватою, сирною, пінистою консистенцією; зі сторонніми домішками та сироваткою, що виділилася;
- кисломолочні сири та сиркові маси з невираженим або кислим присмаком; з нечистим кольором та без жовтуватого відтінку; із грубою крупчастою, крихкою, тягучою, ослизною консистенцією

та невластивим присмаком і запахом (природний колір сиру “Зелений” сіро-зелений);

- масло коров’яче вершкове зі сторонніми домішками, ушкоджене плісінню, з крихкою консистенцією, гнилісним, прогірклим, сальним, іншим невластивим присмаком і запахом;
- масло топлене за наявності сколотин і розсолу;
- маргарин з присмаком гіркоти, з вираженим металевим, сальним, сирним або кислим присмаком і запахом, з борошняною або сирною консистенцією, з вологою, що стікає;
- сири, які мають порушення форми, розпливчасті, здуті, з грубою, товстою, слабкою, ослизлою, підпрілою кірочкою, з тріщинами і лишайними плямами; блідого та нерівномірного кольору, з відсутнім малюнком або його дефектами; ушкоджені підкорковою плісінню (крім тих, що дозрівають за участю слизу), з гнилісними колодязями, заражені сирним кліщем;
- яйця курячі харчові, поверхня яких забруднена більше допустимих норм, з дефектами бою, харчові неповноцінні та технічні яйця (з непрозорим на просвіт вмістом, з пліснявими плямами під шкаралупою, з присохлим жовтком, із змішаними білком і жовтком, з кровоносними судинами у вигляді кільця на поверхні жовтка, міражні), з різким запахом сірководню;
- дитяче харчування без позначення на етикетках (упаковках) складу, способу приготування, призначення до використання, термінів і умов зберігання; із зміненим кольором, невластивим запахом, з присмаком гіркоти;
- згущені молочні консерви без етикеток, у немаркованих, іржавих, деформованих, з порушеною герметичністю і в бомбажних банках;
- сухе молоко і вершки поживклі, з невластивим запахом, з присмаком гіркоти;
- майонез з неоднорідною консистенцією, ознаками бродіння, присмаком гіркоти (у майонезі всіх видів допускаються поодинокі бульки повітря);
- морозиво з грубою, густою, пухкою, тістоподібною і пліснявою консистенцією, із згустками та грудочками льоду, жиру, желатину, з нерівномірним кольором та глазур’ю, з кормовим, кислим, гірким і металевим присмаками та з ознаками розморожування і повторного заморожування.

5.8. Прийняті молоко і молокопродукти розміщують на короткострокове зберігання негайно при температурі охолодження не вище

ніж +6 °С. Морозиво зберігають у низькотемпературних прилавках-холодильниках при температурі, яка може коливатися –14 °С ... – 12 °С, не більше 48 годин.

5.9. Яйця курячі харчові зберігають окремо від пахучих і відкритих (не захищених обгорткою, упаковкою, герметичною розфасовкою) товарів, які легко передають запахи та можуть забруднюватися патогенними мікроорганізмами.

Яйця, які вже зберігалися у холодильниках та на складах, повторному охолодженню не підлягають.

5.10. Терміни та умови реалізації молока, молокопродуктів, сирів, морозива, харчових жирів, майонезу, яєць курячих харчових повинні відповідати вимогам нормативних документів.

5.11. Інструменти для нарізування, зважування і відпуску продуктів (ножі, виделки, лопатки, черпаки, мірки тощо) обов'язково промивають гарячим содовим розчином, витирають насухо чистим рушником і зберігають у відведеному для цього місці.

5.12. Перед продажем молокопродукти попередньо сортують за видами і гатунками, перевіряють штучні та фасовані товари за станом упаковки, на наявність маркування і за вагою. Банки, пляшки та упаковки протирають від мастил і пилу. Вагові та штучні товари звільняють від тари і пакувальних матеріалів. Лотки з яйцями викладають з коробів і відбирають пошкоджені та ті, що не підлягають продажу.

5.13. Поверхні головок (брусків) сиру протирають рушником, великі головки розрізають на частини. Масло коров'яче вершкове і маргарин зачищають від штафу (поверхневого шару) з усіх боків, розділяють моноліт на менші частини.

5.14. Вагові сири (росольні, кисломолочні, плавлені тощо), які випускаються в обгортці, подають на робочі місця в загорнутому вигляді. Обгортку цих виробів знімають безпосередньо під час продажу (або перед нарізуванням).

5.15. Обсяги попереднього фасування яєчного порошку, сухого молока, сирів, масла та інших (крім рідких) товарів передбачають у межах потреби одного дня реалізації.

5.16. Підготовлені до продажу молокопродукти викладають на лотки, блюда, листи та подають до торговельного залу на робочі місця, де розміщують за видами і сортами в охолоджувальних прилавках та шафах з урахуванням товарного сусідства.

5.17. Молоко і молокопродукти відпускають покупцям тільки свіжими, у належному товарному вигляді, без зайвих (непередбаче-

них) технологічних матеріалів і відходів нехарчового призначення, належним чином упакованими.

5.18. Молокопродукти в опломбованій тарі розпаковують перед початком продажу, попередньо перемішують колотівкою та розливають у чистий посуд покупця за допомогою спеціального інвентарю: металевих мірок (для молока), черпаків (для вагової сметани), лопаток і ложок (для сиру). Пломби та бірки з реквізитами зберігають до кінця реалізації молокопродуктів.

5.19. Забороняється розливати над відкритими флягами та відливати з посуду покупця назад у флягу вже відміряні молокопродукти, а також залишати інвентар у тарі з продуктами. Для цього виділяється і використовується спеціальний посуд.

5.20. Забороняється продаж сирів із запліснявілою шкуринкою, крім тих, що дозрівають за участю слизу. Сичужні сири відпускають із шкуринкою.

5.21. На замовлення покупця продавець нарізає сир, дотримуючись санітарно-гігієнічних правил. Нарізані шматочки викладають на чистий посуд або пакувальний папір за допомогою ножа або виделки.

5.22. Здійснюючи продаж товару без нарізування, за згодою покупця додають не більше двох доважків, що не перевищують 10 відсотків загальної маси покупки. Доважки повинні відповідати гатунку і якості товару, який відпускають.

5.23. Розфасовані молокопродукти та штучні сири відпускають в упаковці виробника. За бажанням покупця ці товари додатково обгортають або упаковують.

5.24. Фасоване морозиво відпускають в обгортці (упаковці) виробника при температурі  $-10\text{ }^{\circ}\text{C}$  ...  $-12\text{ }^{\circ}\text{C}$ . М'яке морозиво промислового виготовлення і виготовлене на торговельному підприємстві із сумішей або сировини відпускають за вагою, розфасованим у паперові та вафельні стаканчики, креманки при температурі  $-5\text{ }^{\circ}\text{C}$  ...  $-7\text{ }^{\circ}\text{C}$ .

5.25. Яйця курячі нерозфасовані покупець відбирає самостійно або за допомогою продавця, який не проводить розрахунки за готівку.

5.26. Суб'єкти господарської діяльності, які здійснюють продаж молока, кисломолочних продуктів, сирів, харчових жирів, можуть додатково продавати у відокремлених місцях (відділах, секціях) виготовлені продовольчі та супутні товари: хліб, дитяче та дієтичне харчування, ковбаси варені, майонез, кондитерські вироби, торти, морозиво, цукор, сіль та інші розфасовані продукти без специфіч-

ного запаху. За наявності належних умов і технологічного обладнання можливе приготування нескладних страв з подальшим продажем споживачам на місці: гарячого молока з печивом, вафлями, бубликами; вершків, сметани, кефіру з цукром; гарячих бутербродів з ковбасою, сиром; морозива, кондитерських виробів та тощо.

### **6. Риба і рибопродукти**

6.1. Перевозять рибу та рибопродукти в спеціальному транспорті із закритим кузовом, внутрішня поверхня якого має бути покрита антикорозійними матеріалами. Живу рибу перевозять у спеціально обладнаних цистернах, контейнерах і бочках.

На кожну партію свіжої риби та інших гідробіонтів, призначених для реалізації в межах адміністративного району, повинна бути ветеринарна довідка, а для реалізації в межах України – ветеринарне свідоцтво.

6.2. Умови та терміни зберігання рибопродуктів повинні відповідати вимогам нормативних документів.

6.3. Живу рибу, що надійшла у продаж, поміщають в акваріуми з водою, обладнані пристроями для збагачення води киснем. Забороняється годувати живу рибу хлібом, крупою та іншими видами корму в акваріумах.

6.4. Термін зберігання і реалізації живої риби при температурі води в акваріумі +11 °С ... +15 °С:

осінньо-зимовий період – 48 годин;

весняно-літній період – 24 години.

6.5. Продаж риби і рибопродуктів здійснюють після попередньої підготовки.

Заморожену рибу розпаковують, поміщають в охолоджувальні прилавки і звільняють від льоду.

Рибу солону викладають в окоренки з тузлуком. Солоні та копчені делікатесні риботовари розбирають, нарізають і викладають на емальовані підноси або листи в охолоджувальних прилавках.

Рибу гарячого копчення, кулінарні вироби і напівфабрикати викладають на підноси, листи та розміщують в охолоджувальних прилавках. Рибні консерви викладають на пристінні гірки, а пресерви – в охолоджувальні прилавки.

Кулінарні вироби і напівфабрикати, солоні, мариновані та пряні оселедці, кільку, хамсу й інші рибопродукти відбирають для відпуску спеціальними лопатками, виделками та щипцями.

6.6. Забороняється продаж риби і рибопродуктів, які не мають належного товарного вигляду.

Не підлягає продажу:

- жива та охолоджена риба з ознаками паразитологічних захворювань, з каламутним слизом, кислуватим запахом, тьмяною лускою, м'якою консистенцією м'яса, каламутними запалими очима;
- напівфабрикати свіжої риби;
- снула риба, покрита каламутним слизом, з кислуватим запахом, тьмяною лускою, каламутними запалими очима, м'яким водянистим м'ясом;
- охолоджена та морожена риба із зовнішніми пошкодженнями, згустками крові та синцями, почервонілими зябровими кришками, здутим животом;
- солена риба із в'ялою консистенцією і гнилісним запахом, іржею, яка проникає в товщу;
- копчена, в'ялена, сушена риба з дефектами технологічної обробки (непрокопчена, недов'ялена, пересушена, недосолена, з присмаком і запахом сирової риби).

6.7. Суб'єкти господарської діяльності, які здійснюють продаж риби та рибопродуктів, можуть додатково продавати у відокремлених місцях (відділах, секціях) інші товари: спеції, прянощі, соуси, олію у розфасованому вигляді.

### **7. Безалкогольні та слабоалкогольні напої**

7.1. Приймання мінеральних та питних вод, безалкогольних і слабоалкогольних напоїв здійснюють відповідно до якості, кількості місць, об'єму, стану маркування. Перевірку якості напоїв проводять за органолептичними показниками: зовнішній вигляд, смак, аромат і колір.

При перевірці якості напоїв застосовують спеціальні показники: різкість – для квасу; насиченість і виділення вуглекислого газу – для газованих мінеральних та питних вод, безалкогольних та слабоалкогольних напоїв; консистенція – для сиропів, концентратів і екстрактів; піноутворення, висота піни та піностійкість – для пива.

Пляшки, банки з напоями повинні мати етикетки, бути виготовлені відповідно до чинних нормативних документів. Пастеризовані напої повинні мати додатковий напис “Пастеризоване”.

На етикетці біля розливного крана автоцистерни та бочки зазначають назву напою; назву підприємства-виробника та його підпорядкованість; дату виготовлення і термін придатності або кінцевий термін реалізації, температуру зберігання; позначення нормативного документа, відповідно до якого виготовлено напій.



Забороняється приймати напої без етикеток, з наявними ознаками бою (тріщини, скол шийки), зіпсованою пробкою, загальним покаламутненням, осадом, сторонніми домішками, нехарактерним запахом і смаком; пиво – з низькою піною, що швидко опадає.

Допускаються незначні природні осади мінеральних солей тільки в мінеральних водах. Для безалкогольних та слабоалкогольних напоїв допускається наявність осаду, завислих часток, характерних для сировини, без сторонніх домішок, не властивих напою. Для нефільтрованого пива допускається наявність дріжджового осаду та слабка опалесценція.

7.2. Безалкогольні та слабоалкогольні напої зберігають при температурі  $0\text{ }^{\circ}\text{C} \dots +20\text{ }^{\circ}\text{C}$ , напої бродіння –  $0\text{ }^{\circ}\text{C} \dots +20\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Відносна вологість повітря у складських приміщеннях для зберігання концентратів безалкогольних напоїв не повинна перевищувати 75 відсотків.

Пиво в пляшках, металевих бочках, бочках зберігається при температурі: фільтроване непастеризоване  $+5\text{ }^{\circ}\text{C} \dots +12\text{ }^{\circ}\text{C}$ , фільтроване пастеризоване  $+5\text{ }^{\circ}\text{C} \dots +20\text{ }^{\circ}\text{C}$ , нефільтроване  $+2\text{ }^{\circ}\text{C} \dots +4\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Пиво, доставлене в пивовозах, зберігається під тиском діоксиду вуглецю в ізометричних резервуарах при температурі  $+2\text{ }^{\circ}\text{C} \dots +12\text{ }^{\circ}\text{C}$ .

Фасовані мінеральні та питні води зберігаються при температурі  $+5\text{ }^{\circ}\text{C} \dots +20\text{ }^{\circ}\text{C}$ .

7.3. Терміни та умови реалізації безалкогольних та слабоалкогольних напоїв повинні відповідати вимогам нормативних документів.

7.4. Продаж безалкогольних та слабоалкогольних напоїв здійснюють на винос, на розлив у посуд покупців, а також для споживання на місці.

Продають напої на розлив з резервуарів спеціальних дозувальних автоматів, заводських бочок, ізотермічних ємкостей.

Газована вода на бажання покупців відпускається із сиропом і без нього. Температура води не повинна перевищувати  $+12\text{ }^{\circ}\text{C}$ . Газована вода може продаватися в сифонах, які наповнюються в спеціальних пунктах заправлення.

Забороняється перекачувати пиво з бочок в інші ємкості, крім резервуарів спеціально дозувальних апаратів.

Продаж напоїв на розлив дозволяється тільки в чистий посуд.

Забороняється під час продажу напоїв для споживання на місці миття посуду в посудинах. Перед використанням посуд необхідно промивати чистою проточною водою чи за допомогою механічних пристроїв.

Щодня перед початком роботи і після її закінчення треба промити водою крани бочок, сітки та змійовики, а також дно навколошпунтового отвору.

7.5. Наповнення мірних ємкостей (колб, циліндрів) проводять до мірної позначки (риски) відповідного об'єму. У разі відпуску напоїв у посуд з вузькою шийкою необхідно використовувати ліжку.

Пінисті напої наливають у мірні ємкості так, щоб після осідання піни рівень рідини був проти мірної позначки (риски).

7.6. Посуд для відпуску напоїв, циліндри для сиропу, дозатори та інший інвентар і обладнання повинні утримуватися в чистоті відповідно до санітарних вимог.

7.7. Продавці, які працюють на сатураторному устаткуванні, повинні дотримуватись інструкцій приготування газованої води та правил техніки безпеки.

7.8. Суб'єкти господарської діяльності, які здійснюють продаж мінеральної води, безалкогольних і слабоалкогольних напоїв, у тому числі пива, можуть додатково продавати у відокремлених місцях (відділах, секціях) супутні товари: морозиво, кондитерські вироби, фрукти, солоні морепродукти, тютюнові вироби тощо.

Продаж лікувальних мінеральних вод може здійснюватися також через аптечну мережу.

**Розшифрування індексації харчових добавок**

За визначенням Всесвітньої організації охорони здоров'я, у яку входять майже 170 країн, харчові добавки – це природні з'єднання і хімічні речовини, що самі по собі, звичайно, не застосовують у їжу, але в обмежених кількостях навмисно вводяться в продовольчі товари. Харчові добавки застосовуються для того, щоб забезпечити кращу збережуваність продукту, позитивно вплинути на його зовнішній вигляд.

Безпека харчових добавок систематично розглядається Об'єднаним комітетом експертів ФАС/ВОЗ по харчових добавках (ФАС – спеціалізована установа ООН із питань продовольства і сільського господарства). У рамках Європейського співтовариства діє аналогічна комісія. Звідси, до речі, в індексах буква Е. Можливий рівень харчових добавок у тому або іншому виді продуктів харчування встановлює і вносить у свої переліки чинна в рамках АТ/ВОЗ Комісія з розробки стандартів на продовольчі товари – комісія «Кодекс аліментаріус».

У системі «Кодекс аліментаріус» харчові добавки класифікуються в такий спосіб:

- ↳ від Е 100 до Е 183 – барвники
- ↳ від Е 200 і далі – консерванти,
- ↳ від Е 300 і далі – антиокислювачі, інакше антиоксиданти (уповільнюють окислювання і тим самим охороняють товари від псування, за дією схожі з консервантами),
- ↳ Е400 і далі – стабілізатори (зберігають задану консистенцію продукції) і загущувачі,
- ↳ Е 500 і далі – емульгатори (підтримують певну структуру продуктів, за дією схожі на стабілізатори),
- ↳ Е 600 і далі – підсилювачі смаку і аромату,
- ↳ Е 700-Е 800 і далі – запасні індекси,
- ↳ Е900 і далі – протиспінюючі речовини; сюди ж, а також у нову формовану групу Е1000, входять глазуруючі агенти, підсолонджувачі соків і кондитерських виробів, добавки, що перешкоджають злежуванню цукру, солі, для обробки борошна, крохмалю й ін.

Як стверджують спеціалісти, єдиний ризик, пов'язаний із дозволеними харчовими добавками, полягає в можливій алергії до них.

Для споживача в цьому випадку дуже важлива інформація на етикетці товару, де поряд із класом речовини (консервант, барвник) повинна значитися назва добавки або її «Е» – номер.

За даними дослідження, проведеного серед алергетиків, у 10% обстежених алергію викликав побутовий пил, у 2% – коров'яче молоко, у 0,4% – ацетилсаліцилова кислота і лише в 0,06% – харчовий барвник тартразин і в 0,05% – консервант бензойна кислота.

В жувальних гумках для дітей часто використовують бутадієн-стирольний каучук, який заборонено до використання МОЗ України. Але його все одно використовують для виробництва в країнах Латинської Америки та Азії. Через виділення стиролу, подразнюються слизисті оболонки і виникає головний біль, крім того, він може негативно впливати і на нервову систему.

За даними сертифікаційного центру НДІ гумових і латексних виробів, у видачі гігієнічного сертифіката було відмовлено переважній більшості жувальних гумок для дітей.

### **ДОБАВКИ:**

*дозволені і заборонені*

### **ДОЗВОЛЕНО**

E100	E123	E160b	E163	E211	E242	E290	E320	E336	E383	E410
E440	E472a	E501	E516	E539	E627	E905b	E950	E1101	E101	E141
E160c	E164	E212	E249	E296	E321	E337	E385	E411	E445	E472b
E503	E517	E551	E630	E905c	E951	E1102	E102	E142	E160e	E170
E220	E250	E297	E322	E338	E386	E412	E450	E472c	E504	E518
E553	E631	E920	E952	E1103	E104	E143	E161a	E171	E221	E251
E300	E326	E339	E391	E413	E451	E472d	E507	E524	E558	E636
E921	E953	E1104	E110	E150a	E161b	E172	E222	E260	E301	E327
E340	E400	E414	E452	E472e	E508	E525	E570	E637	E924a	E954
E1200	E120	E150b	E161c	E181	E223	E261	E304	E330	E341	E401
E415	E460	E472f	E509	E526	E575	E800a	E927a	E958	E1201	E122
E150c	E161d	E200	E224	E262	E306	E331	E342	E402	E416	E461
E472g	E510	E527	E578	E901	E927b	E965	E1202	E124	E150d	E161e
E201	E234	E265	E307	E332	E353	E404	E417	E464	E473	E511
E528	E585	E902	E928	E966	E1505	E129	E151	E161f	E202	E235
E266	E315	E333	E354	E405	E420	E466	E475	E513	E529	E620
E903	E930	E967	E1518	E131	E152	E161g	E203	E236	E270	E316
E334	E363	E406	E421	E470	E481	E514	E530	E621	E904	E940
E999	E1520	E132	E160a	E162	E210	E239	E280	E319	E335	E380
E407	E422	E471	E500	E515	E536	E626	E905a	E941	E1100	

## ЗАБОРОНЕНО

E 121 – CITRUS RED 2 (барвник цитрусовий червоний 2),

E 123 – AMARANTH (барвник амарант),

E240 – FORMALDEHYDE (консервант формальдегід).

Є ще список харчових добавок, що ще не мають дозволу до застосування в Україні, але дозволені в інших країнах.

### *НЕ МАЮТЬ ДОЗВОЛУ В УКРАЇНІ*

E103	E107	E125	E127	E128	E140	E153	E154	E155	E160d
E160a	E166	E173	E174	E175	E180	E182	E209	E213	E214
E215	E216	E217	E218	E219	E225	E226	E227	E228	E230
E231	E232	E233	E237	E238	E241	E252	E263	E264	E281
E282	E283	E302	E303	E305	E308	E309	E310	E311	E312
E313	E314	E317	E318	E323	E324	E325	E328	E329	E343
E344	E345	E349	E350	E351	E352	E355	E356	E357	E359
E365	E366	E367	E368	E370	E375	E381	E408	E409	E418
E419	E429	E430	E431	E432	E433	E434	E435	E436	E441
E442	E443	E444	E446	E462	E463	E465	E467	E471	E476
E477	E478	E479	E480	E482	E483	E484	E485	E486	E487
E488	E489	E491	E492	E493	E494	E495	E496	E505	E512
E519	E520	E521	E522	E523	E535	E537	E538	E541	E542
E550	E552	E554	E555	E556	E557	E559	E560	E574	E576
E577	E579	E580	E622	E623	E624	E625	E628	E629	E632
E633	E634	E635	E640	E922	E923	E924	E925	E926	E941
E943a	E943b	E944	E945	E946	E957	E959	E1000	E1001	E1005
E1503	E1521								

## КОНСУЛЬТАЦІЯ

*для покупця з захисту своїх прав у суді*

Припустимо, ви купили холодильник, і протягом гарантійного терміну він вийшов із ладу.

За вашим вибором можна вимагати на підставі ст. 14 Закону «Про захист прав споживачів» усунення недоліків, заміни або повернення грошей.

Доцільно вирішити питання в досудовому порядку, роз'яснивши свої вимоги письмово, уклавши претензію або заяву за формою:

*Директору магазину № 5 «Світло»  
м. Полтава, вул. Профспілкова, буд. 108  
від Павлової Олени Іванівни, яка  
проживає за адресою: м. Полтава,  
вул. Трудова, буд. 20, кв. 8*

### ПРЕТЕНЗІЯ

*20 січня 2001 р. у вашому магазині я придбала холодильник марки «Минск-128», вартістю 680 грн.*

*Через місяць після покупки, протягом гарантійного терміну холодильник вийшов із ладу.*

*Відповідно до п. 1 ст. 14 Закону України «Про захист прав споживачів» я вимагаю заміни несправного холодильника на новий якісний негайно або, якщо аналогічних товарів немає в продажу, протягом місяця.*

*Якщо ви мені відмовите в моїй законній вимозі, я залишаю за собою право звернутися в суд із позовною заявою про примусову заміну холодильника, про стягнення неустойки за прострочення доставки мені нового холодильника в розмірі 1% за кожний день прострочення, а також про відшкодування моральної шкоди, заподіяної мені вашими незаконними діями.*

*Про прийняття рішення прошу повідомити мені письмово у встановлений термін.*

*28 лютого 2001 року.*

*/Підпис*

У даному випадку заяву потрібно написати в двох примірниках.

Один примірник віддати в магазин, інший лишити собі і зберегти. На другому примірнику заяви працівник магазину, що його прийняв, повинен поставити дату і свій підпис; якщо у вас заяву з якихось причин не приймають, то пошліть її поштою рекомендованим листом із повідомленням, з описом вкладення.

Товарний чек до заяви не прикладайте, а прикладіть копію або тільки покажіть його в магазині.

Частіше за все магазин надає перевагу поверненню грошей за неякісний товар, обіцяючи при першому ж надходженні аналогічного товару продати вам його без черги. Не радимо погоджуватися.

По-перше, отримавши гроші, ви автоматично втрачаєте право на заміну (ст. 14, п. 1 Закону).

По-друге, ви не будете застраховані від покупки ще однієї бракованої речі.

І, нарешті, при вільних цінах на холодильники вам доведеться зробити доплату при заміні товару з недоліками на товар тієї ж марки (моделі, артикулу) перерахунок ціни не провадиться (ст. 14 Закону).

Якщо адміністрація магазину відмовить вам в обміні під будь-яким приводом, то зробіть наступне. Дочекайтесь письмової відповіді з магазину, а якщо протягом півмісяця їх не буде, починайте діяти.

Відмова магазину обміняти товар повинна бути викладена у вигляді резолюції на вашій заяві або в окремому документі. При одержанні відмови негайно йдіть у суд за місцем вашого проживання або за місцезнаходженням магазину і подайте позовну заяву.

Право вирішення конфлікту через суд вам надане законом, і цим можна скористатися. Але в такому випадку необхідно переконатися у відповідності ваших прав чинному законодавству, навести докази своєї правоти і реальність ваших вимог, зібрати документи, що підтверджують порушення ваших прав, товарний чек, паспорт на холодильник, копію заяви в магазин про заміну речі з недоліками, лист-відмову магазину замінити холодильник (якщо він є).

Необхідно продумати, хто може в якості свідків підтвердити факти порушення ваших прав.

Отже, ви зважилися піти в суд. Ваша позовна заява може бути такою:

У народний суд \_\_\_\_\_  
(району, міста)

ПОЗИВАЧ: \_\_\_\_\_  
(П.І.Б., домашня адреса, телефон)

ВІДПОВІДАЧ: \_\_\_\_\_  
(повне найменування і юридична адреса магазину)

### ПОЗОВНА ЗАЯВА

*про заміну речі з недоліками, про стягнення неустойки, про відшкодування моральної шкоди*

20 січня 2001 р. у магазині № 5 «Світло» я придбала холодильник марки «Минск-128», вартістю 680 грн. Договір купівлі-продажу підтверджений товарним чеком. У період гарантійного терміну холодильник вийшов із ладу. У магазині мені відмовили замінити холодильник у зв'язку з \_\_\_\_\_. (азначте причину, якщо вона є)

Відповідно до п. 1, ст. 14 Закону України «Про захист прав споживачів» споживач, якому продана річ із недоліками, має право на заміну її на товар тієї ж марки. Мені в моїх законних вимогах було відмовлено.

Крім того, магазин у встановлені терміни не замінив мені холодильник і тому повинен нести за це відповідальність у розмірі 1% від вартості холодильника за кожний день прострочення.

Оскільки магазин добровільно і негайно не задовольнив мої законні вимоги про обмін холодильника, а також заподіяв мені моральне страждання тим, що працівники магазину грубо розмовляли зі мною, мені була нанесена моральна шкода.

У зв'язку з викладеним, керуючись ст.ст. 11, 12, 13, 14, 15, 23 Закону України «Про захист прав споживачів», прошу:

1. Поставити за обов'язок магазин № 5 «Світло» замінити мені холодильник марки «Минск-128» на доброякісний холодильник тієї ж марки.

2. Стягнути з відповідача у відповідності до ст. 23 Закону України «Про захист прав споживачів» неустойку в розмірі \_\_\_\_\_ грн.

3. Стягнути з відповідача моральну шкоду, заподіяну мені незаконними діями відповідача в розмірі \_\_\_\_\_ грн. у відповідності до ст. 15 Закону.

4. Прошу стягнути судові витрати в розмірі вартості відправлення рекомендованого листа в сумі 4.00 грн.



Усього прошу стягнути з відповідача \_\_\_\_\_ грн. У відповідності до ст. 24 Закону України «Про захист прав споживачів» прошу звільнити мене від сплати держмита.

Додаток:

1. Товарний чек або його копія.
2. Паспорт на виріб.
3. Копії заяв у магазин про заміну речі з недоліками.
4. Лист-відмова магазину замінити холодильник (якщо є).
5. Копія позовної заяви для відповідача.
6. Повідомлення про вручення з описом вкладення рекомендованого листа, а також поштову квитанцію (якщо ви відправляли претензії поштою).

Дата

/Підпис

Позовну заяву складіть у трьох примірниках: два відправте в суд, одну залишіть собі. Якщо в процесі обміну у вас із магазином зав'язалося листування, прикладіть листи до позовної заяви. У заяві необов'язково докладно описувати сформовану конфліктну ситуацію, достатньо викласти тільки факти, суд при розгляді справи з'ясує все, що необхідно для вирішення суперечки.

### **Покупець не завжди правий**

Відносини, що виникають між продавцями і покупцями-фізособами, ідельними не назвеш. То браковану продукцію продадуть, то товар на обмін продавці не приймають, то нова кухонна техніка вибухає тощо. Загалом, приводів для усіляких спорів у обох протиборчих сторін чимало. Якщо їх мирно домовитися не вдається – ласкаво просимо до суду.

Відшкодувати моральну шкоду можна тільки після небезпечних послуг

23 серпня 2002 року громадянка уклала із ЗАТ договір на надання послуг цифрового стільникового зв'язку в пакеті “Економний”. Через певний час ЗАТ розірвало з нею договір, чим, за її словами, позбавило її звичайного способу життя, а саме: вона не може спілкуватися з друзями, вирішувати невідкладні питання, пов'язані з роботою. Все це негативно вплинуло на стан її здоров'я”. У жовтні 2003 року громадянка звернулася до суду з позовом до ЗАТ про відшкодування моральної шкоди.

Згідно з п.7 ст. 3 старої редакції Закону про захист прав споживачів споживач має право на відшкодування моральної (немайнової) шкоди тільки за умови її заподіяння небезпечними для життя та

здоров'я людей послугами. До того ж ст. 13 Закону України “Про зв'язок” говорить тільки про матеріальну відповідальність підприємств та об'єднань зв'язку всіх форм власності перед споживачами за невиконання або неналежне виконання послуг і не визначає відповідальності у вигляді відшкодування моральної шкоди.

Верховний Суд України вирішив: скасувати попередні судові рішення за цією справою, які б задовольнили позов громадянки (ухвала від 23.02.2006 р.). Справу направлено на новий розгляд до суду першої інстанції.

Ст.4 нової редакції. При цьому рекомендуємо звернути увагу на наступний судовий спір. Зважаючи на все, для відшкодування моральної шкоди зовсім не обов'язково постраждати від небезпечної послуги (прим. авт.).

Але ця стаття передбачає, що у разі незгоди споживача послуг зв'язку з визначеним цією статтею розміром відшкодування питання відшкодування нанесених йому фактичних збитків, моральної шкоди, втраченої вигоди через неналежне виконання операторами зв'язку своїх зобов'язань, а також інші спори між споживачами послуг та операторами зв'язку розглядаються судом (прим. авт.).

#### **Не прийняв повернення – плати за моральну шкоду**

16 травня 2003 року громадянка придбала в магазині антену для мобільного телефона, щоб користуватися нею на дачі. Але товар не можна використовувати через невелику потужність. 30 травня 2003 року вона звернулася до магазину із заявою про повернення грошей, але у неї відмовилися прийняти заяву. У своїй заяві громадянка просить суд стягнути на її користь вартість антени в сумі 160 грн. і моральну шкоду у розмірі 1500 грн.

Відповідно до вимог статей 20 і 24 старої редакції Закону про захист прав споживачів споживач має право обміняти непродовольчий товар належної якості на аналогічний у продавця, у якого він був придбаний, якщо товар не підійшов 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, не рахуючи дня здійснення покупки. Якщо на момент обміну аналогічного товару немає в продажу, споживач має право або придбати будь-які інші товари з наявного асортименту з відповідним перерахунком вартості товару, або одержати назад гроші у розмірі вартості поверненого товару. Гроші, сплачені за товар, споживачу повертають у день розірвання договору, а в разі неможливості повернення грошей – в інший день

за домовленістю сторін, але не пізніше ніж протягом 7 днів. У разі задоволення вимог споживача суд одночасно вирішує питання про відшкодування моральної шкоди.

У новій редакції Закону всі ці питання врегульовані в такий самий спосіб (див.9 і 22) (прим. авт)

Магазин доводив, що громадянка безпідставно відмовилася придбати будь-який інший товар аналогічної вартості, крім того, не повернула магазину перехідник, який входить у комплект антени.

Проте у ході судового розгляду було з'ясовано, що в магазині не було аналогічних антен більшої потужності. До того ж, як видно з паспорта на антену, в комплектність антени перехідник не входить. Представником магазину не надані докази того, що в комплектність антени входить перехідник, який громадянка відмовляється повернути.

Громадянка стверджує, що їй, як споживачу, була заподіяна моральна шкода: переживання, викликані неможливістю використати придбаний товар за призначенням, і порушення її права на задоволення потреб у сфері торговельного обслуговування. Визначаючи розмір моральної шкоди, яка підлягає відшкодуванню, суд врахував суть позовних вимог, характер моральних страждань, заподіяних відповідачем позивачці.

Апеляційний суд м. Києва вирішив: стягнути з магазину на користь громадянки вартість поверненого товару в сумі 160 грн. і 200 грн. за моральну шкоду.

У договорі про спільну діяльність громадянин не виступає споживачем

У липні 2002 року громадянин звернувся до суду з позовом до ТОВ про стягнення неустойки, мотивуючи свої/ позовні вимоги тим, що між ним та товариством був укладений договір про будівництво квартири. Громадянин просить стягнути з ТОВ неустойку за прострочення виконання робіт.

Суд апеляційної інстанції виходив з того, що на спірні правовідносини поширюється дія Закону про захист прав споживачів. Стара редакція цього Закону дозволяла споживачу вимагати від виконавця, який не виконує, прострочує виконання роботи (надання послуги) згідно з договором, сплати за кожний день (годину, якщо тривалість виконання визначено у годинах) прострочення споживачеві пені у розмірі 3% вартості роботи (послуги) (якщо інше не передбачено законодавством). У випадку ж, коли вартість роботи (послуги)

ги) не визначено, виконавець мусив був сплачувати споживачеві неустойку в розмірі 3% загальної вартості замовлення.

Проте ТОВ з таким висновком не погодилося. Річ у тім, що між сторонами був укладений не договір підяду, а договір про спільну діяльність, і отже, громадянин не є споживачем в розумінні Закону про захист прав споживачів, тобто особою, яка набуває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари, роботи, послуги. За укладеним договором про спільну діяльність громадянин у ТОВ не придбавав ніяких товарів, не замовляв роботи або послуги.

Верховний Суд України вирішив: норми Закону про захист прав споживачів на спірні правовідносини не поширюються (ухвала від 19.05.2005 р.). Рішення суду апеляційної інстанції ухвалено з порушенням норм матеріального права і підлягає скасуванню.

"Аналогічний підхід до розрахунку неустойки збережено у новій редакції Закону (див. 10) (прим. авт.).

### **Споживачі мають право на інформацію про товари**

Під час проведеної перевірки дотримання СПД законодавства про захист прав споживачів Управлінням у справах захисту прав споживачів було виявлено факт реалізації СПД аудіовізуальних творів без наявності необхідної інформації для споживачів на примірниках названої продукції, а саме: адреси виробника, інформації про гарантійні зобов'язання виробника аудіовізуального твору, а також найменування та місцезнаходження підприємства, що здійснює такі функції. За наслідками перевірки Управлінням було винесено постанову від 29.06.2004 р. про застосування до СПД штрафних санкцій у сумі 595 грн. СПД звернувся до суду з позовом про визнання недійсною постанови.

Причиною виникнення спору з цієї справи стало питання щодо правомірності стягнення із СПД штрафних санкцій, визначених СТ.23 старої редакції Закону про захист прав споживачів, за порушення законодавства у сфері захисту прав споживачів під час роздрібною реалізації аудіовізуальних творів.

Відповідно до ст. 3 цього Закону споживачі, які перебувають на території України, під час придбання, замовлення або використання товарів (робіт, послуг) для задоволення своїх побутових потреб мають право на необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про товари (роботи, послуги), їх кількість, якість, асортимент, а також про їх виробника (виконавця, продавця).

Статтею 18 цього Закону визначено, що споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товари (роботи, послуги), що забезпечує можливість їх свідомого і компетентного вибору. Інформація має бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги). Інформація про товари (роботи, послуги) має містити, зокрема, гарантійні зобов'язання виробника (виконавця); найменування та адресу виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Крім того, за змістом п. 6 Правил роздрібної торгівлі примірниками аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних, затверджених постановою КМУ від 04.11.97 р. № 12097, до всіх примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних додається інформація українською мовою про назву товару (вид носія); гарантійні зобов'язання виробника примірника аудіовізуального твору, фонограми, відеограми, комп'ютерної програми, бази даних, його найменування та адресу (або місцезнаходження), а також найменування і місцезнаходження підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживачів, а також проводить ремонт і технічне обслуговування зазначених примірників. Довідка з такою інформацією наклеюється на упаковку примірника аудіовізуального твору, фонограми, відеограми, комп'ютерної програми, бази даних або додається до цієї упаковки.

Частиною першою ст. 23 Закону про захист прав споживачів передбачено, що у разі порушення законодавства про захист прав споживачів суб'єкти господарської діяльності сфери торгівлі, громадського харчування і послуг несуть відповідальність за відсутність необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товар, роботу, послугу у розмірі 30% вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше 5 нмдг, а у разі якщо законодавством суб'єкт господарської діяльності звільнений від ведення обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі 5 нмдг.

Вищий господарський суд України вирішив: з огляду на наведені приписи чинного законодавства, господарські суди з урахуванням встановлених ними обставин справи дійшли правильного висновку про правомірність стягнення із СПД штрафу в сумі 595 грн. та прийняття Управлінням оспорюваного акта (постанова від 07.06.2005 р. у справі № 8/403-о).

## **Створення перешкод карається штрафом**

Управлінням у справах захисту прав споживачів проведено перевірку підприємця та складено акт від 20.04.2004 р. Перевіркою встановлено, що на час перевірки документи на право здійснення діяльності надано частково; не надано: свідоцтво про державну реєстрацію, сам дозвіл, асортиментний перелік, погоджений з міською санітарно-епідеміологічною станцією. У продажу наявний широкий асортимент дитячих товарів вітчизняного та іноземного виробництва, але перевірити їх якість та безпеку дотримання правил торгівлі було неможливо, бо чоловік підприємця створив перешкоди службовим особам спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів у проведенні перевірки якості товарів. На підставі акта Управлінням 07.06.2004 р. прийнято постанову про накладення штрафу у сумі 680 грн. за реалізацію товарів, які підлягають, але не пройшли обов'язкової сертифікації, та створення перешкод службовій особі. Підприємець звернувся до суду з позовом про визнання недійсною постанови.

Причиною спору стало питання про відсутність, на думку підприємця, в Управління повноважень з розгляду справ про порушення законодавства про захист прав споживачів та накладення стягнень. Суд вважає, що така позиція не узгоджується із старою редакцією Закону про захист прав споживачів. Суд виходить з того, що:

- державний захист прав громадян як споживачів здійснюють спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальні органи, Рада міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації, органи і установи державного санітарно-епідеміологічного нагляду України, інші органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування відповідно до законодавства, а також судові органи (п.2 СТ.4 старої редакції 10 Закону про захист прав споживачів);

- спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів та його територіальні органи в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі (СТ.5 старої редакції Закону про захист прав споживачів) здійснюють державний контроль за дотриманням законодавства України про захист прав споживачів у центральних і місцевих органах виконавчої влади та суб'єктами господарської діяльності, забезпечують реалізацію державної політики щодо захисту прав споживачів і мають право, зокрема: одержувати від суб'єктів господарської діяльності, що перевіряються, безоплатно копії необхідних норматив-

них документів та інші відомості, які характеризують якість товарів (робіт, послуг), сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, що використовуються для виробництва цих товарів (виконання робіт, надання послуг); подавати до суду позови щодо захисту прав споживачів; накладати на суб'єкти господарської діяльності сфери торгівлі, громадського харчування і послуг, у тому числі на громадян-підприємців, стягнення;

“ згідно зі СТ.23 старої редакції Закону про захист прав споживачів у разі порушення законодавства про захист прав споживачів суб'єкти господарської діяльності сфери торгівлі, громадського харчування і послуг несуть відповідальність за:

– реалізацію товару, виконання роботи, надання послуги, що підлягає обов'язковій сертифікації, але не має сертифіката відповідності (свідчення про визнання іноземного сертифіката), – у розмірі 50 відсотків вартості одержаної для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше 10 нмдг, а у разі якщо законодавством суб'єкт господарської діяльності звільнений від ведення обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі 10 нмдг;

– створення перешкод службовій особі спеціально уповноваженого органу виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів у проведенні перевірки якості товарів, виконуваних (виконаних) робіт, надаваних (наданих) послуг, а також правил торговельного та інших видів обслуговування, – у розмірі від 1 до 10 відсотків вартості реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг за минулий календарний місяць, але не менше 10 нмдг, а у разі якщо законодавством суб'єкт господарської діяльності звільнений від ведення обов'язкового обліку доходів і витрат, – у розмірі 10 нмдг.

Отже, законом покладено на Управління обов'язок із здійснення державного контролю за дотриманням законодавства України про захист прав споживачів та надано йому право притягнення до відповідальності за порушення, передбачені ст.23 Закону.

До того ж попередніми судовими інстанціями встановлено, що з боку підприємця справді мали місце порушення законодавства про захист прав споживачів, за які підприємець з дотриманням встановленого порядку та в межах повноважень, наданих Управлінню законодавством, був притягнутий до відповідальності (накладено штраф), розмір якого (680 грн.) відповідає приписам ст.23 Закону про захист прав споживачів.

Вищий господарський суд України вирішив: наведене свідчить про безпідставність доводів підприємця щодо накладення Управ-

лінням штрафу з порушенням установленого законодавством порядку та всупереч конституційному принципу відповідальності на підставі закону (постанова від 01.03.2005 р. у справі № 8/322-О).

**Автостоянка несе відповідальність за викрадення автомобіля**

1 червня 2002 року громадянин виїхав у справах до Німеччини, поставивши автомобіль на платну стоянку фірми у м. Вінниці. Після повернення додому 8 червня 2002 року він дізнався, що автомобіль викрадено. Звернення до охоронців стоянки та в правоохоронні органи жодних результатів не дали, фірма автомобіля не повернула. У зв'язку з наведеним громадянин просить суд стягнути з фірми на його користь вартість викраденого автомобіля, понесені на його придбання витрати та вартість речей, які були в автомобілі. Всього – 96628 грн 67 коп і 5000 грн заподіяної моральної шкоди.

На підставі вимог частини другої с-г.418 ЦК УРСР якщо після закінчення строку схову, передбаченого в договорі, або строку, зазначеного охоронцем у порядку ст.415 цього Кодексу, майно не буде взяте назад тим, хто здав його на схов, охоронець надалі відповідає за втрату, нестачу, пошкодження цього майна лише за наявності з його боку наміру або грубої необережності. Статтею 419 ЦК УРСР, якою визначено розмір відповідальності охоронця, встановлено, що якщо в законі або в договорі не передбачено обов'язку охоронця відшкодувати збитки, завдані втратою, нестачею або пошкодженням майна, охоронець відповідає за втрату і нестачу майна в розмірі вартості втраченого майна або майна, якого не вистачає (дійсної вартості втраченого майна).

Як з'ясувалося під час судового розгляду, між сторонами було укладено договір схову належного громадянину автомобіля, а тому фірма, якій належить автостоянка, повинна нести передбачену законом відповідальність за викрадення переданого на зберігання автомобіля. Це також підтверджується п.27 Правил зберігання транспортних засобів на автостоянках, затверджених постановою КМУ від 22.01.96 р. № 115: “Автостоянки гарантують схоронність транспортних засобів, прийнятих на зберігання згідно з цими Правилами, а у разі їх зникнення, розукомплектування чи пошкодження під час зберігання несуть відповідальність у встановленому законодавством порядку”.

Судом встановлено, що переданий громадянином на зберігання автомобіль через грубу необережність працівників фірми було втрачено. У зв'язку з цим суд дійшов обґрунтованого висновку про



те, що фірма зобов'язана відшкодувати вартість втраченого автомобіля, яку було визначено згідно з висновком експертизи.

Доводи фірми про відсутність між сторонами договору схову майна, неправильність визначення вартості автомобіля і моральної шкоди спростовуються матеріалами справи, зокрема, фактом здачі транспортного засобу та внесення плати за його зберігання громадянином, висновком експерта про вартість аналогічного автомобіля з урахуванням дефектів, зафіксованих працівниками митної служби при перетині автомобілем кордону, та даних про пробіг автомобіля на момент його продажу.

Відповідно до частини другої ст. 24 старої редакції Закону про захист прав споживачів у разі задоволення вимог споживача суд одночасно вирішує питання про відшкодування моральної (немайнової) шкоди.

Верховний Суд Україна вирішив: фірма зобов'язана відшкодувати вартість втраченого автомобіля, яку було визначено згідно з висновком експертизи (постанова від 11.08.2004 р.). Розмір моральної шкоди визначено судом з урахуванням порушення прав, наданих споживачеві, та права власності.

### **За торгівлю без сертифіката – штраф**

16.10.2003 р. в кафетерії було проведено перевірку Республіканським комітетом з захисту прав споживачів. За результатами перевірки складено акт, в якому зафіксовано реалізацію алкогольних виробів без документів, які підтверджують якість та безпечність товарів, а також без сертифікатів відповідності або копій, завірених постачальником, на суму 243,60 грн. На підставі зазначеного акта перевірки комітет прийняв рішення від 28.10.2003 р. про накладення фінансових стягнень на суму 1700 грн. Підприємець 28.11.2003 р. звернувся із заявою до суду про визнання недійсним цього рішення та відшкодування моральної шкоди в сумі 5000 грн.

Відповідно до п.4 ст. 16 старої редакції Закону про захист прав споживачів товари (роботи, послуги), на які актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища, підлягають обов'язковій сертифікації згідно з чинним законодавством. Реалізація та використання таких товарів (у тому числі імпортованих), виконання робіт та надання послуг без сертифіката відповідності забороняються.

Статтями 16 та 17 Закону України “Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів” передбачено право Республіканського комітету із захисту прав споживачів на застосування штрафних санкцій за порушення чинного законодавства про захист прав споживачів. Відповідно до ст. 16 зазначеного Закону, контроль за дотриманням норм цього Закону здійснюють органи, які видають ліцензії, а також інші органи в межах компетенції, визначеної законами України.

Згідно з частиною першою п.4 Положення про порядок застосування державними органами у справах захисту прав споживачів фінансових санкцій за порушення Закону України “Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів” (наказ Держстандарту від 10.01.2001 р. № 3) рішення про застосування фінансових санкцій приймається на підставі відповідних актів перевірок суб'єктів підприємницької діяльності службовими особами державних органів у справах захисту прав споживачів і оформляється постановою за формою, що встановлюється Держстандартом.

За порушення п. 5 Правил роздрібної торгівлі алкогольними напоями, затверджених постановою КМУ від 30.07.96 р. № 85417, та ст. 17 Закону України “Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів” застосовуються штрафні санкції у розмірі 200 відсотків вартості отриманої партії товару, але не менше 1700 гривень.

Вищий господарський суд України вирішив: комітет, застосовуючи штрафні санкції до підприємця, діяв у межах своїх повноважень (постанова від 28.07.2004 р. у справі № 2-13/1893-2004).

### **На споживача-інвестора поширюється дія Закону про захист прав споживачів**

У червні 2002 року громадянин уклав договір інвестування з ТОВ, згідно з яким ТОВ зобов'язано побудувати і передати у власність квартири, а громадянин – фінансувати будівництво з метою отримання у власність квартири в новому будинку. Крім того, ТОВ гарантувало виконання робіт, зазначених у додатку до інвестиційного договору. ТОВ надало громадянину квартиру, в якій роботи або не виконано, або виконано з порушенням СНіП. Невиконанням зобов'язань з боку ТОВ, передбачених договором, громадянину як споживачу було завдано матеріальної шкоди у сумі 11917 грн. Піс-

ля проведення експертизи громадянин у судовому засіданні уточнив суму матеріальної шкоди і просить суд стягнути на його користь 15030 грн Крім матеріальної шкоди громадянину було завдано моральної шкоди, яку він оцінює в 5000 грн.

Відповідно до додаткової угоди до договору ТОВ зобов'язано здійснювати технічний нагляд за будівництвом, організовувати контроль за веденням авторського нагляду на відповідність умовам щодо якості, обсягів і вартості виконаних робіт проекту, кошторисам, будівельним нормам і правилам, а матеріалів, конструкцій і виробів – державним стандартам і технічним умовам. Проте судовою будівельно-технічною експертизою встановлено, що ТОВ не забезпечило виконання або забезпечило неякісне виконання робіт, передбачених зазначеним вище договором, а загальна вартість ремонтно-будівельних робіт, які необхідно виконати у квартирі позивача для приведення її у відповідність до вимог будівельних норм і правил та інвестиційного договору, становить 15030 грн.

Вимоги громадянина ґрунтуються на тому, що продавець зобов'язаний передати споживачу товар, який щодо якості відповідає вимогам нормативних документів (ст.12 старої редакції Закону про захист прав споживачів). У разі виявлення недоліків споживач має право вимагати від продавця безоплатного усунення недоліків товару або відшкодування витрат на їх виправлення споживачем (ст. 14).

Представник ТОВ (відповідач) у судовому засіданні позов не визнав. Він вважає, що посилання громадянина на Закон про захист прав споживачів є помилковим, і наводить такі аргументи: ТОВ не є продавцем, виробником будь-яких товарів і не надає послуг у сфері побутового обслуговування населення; громадянин є інвестором, а не споживачем; укладений між громадянином і ТОВ договір є інвестиційним, а тому ТОВ не відповідає за виконання будь-яких будівельних та оздоблювальних робіт. На думку ТОВ, відповідати може лише субпідрядна будівельна організація. Громадянин не має права висувати будь-які претензії до генерального підрядника, бо позивач не є стороною в договорі на капітальне будівництво.

Втім твердження ТОВ про те, що зазначений вище договір називається “договір про інвестиційну діяльність”, отже, товариство є відповідальним не за виконання робіт та їхню якість, а лише за вкладення коштів, не відповідає дійсності. Згідно з додатком до інвестиційного договору ТОВ гарантує виконання у квартирі громадянина необхідних робіт.

Крім того, відповідно до СТ.5 Закону України про інвестиційну діяльність” інвестори можуть виступати в ролі вкладників, кредиторів і покупців. З предмета інвестиційного договору, укладеного між ТОВ і громадянином, чітко видно, що громадянин виступає в ролі інвестора-покупця, а як громадянин – покупець квартири для власних побутових потреб він має право на захист згідно із Законом про захист прав споживачів.

У СТ.24 старої редакції Закону про захист прав споживачів установлено, що при задоволенні вимог споживача суд одночасно вирішує питання щодо відшкодування моральної (немайнової) шкоди.

Дніпровський районний суд м. Києва вирішив: за таких обставин позов у частині стягнення матеріальної шкоди підлягає задоволенню в повному обсязі (рішення від 04.06.2004 р.). З урахуванням суті позовних вимог, моральних страждань, негативних наслідків від отриманих хвилювань суд вважає, що позов у частині стягнення моральної шкоди підлягає задоволенню частково – 1025 грн.

"Згідно з новою редакцією Закону (ст. 10) у разі виявлення недоліків у виконаній роботі (наданій послугі) споживач має право на цей вибір вимагати: 1) безоплатного усунення недоліків у виконаній роботі (наданій послугі) у розумний строк; 2) відповідного зменшення ціни виконаної роботи (наданої послуги);

3) безоплатного виготовлення іншої речі з такого ж матеріалу і такої ж якості чи повторного виконання роботи; 4) відшкодування завданих йому збитків з усуненням недоліків виконаної роботи (наданої послуги) своїми силами чи із залученням третьої особи; 5) реалізації інших прав, передбачених чинним законодавством на день укладення відповідного договору (прим. авт.).

Такий самий підхід маємо і в новій редакції цього Закону (ст.22) (прим. авт.).

### **На споживачів-підприємців дія Закону про захист прав споживачів не поширюється**

Другого січня 2002 року громадянин придбав у ТОВ тягач. У березні 2002 року в згаданому автомобілі вийшла з ладу турбіна двигуна. Внаслідок несправності автомобіля громадянин зазнав матеріальних збитків, пов'язаних з тим, що його було позбавлено можливості здійснювати підприємницьку діяльність, а також моральної шкоди, пов'язаної з тим, що у нього загострилася серцево-судинна хвороба, у зв'язку з чим йому було видано направлення до КНДІ. Громадянин просить стягнути з ТОВ 250000 грн на відшкодування матеріальної шкоди і 50000 грн – моральної шкоди. Крім

того, громадянин просить суд зобов'язати ТОВ замінити придбаний ним автомобіль на інший автомобіль аналогічної марки і стягнути з ТОВ за кожний день затримки виконання вимоги про надання товару аналогічної марки та за кожний день прострочення усунення недоліків понад встановлений гарантійний термін (14 днів) неустойку в розмірі 608637,70 грн.

Свої вимоги громадянин обґрунтовує тим, що технічною причиною виникнення несправності деталей придбаного ним автомобіля було застосування працівниками ТОВ, які займалися ремонтом його автомобіля, технічно невиправданих методів. Тому відповідно до Закону про захист прав споживачів у разі виявлення недоліків товару протягом гарантійного терміну він має право замінити придбаний ним автомобіль на інший автомобіль аналогічної марки. До того ж згідно з цим Законом за кожний день затримки виконання вимоги про надання товару аналогічної марки і за кожний день прострочення усунення недоліків понад встановлений термін (14 днів) споживачу виплачується неустойка у розмірі 1% від вартості товару.

Представники ТОВ вимоги громадянина щодо стягнення неустойки на підставі Закону про захист прав споживачів не визнають. Вони вважають, що цей Закон не може бути застосований до вказаних договірних правовідносин, бо він регламентує правовідносини між продавцем і споживачем, тобто громадянином, який придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари для власних побутових потреб. Водночас позивач не є споживачем, він використовував і планував використовувати придбаний автомобіль для провадження підприємницької діяльності.

Представники ТОВ також не визнали вимоги громадянина про стягнення моральної шкоди, тому що він не довів, в яких саме душевних стражданнях полягає завдана моральна шкода, не довів продажу товару неналежної якості, не довів причинного зв'язку між нібито неналежною якістю товару і моральними стражданнями, не обґрунтував розміру такої нібито завданої шкоди.

Під час судового розгляду було з'ясовано, що договір купівлі-продажу тягача підписав особисто громадянин і скріпив його печаткою як суб'єкт підприємницької діяльності. Крім того, в преамбулі договору вказано ідентифікаційний номер суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи. Загальна вартість переданого автомобіля становила 137390,4 грн. Переданий транспортний засіб був у технічно справному стані; покупець зауважень до продавця не

мав. Акт приймання-передачі підписав особисто громадянин і скріпив його печаткою як суб'єкт підприємницької діяльності.

Суд критично поставився до тверджень громадянина про мету придбання автомобіля – особисте використання. У зв'язку з цим підстав для застосування Закону про захист прав споживачів під час аналізу спірних правовідносин між сторонами суд не вбачає. Згідно з преамбулою цього Закону він регулює відносини між виробниками, виконавцями, продавцями робіт, послуг і споживачами, тобто громадянами, які придбавають, замовляють, використовують товари для власних побутових потреб.

Соломенський районний суд м. Києва вирішив: оскільки громадянин придбав автомобіль з метою здійснення підприємницької діяльності, а не для власних побутових потреб, Закон про захист прав споживачів не застосовується до спірних правовідносин між позивачем і відповідачем (рішення від 12.05.2004 р. у справі № 2-55/04).

### **Перед використанням товару читайте інструкцію**

Тридцять першого грудня 1997 року громадянин придбав у магазині фритюрницю. Керуючись інструкцією для користування фритюрницею, громадянин 02.01.98 р. виконав усі необхідні дії для приготування картоплі фри, але олія почала несподівано виливатися та залила мікрохвильову піч, на якій знаходилася фритюрниця. При цьому був зіпсований максі-фільтр для уловлювання запаху. За словами громадянина, він розгубився, нервував, страждав морально (оскільки не зміг пригостити друзів, яких запросив до себе). Громадянин вважає, що внаслідок ненадання продавцем повної інформації щодо користування фритюрницею йому заподіяно моральних та матеріальних збитків.

Представник магазину в судовому засіданні позов не визнав і пояснив, що позивачем порушувалися правила користування фритюрницею, а саме:

замість рафінованої олії він використовував нерафіновану і фритюрниця знаходилася у мікрохвильовій печі. Тому шкоду заподіяно не з вини магазину і відшкодуванню вона не підлягає.

Громадянин, підтверджуючи позовні вимоги, посилається на те, що в інструкції не було вказано, яку саме олію потрібно використовувати – рафіновану чи нерафіновану. Він вважає: оскільки продавцем була надана неповна інформація про користування фритюрницею, то порушено право на отримання повної та доступної інформації згідно зі ст. 18 Закону про захист прав споживачів, у зв'язку з чим йому завдано моральної та матеріальної шкоди.

Розглядаючи цю справу, суд виходив з того, що у п. 1 розділу “Практичні поради” інструкції для користування фритюрницею зазначено: “Намагайтеся завжди використовувати олію, що не знижує якості при більш високій температурі”. Тобто у технічній документації вказуються загальні вимоги до “олії” (фритюрного жиру) при користуванні приладом. Ця інформація є, на думку суду, доступною, достовірною і достатньою. Що стосується того, чи може якась конкретна олія використовуватися для смаження чи як фритюрний жир, то ця інформація має міститися на етикетці самої олії.

Якщо громадянин не знав, яка олія не знижує якості при більш високій температурі, то цю додаткову інформацію він міг би отримати у продавця, купуючи конкретну олію, або ж звернутися до служби споживача фірми, як пропонує інструкція з використання фритюрниці. Проте громадянин за додатковою інформацією не звертався.

Стосовно того, що олією було залито мікрохвильову піч, у якій знаходилася фритюрниця, то у розділі “Застережні заходи” зазначається: фритюрницю треба установлювати на робочому столі, далі від нагрівальних пристроїв та від місць, де на неї може потрапити вода. Отже, громадянином було порушено і цю вимогу інструкції.

Згідно з п. 12 ст. 14 цього Закону вимоги споживача не підлягають задоволенню, якщо продавець, виробник доведуть, що недоліки товару виникли внаслідок порушення споживачем правил користування товаром або його зберігання.

**Зразки маркування товарів**

<b>Знаки відповідності</b>			
	Австрії		Польщі
	Великобри- танії		Російської Федера- ції
			Фінляндії
	Нідерландів		Франції
	Німеччини		
			
	Норвегії		Швейцарії
	Південної Кореї		Японії

<b>Знаки екологічного маркування</b>			
	заклик не забруднювати навколишнє середовище		знак екологічного маркування Німеччини "Блакитний ангел"
	ресайклінг (можна використовувати для вторинної переробки)		знак екологічного маркування Німеччини "Зелена крапка"
	знак екологічного маркування "Білий лебідь"		знак екологічного маркування Японії
	знак екологічного маркування ЄС		



<b>Попереджувальне маркування</b>			
	вибухонебезпечно!		отруйне!
	вогнебезпечно!		подрознювач! шкідливо!
	інфекційна небезпека!		роз'їдаюча дія!
	крихке!		токсичне!
	легкозаймисте!		верх!
	оберігати від нагріву!		відкривати тут!
	окислювальна здатність!		оберігати від вологи
			обмеження температури

<b>Маркування по догляду за речами</b>			
	дозволене чищення всіма речовинами		дозволене чищення речовинами на основі фтору
	машинне прання дозволене		дозволене чищення речовинами на основі ПХЕ
	машинне прання заборонене		сушити в електросушильці не можна
	прасувати не можна		сушити на вішалці
	прасувати при температурі до +110°C		сушити не можна
	прасувати при температурі до +150°C		сушити обережно
	прасувати при температурі до +200°C		сушити в нормальних умовах
	прати вручну		хімічне чищення
	прати не можна		хімічне чищення неможливе
	прати при температурі до +30°C		хлорувати можна
	прати при температурі до +60°C		хлорувати не можна
	можна кип'ятити		хлорувати не можна

**КОНСУЛЬТАЦІЯ СПОЖИВАЧІВ ЩОДО  
ВИКОРИСТАННЯ НОВОЇ РЕДАКЦІЇ ЗАКОНУ  
“ПРО ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ”**

**Права споживачів**

**Ситуація 1 Споживач виявив недоліки у продукції без гарантійного строку**

Стосовно продукції, на яку гарантійні строки або строк придатності не встановлено, споживач має право пред'явити продавцю (виробнику, виконавцю) відповідні вимоги, якщо недоліки було виявлено протягом 2 років, а стосовно об'єкта будівництва – не пізніше 10 років від дня передачі його споживачеві (частина 5 ст. 7). Про які саме вимоги йдеться, докладно описано у діях споживача в ситуаціях 2 і 3.

Порядок виконання вимог споживачів залежить від виду недоліків – див. дії у ситуаціях 2 і 3

**Ситуація 2. Споживач виявив неістотні недоліки у продукції протягом гарантійного строку**

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку недоліків (будь-яких невідповідностей продукції вимогам нормативно-правових актів і нормативних документів, умовам договорів або вимогам, що пред'являються до неї, а також інформації про продукцію, наданій виробником (виконавцем, продавцем)) споживач у порядку та в строки, встановлені законодавством, має право вимагати (частина перша ст.8):

- 1) пропорційного зменшення ціни;
- 2) безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;
- 3) відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

Споживач має право пред'явити одну з цих вимог, а в разі її невиконання – заявити іншу.

Продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача) зобов'язані прийняти товар неналежної якості у споживача і задовольнити його вимоги (ч. 5, ст. 8). При цьому доставка великогабаритних товарів і товарів вагою понад 5 кг та їх повернення споживачеві здійснюються за рахунок продавця, виробника (підприємства, що задовольняє вимоги споживача).

У разі пред'явлення споживачем вимог про безоплатне усунення недоліків товару вона повинна бути усунена протягом 14 днів з дати її пред'явлення або за згодою сторін в інші строки (ч. 9, ст. 8). на

письмову вимогу споживача на час ремонту йому надається (з доставкою) товар аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) незалежно від моделі. Для цього продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача) зобов'язані мати обмінний фонд товарів. Перелік таких товарів визначено постановою КМУ від 19.03.94 р. № 172. За кожний день затримки виконання вимоги про надання товару аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) та за кожний день затримки усунення недоліків понад установлений строк (14 днів) споживачеві виплачується неустойка в розмірі 1% вартості товару.

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

Відмова споживачеві в реалізації його прав може призвести до накладення штрафу у десятикратному розмірі вартості продукції виходячи з цін, що діяли на час придбання цієї продукції, але не менше 2 нмдг (п. 1 частини першої СТ.23).

### **Ситуація 3**

#### **Споживач виявив істотні недоліки у продукції протягом гарантійного строку**

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку істотних недоліків (п. 12 ст. 1), які виникли з вини виробника товару (продавця, виконавця), або фальсифікації товару, підтверджених за необхідності висновком експертизи, споживач у порядку та в строки, що встановлені законодавством і на підставі обов'язкових для сторін правил чи договору, має право за своїм вибором вимагати від продавця або виробника (частина перша ст.8):

- 1) розірвання договору та повернення сплаченої за товар суми;
- 2) заміни товару на такий же або на аналогічний товар з числа наявних у продавця (виробника) товарів.

Споживач має право пред'явити одну з цих вимог, а в разі її невиконання – заявити іншу.

За наявності товару вимога споживача про його заміну підлягає негайному задоволенню, а в разі виникнення потреби в перевірці якості – протягом **14 днів** або за домовленістю сторін (частина шоста ст.8). У разі відсутності товару вимога споживача про його заміну підлягає задоволенню у двомісячний строк з моменту подання

відповідної заяви. Якщо задовольнити вимогу споживача про заміну товару в установлений строк неможливо, споживач вправі на свій вибір пред'явити продавцю, виробнику (підприємству, що виконує їх функції) “інші вимоги, передбачені пунктами 1, 3, 4, 5 частини першої” ст. 8.

Під час заміни товару з недоліками на товар аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) належної якості, якщо ціна змінилася, перерахунок вартості не провадиться. Під час заміни товару з недоліками на такий самий товар іншої марки (моделі, артикулу, модифікації) належної якості перерахунок вартості товару з недоліками у разі підвищення ціни провадиться виходячи з його вартості під час обміну, а у разі зниження ціни – виходячи з вартості на час купівлі

У разі розірвання договору розрахунки зі споживачем у випадку підвищення ціни на товар здійснюються виходячи з його вартості на час пред'явлення відповідної вимоги, а у випадку зниження ціни – виходячи з вартості товару на час купівлі. Гроші, сплачені за товар, повертають 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 (частина сьома ст.8).

Відмова споживачеві в реалізації його прав може призвести до накладення штрафу у десятикратному розмірі вартості продукції виходячи з цін, що діяли на час придбання цієї продукції, але не менше 2 нмдг (п. 1 частини першої ст.23).

#### **Ситуація 4. Споживач придбав продовольчий товар неналежної якості**

Якщо недоліки виявлено у межах строку придатності, то у разі придбання споживачем продовольчих товарів неналежної якості він має право вимагати їх заміни на товари належної якості або повернення сплачених ним коштів (частина восьма ст.8).

У разі придбання споживачем продовольчих товарів неналежної якості продавець зобов'язаний замінити їх на товари належної якості або повернути споживачеві сплачені ним гроші. При цьому розрахунки зі споживачем провадяться у такому порядку:

- у разі підвищення ціни на товар розрахунки проводяться виходячи з його вартості на час пред'явлення відповідної вимоги,
- у разі зниження ціни – виходячи з вартості товару на час купівлі. Гроші, сплачені за товар, повертають споживачеві у день розі-

рвання договору, а у разі неможливості повернути гроші у цей день – в інший строк за домовленістю сторін, але не пізніше ніж протягом 7 днів (частина сьома ст.8).

### **Ситуація 5. Пред'явлення споживачем вимог після виявлення недоліків у продукції**

Вимоги споживача (див. ситуації 2 і 3) пред'являються на його вибір продавцеві за місцем купівлі товару, виробникові або підприємству, що задовольняє ці вимоги за місцезнаходженням споживача (частина третя ст.8). Зазначені вимоги за місцезнаходженням споживача задовольняють також створені власником продавця торговельні підприємства та філії, що здійснюють продаж аналогічних придбаним споживачем товарів, або підприємства, на які ці функції покладено на підставі договору. Функції представників підприємств-виробників виконують їх представництва та філії, створені виробниками для цієї мети, або підприємства, які задовольняють вказані вимоги на підставі договору з виробником.

Вимоги споживача розглядають 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 (частина одинадцята ст.8).

Споживач має право брати участь у перевірці якості товару особисто або через свого представника (частина чотирнадцята ст.8).

Продавець і виробник під час продажу (реалізації) товару зобов'язані інформувати споживача про підприємства, що повинні задовольняти його вимоги (частина четверта ст.8).

Виробник зобов'язаний відшкодувати всі збитки продавця (підприємства, що задовольняє вимоги споживача), який розглядає претензію споживача до придбаного товару. Продавець (виробник) товарів зобов'язаний у місячний строк відшкодувати підприємству, що виконує його функції, збитки, яких воно зазнало у зв'язку із задоволенням вимог споживача (частина дванадцята ст.8).

Вимоги щодо товарів, виготовлених за межами України, задовольняються за рахунок продавця (імпортера) (частина тринадцята ст.8).

Вимоги споживача не підлягають задоволенню, якщо продавець, виробник (підприємство, що задовольняє вимоги споживача) доведуть, що недоліки товару виникли внаслідок порушення споживачем правил користування товаром або його зберігання (частина чотирнадцята ст.8).

## **Ситуація 6. Споживач виявив недолік товару після закінчення гарантійного строку**

Споживач має право пред'явити виробнику (продавцю) вимогу про безоплатне усунення недоліків товару після закінчення гарантійного строку (частина десята ст.8). Ця вимога може бути пред'явлена протягом установленого строку служби, а якщо такий не встановлено – протягом 10 років, якщо в товарі було виявлено недоліки (істотні недоліки), допущені з вини виробника. Якщо цю вимогу не задоволено протягом 14 днів з дати її пред'явлення або за згодою сторін в інший строк, споживач має право на свій вибір пред'явити виробникові (продавцеві) інші вимоги (див. ситуації 2 і 3).

Виробник (виконавець) зобов'язаний забезпечити використання продукції за призначенням протягом строку її служби, передбаченого нормативним документом або встановленого ним за домовленістю зі споживачем, а в разі відсутності такого строку – протягом 10 років (частина 5 ст.6). Одночасно виробник (виконавець) зобов'язаний забезпечити технічне обслуговування та гарантійний ремонт продукції, а також її випуск і поставку для підприємств, що здійснюють технічне обслуговування та ремонт, у необхідному обсязі й асортименті запасних частин протягом усього строку її виробництва, а після зняття з виробництва – протягом строку служби, за відсутності такого строку – протягом 10 років.

## **Ситуація 7. Споживач придбав продовольчий товар належної якості, але він не задовольняє покупця за певними параметрами**

Споживач має право обміняти непродовольчий товар неналежної якості на аналогічний у продавця, в 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 (частина перша ст.9). Обмін товару має відбутися протягом 14 днів, не рахуючи дня купівлі. При цьому він провадиться, якщо товар не використовувався і якщо збережено його товарний вигляд, споживчі властивості, пломби, ярлики, а також розрахунковий документ, виданий споживачеві разом з проданим товаром.

Перелік товарів, що не підлягають обміну (поверненню), визначено постановою КМУ від 19.03.94 р. № 172.

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, або здійснити обмін товару на аналогічний при першому ж надходженні відповідного товару в продаж (частина друга ст.9).

Продавець зобов'язаний у день надходження товару в продаж повідомити про це споживача, який вимагає обміну товару (частина друга ст.9).

У разі розірвання договору купівлі-продажу розрахунки зі споживачем провадяться виходячи з вартості товару на час його купівлі (частина третя ст.9). Гроші, сплачені за товар, повертають споживачеві у день розірвання договору, а в разі неможливості повернути гроші у цей день – в інший строк за домовленістю сторін, але не пізніше ніж протягом 7 днів.

### **Ситуація 8. Виконавець своєчасно не розпочав виконання зобов'язань за договором про виконання робіт (надання послуг)**

Споживач має право відмовитися від договору про виконання робіт (надання послуг) і вимагати відшкодування збитків, якщо виконавець своєчасно не розпочав виконання зобов'язань за договором або виконує роботу так повільно, що закінчити її у визначений строк неможливо (частина перша ст.10).

Якщо значну частину обсягу послуги чи робіт (понад 70% загального обсягу) вже було виконано, споживач має право розірвати договір лише стосовно частини послуги або робіт, що залишилися.

Якщо під час виконання робіт (надання послуг) стане очевидним, що їх не буде виконано з вини виконавця згідно з умовами договору, споживач має право призначити виконавцю відповідний строк для усунення недоліків, а у разі невиконання цієї вимоги у визначений строк – розірвати договір і вимагати відшкодування збитків або доручити виправлення недоліків третій особі за рахунок виконавця (частина друга ст.10).

Якщо виконавець не може виконати (прострочує виконання) роботу (послугу) згідно з договором, за кожний день (кожну годину, якщо тривалість виконання визначено у годинах) прострочення споживачеві сплачується пеня у розмірі 3% вартості роботи (послуги), якщо інше не передбачено законодавством. Якщо вартість роботи (послуги) не визначено, виконавець сплачує споживачеві неустойку в розмірі 3% загальної вартості замовлення. Сплата виконавцем неустойки (пені), встановленої в разі невиконання, прострочення виконання або іншого неналежного виконання зобов'язання, не звільняє його від виконання зобов'язання в натурі (частина 5 ст. 10).

Виконавець не несе відповідальності за невиконання, прострочення виконання або інше неналежне виконання зобов'язання та недоліки у виконаних роботах або наданих послугах, якщо доведе, що вони виникли з вини самого споживача чи внаслідок дії непереборної сили (частина шоста ст.10).

Тут і далі порушення умов договору між споживачем і виконавцем про виконання роботи, надання послуги може призвести до накладення штрафу у розмірі 100% вартості виконаної роботи (наданої послуги), а за ті самі дії, вчинені щодо групи споживачів, – у розмірі від 1% до 10% вартості виконаних робіт (наданих послуг) за попередній календарний місяць, але не менше 5 нмдг (п.11 частини першої ст.23).

### **Ситуація 9. Споживач виявив неістотні недоліки у виконаній роботі (наданій послугі)**

У разі виявлення недоліків у виконаній роботі (наданій послугі) споживач має право на свій вибір вимагати (частина третя ст.10):

1) безоплатного усунення недоліків у виконаній роботі (наданій послугі) у розумний строк;

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

3) безоплатного виготовлення іншої речі з такого ж матеріалу і такої ж якості чи повторного виконання роботи;

4) відшкодування завданих йому збитків з усуненням недоліків виконаної роботи (наданої послуги) своїми силами чи із залученням третьої особи;

5) реалізації інших прав, що передбачені чинним законодавством на день укладення відповідного договору.

Якщо недоліки виявлено у межах строку придатності, то у разі придбання споживачем продовольчих товарів неналежної якості, він має право вимагати їх заміни на товари належної якості або повернення сплачених НИМ коштів (частина восьма ст.8).

Зазначені вимоги підлягають задоволенню у разі виявлення недоліків під час приймання виконаної роботи (наданої послуги) або під час її виконання (надання), а в разі неможливості виявлення недоліків під час приймання виконаної роботи (наданої послуги) – протягом гарантійного чи іншого строку, встановленого договором, чи протягом 2 років з дня прийняття виконаної роботи (наданої послуги) у разі відсутності гарантійного чи іншого строку, визначеного законодавством або договором (частина третя ст.10).



Відмова споживачу в реалізації його прав може призвести до накладення штрафу у десятикратному розмірі вартості продукції виходячи з цін, що діяли на час придбання цієї продукції, але не менше 2 нмдг (п.1 частини першої ст.23).

### **Ситуація 10. Споживач виявив істотні недоліки у виконаній роботі (наданій послугі)**

За наявності у роботі (послугі) істотних недоліків споживач має право вимагати розірвання договору та відшкодування збитків (частина четверта ст.10).

Якщо істотні недоліки було виявлено в роботі (послугі), виконаній з матеріалу споживача, споживач має право вимагати на свій вибір або виконання її з такого ж матеріалу виконавця, або розірвання договору і відшкодування збитків.

Зазначені вимоги підлягають задоволенню протягом строків, передбачених нормативно-правовими актами та нормативними документами, умовами договору, а в разі відсутності таких строків – протягом 10 років (частина четверта ст.10).

### **Ситуація 11. Після укладення договору з'ясувалося, що результат робіт не задовольнятиме споживача**

Споживач має право відмовитися від договору про виконання робіт (надання послуг) без штрафних санкцій з боку виконавця у разі виникнення обставин, зазначених у діях виконавця (частина дванадцята ст.10).

Якщо після укладення договору стане очевидним, що роботи (послуги), зважаючи на їх ціну (вартість) та характеристики або інші обставини, явно не задовольнятимуть інтересів чи вимог споживача, виконавець зобов'язаний негайно повідомити про це споживача (частина дванадцята ст.10).

Виконавець також зобов'язаний повідомити споживача, якщо вартість робіт (послуг) може істотно зрости порівняно з тією, яку можна було очікувати під час укладення договору.

### **Ситуація 12. За сімейними обставинами споживач після укладення договору хоче відмовитися від надання йому споживчого кредиту**

Споживач має право протягом **14 календарних** днів відкликати свою згоду на укладення договору про надання споживчого кредиту без пояснення причин. Перебіг цього строку розпочинається з

моменту передачі споживачеві примірника укладеного договору. Відкликання згоди оформляють письмовим повідомленням, яке споживач зобов'язаний подати особисто чи через уповноваженого представника або надіслати кредитодавцю до закінчення **14-денного** строку.

Із відкликанням згоди на укладення договору про надання споживчого кредиту споживач повинен одночасно повернути кредитодавцю кошти або товари, одержані згідно з договором.

Споживач також сплачує відсотки за період між моментом одержання коштів та моментом їх повернення за ставкою, встановленою в договорі.

Споживач не зобов'язаний сплачувати будь-які інші збори у зв'язку з відкликанням згоди (частина шоста ст.11).

Кредитодавець зобов'язаний повернути споживачеві кошти, сплачені ним згідно з договором про надання споживчого кредиту, але не пізніше, ніж **протягом 7 днів**. За кожний день затримки повернення споживачу коштів, сплачених ним відповідно до договору про надання споживчого кредиту понад установлений строк (7 днів), споживачеві виплачують **неустойку** в розмірі **1% суми**, належної до повернення кредитодавцем (частина шоста ст.11).

Проте слід враховувати, що право відкликання згоди не застосовується щодо (частина сьома ст.11):

- споживчих кредитів, забезпечених іпотекою;
- споживчих кредитів на придбання житла;
- споживчих кредитів, наданих на купівлю послуги, виконання якої відбулося до закінчення строку відкликання згоди.

**Ситуація 13. Споживач хоче достроково повернути споживчий кредит** Споживач має право достроково повернути споживчий кредит, у тому числі шляхом збільшення суми періодичних виплат (частина восьма ст.11).

Якщо споживач скористався правом повернення споживчого кредиту шляхом збільшення суми періодичних виплат, кредитодавець зобов'язаний здійснити відповідне коригування кредитних зобов'язань споживача у бік їх зменшення (частина восьма ст.11).

**Ситуація 14. Банк вимагає повернення споживчого кредиту, строк виплати якого ще не настав**

Якщо кредитодавець на основі умов договору про надання споживчого кредиту вимагає здійснення внесків, строк сплати яких не

настав, або повернення споживчого кредиту, такі внески або повернення споживчого кредиту можуть бути здійснені споживачем протягом **30 календарних днів** з дати одержання повідомлення про таку вимогу від кредитодавця. Якщо протягом цього періоду споживач усуне порушення умов договору про надання споживчого кредиту, вимога кредитодавця втрачає чинність (частина десята ст.11).

Якщо кредитодавець згідно з договором про надання споживчого кредиту одержує внаслідок порушення споживачем умов договору право на вимогу повернення споживчого кредиту, строк виплати якого ще не настав, або на вилучення продукції чи застосування іншої санкції, він може використати таке право лише у разі:

- затримання сплати частини кредиту та/або відсотків щонайменше на один календарний місяць;
- перевищення сумою заборгованості суми кредиту більше як на 10%;
- несплати споживачем більше однієї виплати, яка перевищує 5% суми кредиту;
- іншого істотного порушення умов договору про надання споживчого кредиту (частина десята ст.11).

### **Ситуація 15. Споживач хоче розірвати договір, укладений у нього вдома**

У разі реалізації продукції поза торговельними або офісними приміщеннями споживач має право розірвати договір за умови повідомлення про це продавця (виконавця) протягом 14 днів з дати одержання документа, який засвідчує факт здійснення правочину поза торговельними або офісними приміщеннями чи прийняття продукції або першої поставки такої продукції, за умови, що така продукція є річчю, а прийняття чи поставка продукції відбуваються пізніше часу одержання споживачем документа на їх продаж (частина третя ст. 12).

Споживач має право не повертати продукції або результатів роботи чи послуги до моменту повернення йому сплаченої ним суми грошей (частина четверта ст.12).

Споживач повинен повідомити продавця (виконавця) про місце, де продукція може бути повернена. Водночас договором може бути передбачено, що продукція або результати робіт (послуг), які були надіслані поштою, повинні у разі розірвання договору також бути повернені поштою (частина 5 ст.12).

У разі реалізації продукції поза торговельними або офісними приміщеннями продавець (виконавець) повинен повернути сплачені гроші без затримки не пізніше 30 днів з моменту повідомлення споживачем про розірвання договору (частина четверта ст.12). Якщо всупереч вимогам Закону протягом установлених строків продавець (виконавець) не здійснює повернення сплаченої суми, споживачеві виплачується неустойка в розмірі 1% вартості продукції за кожний день затримки повернення грошей (частина дев'ята Ст.12).

Будь-які витрати, пов'язані з поверненням продукції, покладаються на продавця (виконавця). Продавець (виконавець) повинен відшкодувати витрати споживача у зв'язку з поверненням продукції (частина 5, ст.12).

У разі розірвання договору, укладеного поза торговельними або офісними приміщеннями, обов'язок споживача зберігати у себе продукцію припиняється по закінченні 60 днів після її одержання. Якщо продавець (виконавець) не вживає заходів для повернення її собі протягом зазначеного періоду, така продукція переходить у власність споживача без виникнення зобов'язання з оплати її вартості.

### **Обмінювати чи не обмінювати? (Які товари підлягають обміну)**

Придбаваючи товар, споживач запитує: а чи можна буде обміняти чи повернути куплений товар назад продавцеві, якщо товар його не задовольнить?

Відповідно до ст.9 Закону про захист прав споживачів, споживач протягом **14 днів**, не рахуючи дня купівлі, має право обміняти непродовольчий товар належної якості на аналогічний у продавця, в якого він був придбаний, якщо товар не задовольнив покупця за формою, габаритами, фасоном, кольором, розміром або з інших причин не може бути ним використаний за призначенням. Таке право також міститься в ст.707 ЦКУ, але в ній чомусь згадуються товари неналежної якості. На думку автора, у кодексі допущено помилку, оскільки у цьому випадку також має йтися про товари належної якості.

Отже, обміняти непродовольчий товар належної якості – це законне право покупця, але зробити це необхідно вчасно. Причому всеохопне словосполучення “з інших причин” надає споживачеві безліч можливостей для обміну тільки-но купленого товару. Проте не слід забувати й про деякі обмеження: куплений товар можна обміняти лише у тому випадку, коли:

- товар не використовувався;
- збережено його товарний вигляд;
- збережено його споживчі властивості, пломби, ярлики;
- збережено розрахунковий документ, виданий споживачеві разом з проданим товаром.

Аби уникнути абсурдних ситуацій, коли під прикриттям фрази “з інших причин” може бути здійснено обмін будь-якого товару, уряд Постановою № 172 визначив перелік товарів, що не підлягають обміну (поверненню).

Додаток 1 до Постанови № 172

Перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню)

1. Продовольчі товари, лікарські препарати та засоби, предмети сангігієни

2. Непродовольчі товари:

- фотоплівки, фотопластинки, фотографічний папір;
- корсетні товари;
- парфюмерно-косметичні вироби;
- пір'яно пухові вироби;
- дитячі іграшки м'які;
- дитячі іграшки гумові надувні;
- зубні щітки;
- мундштуки;
- апарати для гоління;
- помазки для гоління;
- гребінці та щітки масажні;
- сурдини (для духових музичних інструментів);
- скрипкові підборіддя;
- рукавички;
- тканини;
- тюлегардинні та мереживні полотна;
- килимові вироби метражні;
- білизна натільна;
- білизна постільна;
- панчішно-шкарпеткові вироби;
- товари в аерозольній упаковці;
- друковані видання;
- лінійний та листковий металопрокат, трубна продукція, пиломатеріали, погонні (плінтус, наличник), плитні матеріали (деревो-

- волокнисті та деревостружкові плити, фанера) і скло, нарізані або розкроєні за розміром, визначеним покупцем (замовником);
- аудіо-, відеокасети, диски для лазерних систем зчитування із записом;
  - вироби з натурального та штучного волосся (перуки);
  - товари для немовлят (пелюшки, соски, пляшечки для годування тощо);
  - інструменти для манікюру, педикюру (ножиці, пилочки тощо);
  - ювелірні вироби з дорогоцінних металів, дорогоцінного каменю, дорогоцінного каменю органогенного утворення та напівдорогоцінного каменю.

Відповідно до Порядку № 833, на вимогу споживача відповідальний працівник суб'єкта господарювання повинен надавати правила продажу окремих товарів, а отже, й зазначений перелік. Раніше, згідно з вимогами Порядку заняття торговельною діяльністю і правил торговельного обслуговування населення, затверджених постановою КМУ від 08.02.95 р. № 108, такий перелік мало бути розміщено в “Куточку покупця”.

Зауважимо, що у разі якщо у продавця немає необхідного для обміну товару належної якості, покупець має право повернути придбаний товар продавцеві та одержати сплачену за нього грошову суму.

Поряд з якісними товарами ст.8 Закону про захист прав споживачів дозволяє обмінювати товари неналежної якості. Умовно товари неналежної якості можна розділити на три групи:

1. Товар, що має **певні недоліки**, – товар (продукція) з будь-якою невідповідністю вимогам нормативно-правових актів і нормативних документів, умовам договорів або вимогам, що пред'являються до нього, а також інформації про продукцію, наданій виробником (виконавцем, продавцем). Якщо покупець після придбання такого товару виявляє протягом гарантійного строку недолік (скажімо, подряпину на корпусі побутового приладу), то він вправі вимагати:

- пропорційного зменшення ціни;
- безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;
- відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

Тож товари цієї групи обов'язковому обміну не підлягають.

2. Товар, що має **істотний недолік**, – товар з недоліком, який робить неможливим чи недопустимим використання товару відповідно до його цільового призначення, виник з вини виробника (продавця, виконавця), після його усунення проявляється знову з

незалежних від споживача причин (приміром, пляма на піджаку, яку неможливо вивести). При цьому такий недолік має бути наділено хоча б однією із наведених нижче ознак:

- а) його взагалі не може бути усунено;
- б) його усунення потребує понад чотирнадцять календарних днів;
- в) він робить товар іншим, ніж передбачено договором.

**3. Фальсифікований товар** – товар (продукція), виготовлений з порушенням технології або неправомірним використанням знака для товарів та послуг чи копіюванням форми, упаковки, зовнішнього оформлення, а також неправомірним відтворенням товару іншої особи (наприклад, підробка товарів відомих торговельних марок тощо). Такий дефект за необхідності має бути підтверджено експертом.

Якщо так станеться, що куплений товар потрапить до групи 2 чи 3 і це з'ясується протягом встановленого гарантійного строку, то споживач вправі:

- або вимагати від продавця чи виробника розірвання договору та повернення сплаченої за товар грошової суми;
- або вимагати заміни товару на такий самий товар або на аналогічний з-поміж наявного у продавця (виробника) товару.

Але існує одне “але”. Якщо непродовольчі товари, які були в ужитку, придбано через роздрібні комісійні підприємства, то для реалізації споживчих прав (за умови, що гарантійний строк ще не минув) необхідна ще й згода продавця.

Крім того, не слід забувати, що у разі здійснення безоплатного усунення недоліків товару споживач має право письмово вимагати на час такого ремонту надання йому товару аналогічної марки (моделі, артикулу, модифікації) з обмінного фонду. Такий фонд зобов'язані створити (мати) продавець, виробник або підприємство, покликане задовольняти вимоги споживача (наприклад, сервісний центр), згідно з переліком товарів, зазначених у додатку 2 до Постанови № 172.

Додаток 1 до Постанови № 172

**Перелік товарів, з яких утворюється обмінний фонд**

- Телевізори
- Магнітоли
- Магнітофони
- Радіоприймачі
- Холодильники

- Морозильники
- Пральні машини
- Апарати телефонні, у тому числі мобільного зв'язку
- Апаратура для відеозапису і відтворення зображення і звуку
- Електрофени
- Мікрохвильові печі
- Кухонні машини
- В'язальні машини
- Пілососи
- Електропраски
- Електроміксери
- Електросоковитискачі
- Персональні комп'ютери та комплектуючі частини до них
- Електрочайники
- Електрокавоварки

Щодо продовольчих товарів неналежної якості, то тут все досить просто: у разі їх придбання Закон про захист прав споживачів зобов'язує продавця обміняти такий товар на якісний або повернути споживачеві сплачені за нього гроші (за умови, що строк придатності ще не минув).

У разі якщо придбаний товар неналежної якості імпортований, то всі вимоги споживача щодо його обміну, усунення недоліків чи повернення коштів задовольняються за рахунок продавця (імпортера).

І наостанок нагадаємо, що вимоги споживача (замінити товар, компенсувати витрати на ремонт тощо) не підлягають задоволенню, якщо продавець (виробник, підприємство, що задовольняє вимоги споживача) доведе, що недоліки товару виникли внаслідок порушення споживачем встановлених правил користування або зберігання товару.

## **“ЗАОЧНІ” ДОГОВОРИ**

Нова редакція Закону про захист прав споживачів деталізувала права споживачів (та, відповідно, обов'язки підприємців) у разі укладення ними двох видів договорів, умовно названих “заочними”. Йдеться про:

- договори, які оформляються поза торговельними або офісними приміщеннями (ст.12). Це так звані виїзні договори;
- договори, що укладаються на відстані (ст.13). Називатимемо їх дистанційними.



Чим різняться два зазначені види договорів? Чіткого визначення у Законі про захист прав споживачів з цього приводу немає. Водночас необхідні висновки можна зробити, аналізуючи норми цього Закону.

У разі укладення договору поза торговельним (офісним) приміщенням (ст.12) одночасно присутні та безпосередньо (особисто) контактують між собою споживач-громадянин і уповноважений представник продавця (виконавця), наприклад, торговий або комерційний агент. До “заочних” такий договір віднесений автором умовно, зважаючи на “наявність відсутності” у разі укладення договору стаціонарного суб'єкта торгівлі (послуг), тобто безпосередньо підприємства, фірми з відповідною адресою, куди споживач міг би пред'явити претензії. Звісно, це обумовлює деякі особливості, пов'язані з потребою законодавчого захисту прав споживача, який не бажає опинитися у ситуації, коли продавця і шукати ніде. Головною ознакою цього договору є місце його укладення – за межами магазину, офісу, складу-магазину, іншого приміщення, в якому цей господарюючий суб'єкт здійснює продаж товарів (послуг). Тобто цей договір може бути оформлений в будь-якому іншому місці, наприклад, у споживача вдома, в його власному робочому кабінеті (якщо, звісно, роботодавець не заперечує проти відвідин співробітників “комівояжерами”), та хоч на вулиці або в громадському транспорті.

Договори на відстані (ст.13) укладаються між споживачем і підприємцем, що знаходяться в різних місцях, за допомогою засобів дистанційного зв'язку, зазначених у п.11 ст.1 Закону про захист прав споживачів (поштовий зв'язок, телекомунікаційні мережі, інформаційна мережа Інтернет тощо). Звісно, і йдеться не лише про так звані Інтернет-магазини. До дистанційного зв'язку належить фіксований (стаціонарний) телефонний зв'язок – місцевий, міжміський і міжнародний, мобільний зв'язок, а також і радіозв'язок, телеграфний зв'язок. Отже, під вимоги ст.13 Закону про захист прав споживачів підпаде прийом і виконання будь-якого замовлення товару (послуги) за допомогою звичайного мобільника. Варто зауважити, що на практиці укладення і виконання дистанційних договорів може провадитися комбіновано, за допомогою різних видів зв'язку. Наприклад, споживач спочатку дізнається про товар на Інтернет-сайті продавця, потім за запитом отримує передбачену ст.13 Закону про захист прав споживачів інформацію на свою електронну адресу, укладає договір шляхом підтвердження замовлення через

Інтернет або телефоном, а відтак отримує замовлений ним товар бандероллю поштою.

Правове регулювання обох видів заочних споживчих договорів має як подібність, так і відмінність. Розглянемо їх по порядку.

Передовсім законодавець виділяє певні категорії правочинів (договорів), до яких норми статей і 12, і 13 Закону про захист прав споживачів не можуть застосовуватися. Це:

- правочини з цінними паперами (порядок їх укладення регулюється спеціальним законодавством);
- правочини з нерухомим майном (крім договорів оренди нерухомості, які можуть укладатися дистанційно за ст.13 цього Закону). Крім того, не можна застосовувати положення ст.12 Закону про захист прав споживачів до таких виїзних договорів:

- договорів споживчого кредиту (у разі їх укладення за межами офісу застосовуються норми ст. 11 Закону про захист прав споживачів, а при дистанційному оформленні споживчого кредиту слід мати на увазі, що зазначений договір укладають у письмовій формі, з передачею одного оригіналу споживачу – див. п.4 ст.11 цього Закону);
- договорів страхування, для правильного оформлення яких застосовуються норми Закону про страхування (письмова заява від страхувальника, підписання договору або видача страхового полісу тощо).

У свою чергу, ст. 13 Закону про захист прав споживачів не застосовують у разі укладення таких договорів:

- фінансових послуг (страхування, переказ грошей, обмін валют, отримання позик, обслуговування пластикових карток тощо);
- продажу товарів торговельними автоматами;
- телекомунікаційних послуг;
- правочинів, що проводяться на аукціоні, якщо участь у ньому можлива і без використання засобів дистанційного зв'язку.

Відмова законодавця у застосуванні ст. 13 Закону про захист прав споживачів не становить абсолютної заборони на укладення на відстані всіх перелічених договорів. Просто в цьому разі замість норми цієї статті мають застосовуватися правила, передбачені спеціальним законодавством.

Основна відмінність у порядку укладення виїзних і дистанційних договорів полягає у такому.

У разі реалізації продукції поза торговельними або офісними приміщеннями продавець (виконавець) зобов'язаний надати спо-

живачеві документ, який засвідчує факт укладення договору і містить інформацію про істотні умови вже укладеного договору, зазначену в п.2 ст.12 цього Закону (у тому числі про дату договору, продавця або виконавця, найменування та ціну продукції, строк виконання робіт, надання послуг, права та обов'язки сторін тощо). Тут може йтися не обов'язково про документ під назвою “договір” – це може бути видана продавцем квитанція, бланк узгодженого сторонами замовлення, та і будь-який інший документ, що містить зазначену інформацію. Ненадання такого документа дає споживачу майже безумовне право на розірвання договору, а якщо був сплачений аванс, продавцю доведеться повернути отримані кошти у 30-денний строк після отримання повідомлення від споживача про розірвання договору (продукцію повертають за рахунок підприємця).

За дистанційними договорами продавець (виконавець) має надати споживачеві перед укладенням договору інформацію, перелічену в п.2 ст.13 Закону про захист прав споживачів (про продавця, продукцію або послуги, їх ціну, доставку, гарантійні зобов'язання, інші умови виконання договору, період прийняття споживачем пропозицій тощо). Фактично йдеться про оферту (п.2 ст.638 ЦКУ), тобто про пропозицію продавця укласти договір. А сам договір на відстані вважатиметься укладеним з моменту отримання виконавцем акцепту – відповіді про прийняття цієї пропозиції (ст.638, 640 ЦКУ).

Підприємцям слід мати на увазі, що факт направлення оферти споживачеві має бути підтверджений письмово або за допомогою електронного повідомлення, без права зміни інформації продавцем (виконавцем) в односторонньому порядку (п.3 ст.13 Закону про захист прав споживачів). Це може бути розписка споживача про ознайомлення з наданою інформацією (в оригіналі чи передана факсом), документ від провайдера про відправлення цього повідомлення за заявленою споживачем в Інтернет-заявці електронною адресою тощо. Подібне письмове підтвердження не потрібне у разі надання послуги засобами дистанційного зв'язку та оплати її через оператора телекомунікаційних послуг (наприклад, передача замовленої мелодії на мобільний телефон). Відсутність такого підтвердження, крім зазначених далі штрафних санкцій, за дистанційними договорами спричиняє продовження для споживача строку для повернення продукції до 90 днів замість звичайних 14 (абзац четвертий п.4 ст. 13 цього Закону).

Після моменту отримання акцепту (згоди) покупця дистанційний договір вважатиметься укладеним. Форму акцепту не визначено.

Гадаємо, що підтвердженням згоди може служити, наприклад, факт авансової оплати за товар, письмова або “факсова” заявка споживача, повідомлення електронною поштою тощо.

Слід мати на увазі, що продавець, якщо інше не передбачено договором, має поставити споживачу товар протягом прийнятного строку, але не пізніше тридцяти днів з моменту отримання такої згоди (п.6 ст.13 Закону про захист прав споживачів). У разі неможливості виконання договору через відсутність замовленого товару продавець зобов’язаний негайно повідомити про це споживача протягом того самого строку, крім випадків наявності відповідного застереження в інформації про товар щодо можливості заміни на аналогічний товар такої ж або кращої якості за ціною, що не перевищує ціни замовленого товару.

Відповідальність господарюючих суб’єктів за ненадання інформації (і не лише зазначеної в п.2 ст.12 та в п.2 ст.13, а й інформації, переліченої в ст.15 цього Закону) за виїзними і дистанційними договорами однакова і визначається п.7 ст.23 Закону про захист прав споживачів.

Порядок розірвання “заочних” договорів з поверненням чи обміном продукції належної якості (якщо товар, послуга, результат роботи не підійшов споживачу) має низку особливостей порівняно із “загальною” нормою ст.9 Закону про захист прав споживачів:

- 14-денний строк, протягом якого може бути розірвано договір (90-денний – у випадку, зазначеному в абзаці четвертому п 4 ст.13), обчислюється з дати надання “документа, що посвідчує у разі виїзної торгівлі або з моменту письмового (електронного) підтвердження інформації виконавцем при дистанційному укладенні договору, або з моменту отримання товару (першої поставки товару) – для всіх “заочних” договорів;
- обов’язок продавця (виконавця) у разі реалізації продукції поза торговельними або офісними приміщеннями повернути отриманий аванс не пізніше тридцяти днів з моменту повідомлення споживачем про розірвання договору, причому, споживач має право не повертати продукції (результати роботи або послуги) до моменту повернення йому сплаченої ним суми грошей – п.4 ст.12 Закону про захист прав споживачів;
- у разі розірвання дистанційних договорів Перелік товарів належної якості, що не підлягають обміну (поверненню), слід застосовувати зважаючи на п.5 ст.13 Закону про захист прав споживачів (якщо ціна товару, послуги була прив’язана до котирувань на фі-

нансовому ринку, для договорів “спецзамовлення”, коли товар не може бути проданий іншим особам, при доставці періодичних видань тощо). Наприклад, споживач має право повернути згадану у цьому Переліку і не вподобану ним постільну білизну або запечатану відеокasetу (комп’ютерний диск), незважаючи на те, що цей нормативний акт забороняє обмін або повернення будь-яких подібних товарів.

Положення п.5–9 ст.12 Закону про захист прав споживачів застосовують як до виїзних, так і до дистанційних договорів (в силу п.7 ст.13 цього Закону):

- встановлено обов’язок споживача у разі розірвання “заочного” договору повідомити продавця (виконавця) про місце, де продукція може бути повернута, з відшкодуванням будь-яких витрат споживача, пов’язаних з поверненням продукції, за рахунок продавця (виконавця);
- чітко обумовлено право споживача на відкриття упаковки, огляд або перевірку продукції, які не позбавляють його права на розірвання договору (крім аудіо- відео-, комп’ютерних носіїв), за умови невикористання продукції;
- з моменту розірвання “заочного” договору втрачає чинність кредит, наданий для оплати товару.

Хотілося б звернути особливу увагу підприємців на дві норми, які можуть значно вдарити по гаманцю підприємців. Згідно із абзацом четвертим п.5 ст.12 і п.7 ст. 13 Закону про захист прав споживачів у разі розірвання “заочного” договору обов’язок споживача зберігати у себе продукцію припиняється після закінчення шістдесяти днів після її отримання, і якщо продавець (виконавець) не вжив заходів для повернення її собі протягом зазначеного періоду (наприклад, не вказав адреса, за якою можна повернути продукцію), така продукція переходить у власність споживача без виникнення зобов’язання з оплати її вартості (!). Тобто, наприклад, якщо вартість товару (робіт) була авансована споживачем лише частково, то про доплату різниці можна буде забути. До того ж споживач (у разі правомірного розірвання договору) збереже право на повернення сплачених сум, а у разі недотримання строків повернення (див. п.4 ст. 12 цього Закону) він претендуватиме на отримання неустойки у розмірі одного відсотка вартості продукції за кожний день затримки повернення грошей.

## **Від несправедливості до недійсності – один крок**

Для правознавців не є секретом, що договір є дійсним, коли він відповідає загальним вимогам, визначеним СТ.203 ЦКУ. Однією з вимог, наведених у цій статті, є відповідність правочину актам цивільного законодавства і моральним засадам суспільства. У цьому контексті Закон про захист прав споживачів розглядається як акт цивільного законодавства, с-г.18, який передбачає такі обов'язкові вимоги до дійсності договору зі споживачем, як:

- відповідність принципу сумлінності;
- відсутність істотного дисбалансу договірних прав та обов'язків сторін;
- укладення договору не на шкоду споживачу. У разі якщо правочин споживача і продавця вчиняється всупереч переліченим вимогам, це може призвести до визнання договору загалом або його положень недійсними в судовому порядку за позовом зацікавленої особи. Утім, до винесення рішення суду договір вважається дійсним і правомірним виходячи з положень СТ.204 ЦКУ, що встановлюють презумпцію правомірності правочину. Це стосується навіть тих договорів, що містять несправедливі умови, перелік яких наведений у частині третій СТ.18 Закону про захист прав споживачів.

Для продавця визнання або оголошення правочину недійсним означає виникнення таких зобов'язань:

- повернення споживачу сплачених коштів у семиденний термін з моменту пред'явлення письмової вимоги споживачем (ст.216, ст.530 ЦКУ);
- відшкодування завданих споживачу збитків у повному обсязі (частина дев'ята СТ.18 Закону про захист прав споживачів);
- відшкодування моральної (немайнової) шкоди (СТ.22 Закону про захист прав споживачів).

Якщо допустити, що відносини, які виникають між споживачем і продавцем, є господарськими (а підстави для цього дає СТ.2 ГКУ, якою в числі учасників господарських відносин зазначені і споживачі), то наслідком недійсності правочину може стати звернення у дохід держави всього одержаного продавцем за правочином. Позивачем у цьому разі буде відповідний контролюючий орган (ст.208 ГКУ).

Щоб не стати заручником перелічених зобов'язань, які можуть призвести не просто до повернення сторін у попередній стан (СТ.216 ЦКУ), а й до поповнення державного бюджету, рекоменду-

емо не вводити у відносини між продавцем і споживачем “істотний дисбаланс договірних прав та обов’язків”, приклади якого наведені в частині третій СТ.18 Закону про захист прав споживачів.

До речі, згадана частина дає змогу окреслити межі неістотного дисбалансу. Він не потягне за собою недійсності умов договору. Зокрема, можна сміливо іти на:

- встановлення рівнозначної відповідальності за порушення зобов’язань продавцем або споживачем;
- встановлення в договорі компенсації за порушення його умов в розмірі, що не перевищує 50% вартості продукції. Під це обмеження потрапили саме санкції (грошові компенсації), що встановлюються договором, але не законодавством. Відповідно у разі порушення споживачем грошових зобов’язань до нього можуть застосовуватися фінансові санкції, встановлені СТ.625 ЦКУ;
- одностороннє розірвання договору продавцем з урахуванням таких обмежень:
- якщо продавець розриває договір на власний розсуд, тоді ця правомочність має бути надана і споживачу. Якщо ж продавець розриває договір згідно з підставами, переліченими в договорі, та з дотриманням процедури, викладеної в договорі, то виходячи з п.11 частини третьої СТ.18 Закону про захист прав споживачів ці дії не обмежуються і не тягнуть за собою недійсність умов договору. Однак у зв’язку з тим, що неоднозначним є поняття “на власний розсуд” і спірним є питання про те, чи є зміна договору в односторонньому порядку зміною договору на власний розсуд, то, щоб уникнути цієї ситуації, рекомендується: 1) вичерпно визначити в договорі дії сторін, що розглядаються як зміна або розірвання договору на власний розсуд, і заборонити ці дії; 2) передбачити підстави для односторонньої зміни договору і порядок здійснення односторонньої зміни;
- односторонньому розірванню договору має передувати повідомлення споживача у разі, якщо договір укладений на невизначений строк. Загалом розмежувати неістотний дисбаланс та істотний вкрай складно. При цьому радимо зважити на те, що нечіткі і двозначні положення тлумачаться судом на користь споживача (частина восьма СТ.18 Закону про захист прав споживачів), а перелік несправедливих умов не є вичерпним (частина четверта СТ.18 Закону про захист прав споживачів).

Враховуючи таку перевагу законодавчого захисту на користь споживача, оборонна позиція продавця може мати такий практичний вигляд.

Орієнтуватися на використання публічних говорів під час роботи зі споживачем, до яких включається третейське застереження, складене згідно зі СТ.12 Закону України “Про третейські суди”. Третейський суд є не випадковим фігурантом у цих відносинах. До його послуг доцільно звернутися до вступу у договірні відносини зі споживачем для здійснення тлумачення договору і визнання його дійсним, укладеним, і таким, що відповідає нормам ЦКУ, ГКУ та Закону про захист прав споживачів. Рішення третейського суду може бути оскаржене протягом трьох місяців від дня його прийняття. Якщо у зазначений строк оскарженню не відбудеться або рішення буде залишене в силі, то факти, встановлені в рішенні суду (про дійсність та укладення договору), не підлягатимуть повторному доказуванню. Щоправда, публічний договір неприйнятний у тих випадках, коли продавець не може встановити однакових умов для всіх споживачів (частина друга ст.633 ЦКУ).

Ознайомити споживача зі всіма обов’язковими умовами, відобразити цей факт у тексті договору. Дуже важливо, щоб обов’язкові умови збігалися з інформацією про продукцію, визначену в частині першій СТ.15 Закону про захист прав споживачів. Тим самим продавець забезпечить себе доказами реалізації права споживача на інформацію про продукцію.

Запобігти зміні характеристик продукції зазначених у договорі, в односторонньому порядку. Можливим варіантом подібного запобігання є:

- використання договорів з участю трьох і більше сторін, що приймають рішення більшістю (наприклад, договір про спільну діяльність);
- встановлення двостороннього порядку про внесення змін до договору шляхом обміну листами або за замовчуванням.

До вступу в договірні відносини з споживачем визначитися з особою, яка встановлює відповідність продукції умовам договору, і зафіксувати її у проекті договору.

Якщо надання послуги обумовлено тільки на власний розсуд виконавця, тоді споживачу слід надати право на отримання або на відмову від отримання послуги на власний розсуд (щоб дотримати балансу прав і обов’язків). Проте, якщо в договорі викладено підстави для перегляду параметрів надаваної послуги у зв’язку з об’єк-



тивними обставинами, тоді не йтиметься “про власний розсуд продавця”, а про порядок, закріплений договором. Відповідно зіставним буде покладення на покупця не таких м'яких договірних зобов'язань. Це обмеження не поширюється на продаж товарів або виконання робіт, а лише на надання послуг (п.3 частини третьої СТ.18).

Як і перелік можливих і непередбачуваних “несправедливих умов”, перелік рекомендацій також не є вичерпним.

Якщо подібні рекомендації є такими, що суперечать комерційним інтересам продавця, то йому слід уникати роботи зі споживачами (у розумінні Закону про захист прав споживачів) і запобігти поширенню дії цього Закону на взаємовідносини, що виникають при цьому. У зв'язку з цим наголосимо, що фізична особа не набуває статусу споживача, якщо, наприклад:

- продавцем є інша фізична особа (частина сьома ст. 1);
- у договірних відносинах споживача і продавця відсутні придбання або намір придбати продукцію, скажімо, участь в кооперативі (частина двадцять друга ст. 1);
- фізична особа є інвестором – суб'єктом інвестиційної діяльності, який приймає рішення про вкладення власних, запозичених і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування (СТ.5 Закону України “Про інвестиційну діяльність”). Якщо дії споживача спрямовані на задоволення особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю, то дії інвестора спрямовані на отримання доходу або соціального ефекту;
- фізична особа є учасником договору про спільну діяльність. У цьому разі дії фізичної особи не спрямовані на придбання продукції. Підтверджує цей факт ухвала Судової палати з цивільних питань Верховного Суду України від 19.05.2005 р.;
- фізична особа здійснює операції з цінними паперами. Цінний папір як документ придбається для набуття певних прав (ст. 3 Закону України “Про цінні папери та фондовий ринок”), а не для задоволення особистих потреб, як того вимагає частина двадцять друга ст. 1 Закону про захист прав споживачів.

#### ***Гарантія: що, де, коли***

З набранням чинності новою редакцією **Закону про захист прав споживачів** гарантійні зобов'язання не зазнали революційних змін. Водночас приведення їх у відповідність з чинним законодавством надало більшої визначеності цим зобов'язанням.

Судячи з частини восьмої СТ.7 **Закону про захист прав споживачів**, незважаючи на статус споживача як учасника господарських відносин (СТ.2 ГКУ), гарантійні зобов'язання зараховано до цивільно-правових зобов'язань, а не до господарських. Відповідно, як і інші цивільно-правові зобов'язання, гарантійні зобов'язання мають виконуватися *належним чином* відповідно до умов договору, вимог ЦКУ, інших актів цивільного законодавства, а за їх відсутності – відповідно до звичаїв ділового обороту або інших вимог, що, як правило ставляться (ст.526 ЦКУ).

Параметри належного виконання гарантійних зобов'язань (сторони, строки, місце, спосіб, валюта) встановлено ст.7 **Закону про захист прав споживачів** і главою 48 ЦКУ.

Перелік *належних сторін виконання гарантійних зобов'язань* значно розширено. До числа зобов'язаних осіб включено виробників, продавців, виконавців, третіх осіб, імпортерів (п.5 ст. 1, п. 1 СТ.7, п. 13 СТ.8 **Закону про захист прав споживачів**). Як наслідок, гарантійні вимоги споживача можуть бути звернені до будь-якої із зазначених осіб.

Претендувати на задоволення гарантійних зобов'язань споживач, як і раніше, вправі лише за наявності розрахункового документа, а також технічного паспорта чи іншого документа, що його замінює, з позначкою про дату продажу (п. 11 СТ.8 **Закону про захист прав споживачів**). Причому уповноваженим споживачем може бути не лише покупець непродовольчого товару, а й усі наступні власники – фізичні особи у разі дотримання умов, визначених п.5 СТ.8 **Закону про захист прав споживачів**.

*Належним строком* виконання гарантійних зобов'язань залишається *гарантійний строк*. Згідно з новою редакцією **Закону про захист прав споживачів** кожна одиниця продукції (товарів, робіт та послуг), як і раніше, має свій гарантійний строк незалежно від способу його встановлення: в нормативно-правових актах, договорі, нормативних документах або в п.5 СТ.7 **Закону про захист прав споживачів**.

Однак поряд із гарантійним строком продовжує існувати (хоч і в дещо новій інтерпретації) *строк придатності*, а також введено поняття *строк служби*. В результаті всі товари можна поділити на дві групи.

*Перша група* – товари, для яких встановлено строк служби, що дорівнює або перевищує гарантійний строк. До цієї групи можна зарахувати ті товари, використання яких понад визначений строк є

безпечним для життя, здоров'я споживача, навколишнього природного середовища і не може заподіяти шкоди майну споживача.

Строк служби визначено п.25 ст. 1 **Закону про захист прав споживачів** як:

- строк використання продукції за призначенням;
- строк, який починає спливати з моменту введення продукції в обіг чи після ремонту;
- строк, протягом якого виробник (виконавець) гарантує безпеку продукції;
- строк, який встановлюється виробником (виконавцем);
- строк, протягом якого виробник несе відповідальність лише за істотні недоліки, що виникли **з його вини**.

Головна відмінність строку служби від гарантійного строку – це обсяг гарантій виробника. Протягом гарантійного строку виробник несе відповідальність за належну роботу продукції (частина перша ст.7 **Закону про захист прав споживачів**), а протягом строку служби – лише за безпеку продукції (п.25 ст. 1 **Закону про захист прав споживачів**).

Цей обов'язок виробника стосовно товарів, на які встановлюється строк служби, “посилено” частиною десятою СТ.8 **Закону про захист прав споживачів**, згідно з якою припинення гарантійного строку не припиняє зобов'язань виробника щодо безоплатного усунення істотних недоліків у продукції, допущених з вини виробника. А вже доведення відсутності вини виробника є його особистим обов'язком (п.14 СТ.8 **Закону про захист прав споживачів**).

*Друга група* – товари, на які встановлено строк придатності, що збігається із гарантійним строком. До цієї групи товарів належать:

- продовольчі товари (п.8 ст.8 **Закону про захист прав споживачів**);
- товари, використання яких понад визначений строк є небезпечним для життя, здоров'я споживача, навколишнього природного середовища і може заподіяти шкоду майну споживача (п.2 ст.14 **Закону про захист прав споживачів**).

Строк придатності, на відміну від строку служби, має бути обов'язково зазначений на етикетках, упаковках чи інших документах, які додаються до продукції під час її продажу. Відсутність строку придатності свідчить про порушення вимог п. 3 СТ.7 **Закону про захист прав споживачів** і може призвести до зупинення реалізації цієї продукції споживачам (п.7 СТ.26 **Закону про захист прав споживачів**). Строк придатності починає спливати з моменту виготовлення продукції (п. 3 СТ.7 зазначеного Закону), а не з моменту введення її в обіг, що є характерним для строку служби (п.25 ст.1, п.3 ст.2 цього Закону).

Щодо *належного способу виконання гарантійних зобов'язань*, то він продиктований вибором (вимогою) споживача і залежить від різновиду недоліків. Статтею 8 **Закону про захист прав споживачів** недоліки поділено на *прості* та *істотні*.

Якщо недолік є невідповідністю продукції вимогам нормативно-правових актів та нормативних документів, умовам договору або вимогам, які висуваються до неї, а також інформації стосовно продукції, наданої виробником, то це може призвести до зміни умов, на яких придбавалася продукція, а саме:

- пропорційного зменшення ціни;
- безоплатного усунення недоліків у розумний строк;
- відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

Про істотний недолік, виявлений у продукції, йтиметься тоді, коли він:

- призводить до неможливості або недопустимості використання товару відповідно до його цільового призначення;
- виник з вини виробника (продавця, виконавця);
- після його усунення проявляється знову з незалежних від споживача причин;
- взагалі не може бути усунутий або його усунення потребує понад 14 календарних днів, або він робить товар суттєво іншим, ніж передбачено договором.

На відміну від простого недоліку істотний призводить або до розірвання договору і повернення сплаченої за товар суми, або до заміни товару на такий же товар чи аналогічний з числа наявних у продавця (виробника) товар.

***Належне місце*** виконання гарантійних зобов'язань визначається за вибором споживача (п.3 СТ.8 **Закону про захист прав споживачів**):

- місце придбання товару;
- місце розташування виробника;
- місце розташування підприємства, яке задовольняє гарантійні вимоги за місцезнаходженням споживача.

Стосовно *виконання гарантійних зобов'язань* зауважимо: якщо гарантійні зобов'язання задовольняються на території України, питання розв'язується на користь національної валюти (СТ.533 ЦКУ).

Відмітимо, що гарантійні зобов'язання набули нових, досі не властивих їм характеристик:

- їх включено до істотних умов договору із споживачем;
- до їх числа зараховано зобов'язання, передбачені рекламою;

- до числа осіб, які несуть гарантійні зобов'язання, включено імпортерів.

Насамкінець як рекомендації, продиктовані ст.7 і СТ.8 **Закону про захист прав споживачів**, виділимо основні ризиковані ситуації, заручником яких може стати виробник (продавець), а саме:

**Гарантійний строк не встановлено.** Ухилення продавця від встановлення гарантійного строку призведе до виникнення у нього гарантійних зобов'язань, які дорівнюють за загальним строком; 10 рокам для об'єктів будівництва і 2 рокам – стосовно іншої продукції. До числа об'єктів будівництва слід зараховувати будь-які капітальні об'єкти, які завершені будівництвом (новим будівництвом, реконструкцією, реставрацією, капітальним ремонтом, переоснащенням) і мають фундамент, що нерозривно пов'яже їх із земельною ділянкою. Не є об'єктами будівництва і відповідно не тягнуть за собою виникнення гарантійних зобов'язань з 10-річним строком тимчасові споруди (павільйони, побутові приміщення, зовнішня реклама, фінські будиночки тощо).

***Строк служби не встановлено***

Відсутність встановленого строку служби на продукцію призведе до:

- відповідальності продавця (виробника) за істотні недоліки протягом десяти років з моменту припинення гарантійного строку;
- фінансової відповідальності, встановленої в п.7 частини першої ст.23 **Закону про захист прав споживачів** у розмірі 30% вартості отриманої для реалізації партії товару, виконаної роботи, наданої послуги, але не менше 5 нмдг.

***Оприлюднено рекламні зобов'язання, які не відповідають дійсності.*** Скажімо, якщо обіцянка апартаментів на березі Чорного моря виявиться переданням у власність фінського будиночка, розміщеного, а не збудованого за вказаною адресою, то це може бути підставою не лише для відшкодування збитків, що виникли у зв'язку з наданням недостовірної інформації, але й забезпечення гарантійного обслуговування цієї продукції протягом строків, встановлених для об'єктів нерухомого майна – десяти років замість двох.

***Відсутність правил користування та зберігання товарів.*** Наявність правил користування та зберігання товару не є обов'язковою вимогою для виробника. Проте якщо продавець (виробник) не забезпечить затвердження правил користування та зберігання товару, який відчужується, то він не зможе обґрунтувати відсутності своєї вини у разі пред'явлення споживачем вимог щодо усунення недолі-

ків. Для товарів другої групи, на які встановлюється строк придатності, до числа обов'язків виробника входять обов'язки щодо встановлення порядку утилізації продукції і доведення його до відома споживача, який також може стати невід'ємною частиною правил користування та зберігання товарів. і, безперечно, наявність правил не створить для виробника додаткових гарантій, якщо він не буде ознайомлювати споживачів з їх змістом.

### ***Гарантійні витрати: обмежено чи заборонено?***

Казки, як відомо, закінчуються весіллям головних персонажів. А в житті з весілля все тільки починається. Поєднанням двох сердець – покупця і продавця у момент продажу товарів також все не закінчується. Саме цей момент і стає початком прози життя... Покупець, розглянувши товар уважніше, може від нього відмовитися. Причому на його рішення може вплинути як суб'єктивна причина – “передумав – не хочу”, так і об'єктивна – товар виявився бракованим. і в першому, і в другому випадку **Закон про захист прав споживачів** на боці покупця. Задовольняючи законні бажання споживачів, продавець повинен відобразити відповідні операції в бухгалтерському та податковому обліку. А звернення до законодавства у сфері захисту прав споживачів є необхідним лише з однією метою: чітко окреслити коло операцій, які належать та не належать до “гарантійних”. Адже податкове законодавство містить спеціальні правила обліку саме для операцій, які виникають у зв'язку з виконанням гарантійних зобов'язань. З цими нормами – пп.5.4.3 ст. 3 **Закону про прибуток** і п.4.5 СТ.4 **Закону про ПДВ** обізнано багато платників податків. Утім, популярними вони стали з огляду на проблематичність їх застосування. Бухгалтерія постійно приділяє увагу<sup>2</sup> питанням коригування податкових зобов'язань і податкового кредиту з ПДВ, тому в цій статті детальніше проаналізуємо пп.5.4.3 СТ.5 **Закону про прибуток**, зробивши особливий акцент на ситуаціях, коли платник податків здійснює витрати, пов'язані з виконанням гарантійних зобов'язань, а зазначена норма не застосовується.

Витрати, пов'язані з виконанням гарантійних зобов'язань, здійснюють виробники і продавці товарів, а також сервісні центри. Однак дія положень пп.5.4.3 СТ.5 **Закону про прибуток** поширюється на “*будь-які витрати на гарантійний ремонт (обслуговування) або гарантійні заміни товарів, проданих платником податку, вартість яких не компенсується за рахунок покупців...*”. Зворот, виділений у цитаті дозволяє виключити з числа осіб, зобов'язаних застосовувати пп.5.4.3 СТ.5 **Закону про прибуток**, сервісні центри та

виробників, які продають свою продукцію через незалежну від них роздрібну мережу суб'єкти не продають товарів безпосередньо споживачеві – фізичній особі. На те, що наявність купця – фізичної особи – є умовою застосування аналізованої норми Закону, вказує і ДПАУ в листі від 31.03.2006 р. № 1931/Х/15-0314.

Виходить, що податкові обмеження стосовно включення “гарантійних” витрат до валових поширюються тільки на магазини, які розглядають претензії покупців до якості проданого ними товару і лише у тому разі, якщо збитки цих платників податків надалі не компенсуються за рахунок виробників (інших підприємств, які здійснюють представницькі функції виробників). Незважаючи на те, в самому пп.5.4.3 ідеться лише про відсутність компенсації з боку споживачів, такий висновок робимо виходячи з інших підстав.

Статтею 7 **Закону про захист прав споживачів** встановлено, що гарантійні зобов'язання – це зобов'язання виробників. Магазини можуть брати їх на себе, але виробник зобов'язаний у місячний строк відшкодувати їм збитки, понесені у зв'язку з виконанням гарантійних зобов'язань (п.12 СТ.8 названого Закону). При цьому магазин здійснює господарські операції, які, хоч і мають певні особливості (їм присвячено наступний розділ цієї статті), відображаються в обліку за іншими правилами – без застосування пп.5.4.3 Закону.

З огляду на все зазначене можна стверджувати, що пп.5.4.3 СТ.5 **Закону про прибуток** має досить обмежену дію. Ним зобов'язані керуватися лише платники податків, діяльності яких притаманні такі риси:

- претензію покупця під час виконання гарантійних зобов'язань розглядає і задовольняє **підприємство, яке продало товар**;
- покупцем є **фізична особа**;
- “гарантійні” витрати підприємства ніким – ні споживачем, ні виробником – **не компенсуються**.

Усі ці фактори вказують на підприємства роздрібною торгівлі – магазини. Частково це відповідає позиції ДПАУ. В листі від 31.03.2006 р. № 1931/Х/ 15-0314 вона наголошує: “Оскільки дія пп.5.4.3 п.5.4 ст.5 Закону поширюється лише на **технічно складні побутові товари**, наведені в додатку 1 до Порядку № 506<sup>5</sup>, які продаються фізичним особам, то витрати, понесені платником податку у зв'язку із виконанням гарантійних зобов'язань по об'єктах, які відсутні в цьому переліку (тобто будівлях), чи об'єктах, реалізованих юридичним особам, не включаються до

складу валових витрат такого платника відповідно до пп.5.4.3 п.5.4 ст.5 Закону”. Щоправда, цілком доречним було б продовжити зазначене підтвердженням того, що гарантійні витрати, на які не поширюється вплив цієї норми, відносяться до складу валових витрат на підставі досить сприятливого для платників податків пп.5.1.2 ст.5 **Закону про прибуток**. Та все ж сподіваємося, що саме це і мало на увазі головне податкове відомство.

На виконання пп.5.4.3 СТ.5 **Закону про прибуток** ДПАУ розроблено та затверджено Порядок № 203, відповідно до якого платник податків зобов’язаний вести **облік бракованих товарів**, повернених покупцями, а також **облік покупців**, які одержали гарантійну заміну або послуги з гарантійного ремонту (обслуговування). Дотримання вимог до документального оформлення взаємовідносин із споживачем, передбачених у цьому документі, також є обов’язковою умовою для валових витрат, навіть і “усічених”.

Визначивши, які з платників податків навряд чи зможуть уникнути застосування пп.5.4.3 ст.5 Закону, зосередимося на інших передбачених у ньому умовах.

По-перше, до складу валових витрат включаються гарантійні витрати у **межах суми** (в **Законі про прибуток** – не більше суми), **що відповідає рівню гарантійних замін**, прийнятих (оприлюднених) платником податків. Поряд з цим у **Законі про прибуток** наводиться визначення терміну “оприлюднення”, а саме “розповсюджене в змісті реклами, технічної документації, договору або іншого документа зобов’язання продавця щодо умов та строків гарантійного обслуговування”.

По-друге, сума валових витрат не повинна перевищувати 10% сукупної вартості товарів, що “були продані та по яких не закінчився строк **гарантійного обслуговування**”. У свою чергу, це строк, протягом якого проводяться заходи щодо організації робіт із введення в експлуатацію товарів (встановлення (підключення) товарів чи їх складання), якщо відповідно до експлуатаційних документів без таких робіт товар не може бути використаний споживачем за його призначенням, а також роботи із технічного | обслуговування. Отже, за кожним проданим товаром потрібно чітко відстежувати початок (дата продажу) і закінчення перебігу строку гарантійного обслуговування. Вартість товарів, за якими закінчився такий строк, виключається із сукупної вартості, що є базою для розрахунку 10%, а вартість проданих товарів збільшує зазначену базу.



Звичайно, в умовах якогось гіпермаркету побутової техніки без автоматизації процесу зробити це надто складно. Але все ж таки можливо. Прикро лише, що із Закону взагалі не зрозуміло, яку вартість товару для цього розрахунку слід використовувати. Адже кожний товар має їх щонайменше дві: вартість придбання і продажу. А як бути з ПДВ? Хоча логічно, якщо для цієї мети все ж таки буде використано продажну вартість і без ПДВ.

Примітно також те, що розрахунок 10% сукупної вартості проданих товарів не “прив’язано” до конкретного звітного податкового періоду, як, скажімо, у разі розрахунку суми витрат, понесених підприємством на поліпшення основних фондів. Нагадаємо, що пп.8.7.1 ст.8 **Закону про прибуток** визначено, що для розрахунку 10% ліміту береться сукупна балансова вартість усіх груп основних фондів на початок звітного періоду. Подібну “прив’язку” до звітного періоду можна знайти і в інших положеннях **Закону про прибуток**, зокрема, в “рекламному” пп.5.4.4 СТ.5 або в “страховому” пп.5.4.6 ст.5. Однак проводити аналогію і штучно “прив’язуватися” до будь-якого звітного періоду під час розрахунку 10% гарантійного ліміту все ж не варто. Цього не вимагають спеціальні правила **Закону про прибуток**.

### **Бракований товар: відшкодування збитків грошима або товаром**

Якщо покупець вимагає розірвання договору купівлі-продажу та повернення коштів, то магазину нічого не залишається, як задовольнити його вимогу. Магазин оформляє повернення несправного товару і повертає покупцю кошти. При цьому згідно з п.7 СТ.8 **Закону про захист прав споживачів** розрахунки із споживачем у разі зміни вартості товару здійснюються виходячи з ціни, яка:

- діє на момент пред’явлення вимоги, якщо ціна підвищилася;
- діє на момент продажу товару, якщо після продажу ціну було знижено.

Магазин може відшкодувати збитки, понесені у зв’язку із задоволенням вимог споживача, за рахунок виробника. У свою чергу збитки – це витрати, понесені Суб’єктом господарювання у зв’язку із задоволенням претензії покупця (частина друга ст.224 Господарського Кодексу України).

Отримуючи повернений покупцем бракований товар, магазину слід зменшити валовий дохід на вартість його продажу (звісно, без урахування ПДВ) відповідно до п.5.10 СТ.5 **Закону про прибуток**. Коригування валового доходу відображається в рядку 02.1 деклара-

ції про прибуток підприємств (далі – декларація). При цьому вартість придбання поверненого товару (за умови, що такий товар не повернено постачальнику до кінця звітного податкового періоду) збільшить балансову вартість запасів і потрапить до спеціального обліку, передбаченого п.5.9 ст. 5 **Закону про прибуток**.

У разі повернення товару постачальнику купівельна вартість бракованого товару знову відіграє свою роль в обліку балансової вартості запасів і залежно від конкретної ситуації або збільшить убуток, або зменшить приріст. Водночас ця ж сума має бути вилучена з валових витрат на підставі п.5.10 СТ.5 **Закону про прибуток**.

Чому саме так? А тому, що в декларації з податку на прибуток підприємств для відображення коригування валових витрат у зв'язку з поверненням товару передбачено рядок 05.1. Показники (приріст, убуток), що їх отримують у результаті здійснення перерахунку балансової вартості запасів, спочатку розраховуються в Додатку К1/1, а потім убуток переноситься до рядка 04.2, а приріст – до рядка 01.2. Крім того, бухгалтерам за такого підходу до перерахунку балансової вартості запасів немає потреби “тримати в голові” вартість запасів, які вибули, у зв'язку з їх поверненням, для того щоб штучно вилучати її з названого перерахунку. Помилки не буде – вартість придбання буде вилучено з валових витрат за відповідним рядком декларації.

Витрати на проведення експертизи для встановлення причини виходу побутової техніки з ладу також підлягають відшкодуванню:

- за рахунок покупця, якщо несправності сталися з його вини;
- за рахунок виробника, якщо встановлено, що причиною є виробничий брак.

пп.4.2.3 СТ.4 **Закону про прибуток** дозволяє не включати до валового доходу “суми коштів або вартість майна, отримані платником податків за рішенням суду або внаслідок задоволення претензій у порядку, встановленому законодавством як компенсація прямих витрат або збитків...”. Але за умови, що суми, отримані платником податків (у цьому випадку – магазином) як компенсація прямих збитків, раніше не було включено до валових витрат.

Витрати, понесені магазином на проведення експертизи, підлягають віднесенню до складу валових витрат на підставі пп.5.1.2 СТ.5 **Закону про прибуток** як витрати, пов'язані з продажем товарів, а отже, пов'язані з господарською діяльністю. Тому за датою отримання відшкодування збитків магазин збільшить валовий дохід. Водночас доречно згадати про оподаткування операцій із від-

шкодування збитків податком на додану вартість. За загальним правилом, встановленим пп.3.1.1 ст. 3 **Закону про ПДВ**, об'єктом оподаткування ПДВ є операції платника податків з поставки товарів (робіт, послуг). Магазин у цьому випадку отримує від споживача компенсацію витрат на проведення сервісним центром експертизи, а не компенсацію за надані магазином послуги із проведення експертизи. Тому, дотримуючись формальної ознаки, можна стверджувати, що компенсація витрат на проведення експертизи є нічим іншим, як операцією із відшкодування збитків, яка, у свою чергу, не є об'єктом оподаткування ПДВ. Та все ж для уникнення спору із представниками податкових органів безпечніше нарахувати податкові зобов'язання з ПДВ. У такому разі безспірним буде і право на податковий кредит у сумі, сплаченій магазином сервісному центру.

Як правило, сервісні центри при магазині беруть на себе зобов'язання з надання гарантійного ремонту споживачам на підставі договорів з виробниками. Незважаючи на те, що до сервісного центру звертається споживач, замовником виконання робіт, пов'язаних з гарантійним обслуговуванням, якраз виступає виробник. Саме він їх і оплачує. Отже, вартість таких робіт підлягає включенню до валового доходу, а витрати, пов'язані з виконанням таких робіт, відносяться до складу валових.

#### **Числовий приклад**

Підприємство здійснює торгівлю побутовою технікою. Вартість товарних залишків на 1 січня 2006 року становила 115000 грн. Цю вартість виражено у продажних цінах, оскільки підприємство застосовує метод оцінки вибуття запасів за цінами продажу. Сума торговельної націнки на початок року становила

7500 грн. За шість місяців 2006 року було продано товарів на загальну суму 41400 грн. Собівартість реалізації становила 27900 грн (41400 грн – (37500 грн / 115000 грн × 41400 грн)).

У III кварталі 2006 року два споживача звернулися з претензією щодо якості придбаних ними комбайнів. Продажна вартість одного комбайна – 3096 грн (вартість без ПДВ – 2580 грн., сума ПДВ – 516 грн.). Для виявлення причин несправностей у роботі цих товарів магазин бере їх для проведення експертизи. При цьому оформляється акт за формою № б-гарант.

Не маючи технічної служби, магазин за свій рахунок доставляє побутові прилади до найближчого сервісного центру. Витрати на доставку і проведення експертизи комбайнів становили 120 грн. (у тому числі ПДВ – 20 грн). В результаті проведення експертизи

встановлено, що претензія першого покупця не підлягає задоволенню, оскільки несправності в роботі комбайна сталися з його вини. Витрати на проведення експертизи комбайна, що вийшов з ладу з вини споживача, відшкодовуються за його рахунок у розмірі 70 гривень.

Претензію другого покупця було задоволено з огляду на виробничий брак, виявлений експертизою. Для наочності розглянемо деякі варіанти, якщо б споживач вимагав:

- зменшити вартість пропорційно виявленому дефекту (варіант 1);
- повернути гроші (при цьому вартість товару зросла) (варіант 2);
- обміняти на товар іншої марки, вартість якого є меншою, причому ціна на “неліквідний” товар не змінилася (варіант 3).

Доповнимо умову прикладу деякими уточненнями. Для варіанта 1 припустимо, що наявний дефект товару не впливає на його функціональні можливості. Однак споживач має право компенсувати такий недолік коштами. Скажімо, продавець і покупець домовилися про суму у 90 грн (не слід забувати, що для продавця це сума з ПДВ).

Для варіантів 2 і 3 припустимо, що продажна вартість комбайна на момент повернення збільшилася до 3180 грн (вартість без ПДВ – 2650 грн., сума ПДВ – 530 грн.).

Крім того, для варіанта 3 будемо виходити з вартості товару іншої марки, який видається в обмін на товар неналежної якості, яка дорівнює 2940 грн (вартість без ПДВ – 2450 грн, сума ПДВ – 490 грн).

Збитки, понесені магазином у зв'язку із задоволенням вимоги споживача, подано до відшкодування виробнику, якому повернено бракований товар. У місячний строк (але вже в четвертому кварталі 2006 року) претензію магазину було задоволено: відшкодовано витрати на проведення експертизи та компенсовано різницю між ціною продажу комбайна і вартістю, виплаченою магазином покупцю. Сума збитків становила 134 грн (варіант 2) і 206 грн (варіант 3).

Для наочності припустимо, що у третьому кварталі 2006 року магазин закритися на ремонт і жодних операцій, крім операцій, пов'язаних з поверненням бракованого комбайна, він не здійснював.

**4.5.3.** Зменшення суми податкових зобов'язань платника податку – постачальника при зміні компенсації вартості товарів (послуг), наданих особам, які не були платниками цього податку на момент такої поставки, дозволяється лише:

а) при поверненні раніше поставлених товарів у власність постачальника з наданням отримувачу повної грошової компенсації їх вартості;

б) при перегляді цін, пов'язаних з гарантійними замінами товарів.

У варіанті 2 коригування валового доходу проблем не спричиняє. Але ситуація з різницею у цінах (між ціною продажу товару і його ціною на момент задоволення претензії) – не зовсім проста. Те, що кошти повернено виходячи з більшої ціни – це не добра воля продавця, а вимога законодавства. Ця обставина дає можливість довести зв'язок таких витрат з господарською діяльністю і на підставі пп.5.2.1 СТ.5 **Закону про прибуток** віднести до складу валових витрат. Саме так цю суму (84 грн) враховано в прикладі (варіант 2).

Однак абсолютне неспростування таких валових витрат все ж таки є сумнівним. Як було зауважено, в **Законі про прибуток** є спеціальні правила для відображення витрат, пов'язаних з виконанням гарантійних зобов'язань, а саме пп.5.4.3 сі.5 Закону. У цій статті вже було зроблено припущення, що представниками ДПС вони можуть тлумачитися як заборона на віднесення до складу валових витрат “гарантійних” витрат, прямо не зазначених у цьому підпункті **Закону про прибуток**. А в ньому якраз про такі витрати, як виплата різниці в цінах, взагалі не йдеться. Проте, аналізуючи сукупність норм **Закону про прибуток**, цей висновок не здається таким очевидним. Зокрема, пп.4.2.3 с-г.4 зазначеного Закону дозволено не включати до валового доходу суми, отримані платником податків як компенсацію прямих збитків відповідно до претензії, якщо такі суми раніше не було віднесено до складу валових витрат. А отже, платник податків має право віднести їх до складу валових витрат, а надалі (у разі отримання компенсації від виробника) включити до валового доходу або не включити ні до витрат, ні до доходів.

Операції, наведені у варіанті 3, в декларації відображаються менш проблематично. В прикладі показано, що продажна ціна неліквідного товару (без ПДВ) призвела до зменшення валового доходу через рядок 02.1. Коригуванню також підлягають податкові зобов'язання з ПДВ (пп.4.5.3 ст.4 **Закону про ПДВ**). Собівартість реалізації цього товару вплине на показник податкового обліку балансової вартості запасів відповідно до п.5.9 СТ.5 **Закону про прибуток**, і якщо результатом такого перерахунку стане приріст,

то він відобразиться в рядку 01.2 декларації із заповненням додатку К 1/1. У свою чергу, передача якісного товару споживачу за його вимогою є нічим іншим, як його продажем. Отже, вона теж не спричиняє труднощів: продажна вартість товару (без ПДВ) відноситься на збільшення валового доходу, а собівартість його реалізації призведе або до зменшення приросту, або до збільшення убытку.

Залишається сума, яку виплачує підприємство через різницю (156 грн) між ціною поверненого (3096 грн) і виданого взамін (2940 грн) товару. Можливо, це дивно, та вона взагалі не впливає на податкові показники як самостійний об'єкт обліку. Адже її вже враховано під час коригування валового доходу і податкових зобов'язань з ПДВ як частину вартості неліквідного товару, поверненого споживачем.

Відповідно до пп.5.4.3 п.5.4 ст.5 Закону до валових витрат включаються: будь-які витрати на гарантійний ремонт (обслуговування) або гарантійні заміни товарів, проданих платником податку, вартість яких не компенсується за рахунок покупців таких товарів, але не більше від суми, яка відповідає рівню гарантійних замін, прийнятих (оприлюднених) платником податку, але не вище 10 відсотків від сукупної вартості таких товарів, що були продані, та щодо яких не закінчився строк гарантійного обслуговування.

Порядок гарантійного ремонту (обслуговування) або гарантійних замін, а також перелік товарів, на які встановлюється гарантійне обслуговування, визначаються Кабінетом Міністрів України на підставі норм законодавства з питань захисту прав споживачів.

Слід зауважити, що витрати, зазначені у цьому підпункті, відносяться до витрат подвійного призначення, тобто такі витрати включаються до валових тільки за певних умов. Ці умови визначено постановою Кабінету Міністрів України від 11.04.2002 р. № 506 “Про затвердження Порядку гарантійного ремонту (обслуговування) або гарантійної заміни технічно складних побутових товарів” (далі – Порядок № 506), яка визначає відносини між споживачами, що придбавають технічно складні побутові товари для власних побутових потреб, та їх виробниками, продавцями і виконавцями робіт з гарантійного ремонту (обслуговування) чи гарантійної заміни товарів.

Враховуючи те, що відповідно до п.22 ст.1 Закону України “Про захист прав споживачів” під терміном “споживач” слід розуміти фізичну особу, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір

придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника, Порядок № 506 регулює відносини лише між юридичними та фізичними особами.

*Таким чином, оскільки дія пп.5.4.3 п.5.4 ст.5 Закону поширюється лише на технічно складні побутові товари, наведені в додатку 1 до Порядку № 506, які продаються фізичним особам, то витрати, понесені платником податку у зв'язку із виконанням гарантійних зобов'язань по об'єктах, які відсутні в цьому переліку (тобто будівлях), чи об'єктах, реалізованих юридичним особам, не включаються до складу валових витрат такого платника відповідно до пп.5.4.3 п.5.4 ст.5 Закону.*

## АВСТРАЛІЯ

1. Австралійська комісія з питань конкуренції та захисту споживачів.
2. Асоціація споживачів Австралії.
3. Асоціація споживачів Канберри.
4. Федерація споживачів Австралії.
5. Національний консультативний комітет у справах споживачів.

## АВСТРІЯ

1. Федеральне Міністерство охорони здоров'я, спорту та захисту споживачів.
2. Асоціація по інформації споживачів.
3. Національний інститут сприяння розв'язку економіки.

## АЛБАНІЯ

1. Асоціація споживачів Албанії.

## АРГЕНТИНА

1. Ліга консюмерських асоціацій (ADELCO).
2. Інститут захисту споживачів.

## БАНГЛАДЕШ

1. Асоціація споживачів Бангладешу.

## БЕЛЬГІЯ

1. Міністерство у справах економіки. Управління у справах комерційної політики споживачів.
2. Асоціація споживачів Бельгії.
3. Організація "Якість-Бельгія".
4. Комітет по марках якості Бельгійського інституту стандартів.
5. Ліга християнських жінок-робітниць.

## БЕНІН

1. Асоціація захисту споживачів та навколишнього середовища.

## БІЛОРУСЬ

1. Білоруське товариство захисту споживачів.

## БОЛГАРІЯ



1. Федерація споживачів.

## БОЛІВІЯ

1. Комітет по захисту споживачів.

## БОТСВАНА

1. Департамент у справах комерції та захисту споживачів.

## БРАЗИЛІЯ

1. Бразильський інститут по захисту споживачів (IDEC).

2. Консьюмерський інформаційний центр.

## БУРКІНА ФАСО

1. Ліга захисту споживачів.

## ВЕЛИКОБРИТАНІЯ

1. Міністерство торгівлі і промисловості. Управління у справах споживачів.

2. Консультативний комітет захисту інтересів споживачів.

3. Відомство чесної торгівлі.

4. Дослідницький інститут у справах споживачів.

5. Британська Асоціація споживачів.

6. Національна Федерація груп споживачів.

7. Рада з естетики промислових виробів (діє при Парламенті).

8. Британська організація зі стандартизації.,

9. Жіноча консультативна рада Британської організації зі стандартизації.

10. Споживча організація "Common Cause".

11. Ради споживачів Британії

## В'ЄТНАМ

1. Асоціація зі стандартизації та захисту споживачів.

## ВЕНЕСУЕЛА

1. Національна Асоціація споживачів Венесуели.

## ГАНА

1. Асоціація споживачів Гани.

## ГВАТЕМАЛА

1. Ліга споживачів Гватемали.

## ГОЛЛАНДІЯ

1. Міністерство економіки. Директорат з питань споживчої та ринкової політики.

2. Голландський союз споживачів.
3. Інститут інформації з домоводства.
4. Інститут з інформаційного етикетування.
5. Голландський інститут зі стандартизації.

## ГОНКОНГ

1. Консьюмерська Рада.

## ГРЕЦІЯ

1. Служба захисту споживачів.
1. Інститут споживачів.

## ГРУЗІЯ

1. Союз споживачів Грузії.

## ДАНІЯ

1. Національне агентство у справах споживачів.
2. Консьюмерський омбудсман (арбітраж).
3. Датський споживчий союз хатніх господарок.
4. Державна рада з економіки домашнього господарства Данії.
5. Інститут інформаційного етикетування.

## ДОМІНІКАНСЬКА РЕСПУБЛІКА

1. Департамент консьюмерської освіти.

## ЕСТОНІЯ

1. Міністерство економіки.
2. Естонський союз товариств споживачів.
3. Естонський споживчий кооператив.
4. Естонська асоціація союзів жильців.
5. Таллінське товариство захисту споживачів.

## ЄГИПЕГ

1. Національна правова Асоціація захисту споживачів.

## ЗІМБАБВЕ

1. Міністерство торгівлі і промисловості.
2. Консюмерська Рада.

## ІЗРАЇЛЬ

1. Асоціація споживачів Ізраїлю.

## ІНДІЯ

1. Консюмерське керівне товариство Індії.
2. Асоціація споживачів Східної Індії.
3. Центр консюмерської освіти.
4. Асоціація по захисту безпеки та здоров'я споживачів.
5. Консюмерське освітнє і дослідницьке товариство.
6. Індійська федерація організацій споживачів.
7. Індійський Інститут консюмерського навчання.
8. Департамент у справах споживачів та громадських систем розподілення.

## ІНДОНЕЗІЯ

1. Консюмерська установа "YUKI".

## ІРЛАНДІЯ

1. Міністерство торгівлі, промисловості і туризму. Відділ захисту прав споживачів.
2. Асоціація споживачів Ірландії.

## ІСЛАНДІЯ

1. Організація споживачів Ісландії.

## ІСПАНІЯ

1. Департамент у справах торгівлі, споживання і туризму.
2. Генеральна Асоціація споживачів.
3. Державна конфедерація споживачів.

## ІТАЛІЯ

1. Комітет захисту споживачів.
2. Асоціація споживачів Італії.

## КАНАДА

1. Міністерство захисту споживачів.

2. Управління у справах захисту споживачів та корпорацій.
3. Асоціація споживачів Канади.

## КЕНІЯ

1. Консьюмерська організація Кенії.
2. Суспільно-правовий інститут.
3. Товариство "Домашні господарки".

## КИТАЙ

1. Асоціація споживачів Китаю.

## КІПР

1. Асоціація споживачів Кіпру.

## КОРЕЯ (ПІВДЕННА)

1. Міністерство у справах захисту споживачів.
2. Громадський альянс на захист прав споживачів.
3. Національний комітет консьюмерських організацій.
4. Союз споживачів Кореї.
5. Корейська асоціація жінок.

## ЛАТВІЯ

1. Клуб захисту споживачів Латвії.

## ЛЕСОТО

1. Міністерство торгівлі та промисловості

## ЛИТВА

1. Литовська Асоціація споживачів

## ЛІБЕРМ

1. Національний комітет захисту споживачів.

## ЛЮКСЕМБУРГ

1. Союз споживачів Люксембургу

## МАЛАВІ

1. Асоціація споживачів Малаві.

## МАЛАЙЗІЯ

1. Федерація консюмерських асоціацій Малайзії
2. Освітнянська і дослідницька асоціація споживачів.
3. Асоціація споживачів Пенанги.

## МАЛІ

1. Асоціація споживачів Малі.

## МАЛЬТА

1. Департамент у справах захисту споживачів.

## МЕКСИКА

1. Асоціація споживачів Мексики.

## МОНГОЛІЯ

1. Асоціація споживачів Монголії.

## МАРОККО

1. Асоціація споживачів Марокко.

## НОВА ГВІНЕЯ

1. Комітет у справах захисту споживачів.

## НОВА ЗЕЛАНДІЯ

1. Міністерство у справах захисту споживачів.
2. Новозеландський консюмерський інститут.
3. Новозеландський інститут стандартів.

## НІГЕРІЯ

1. Організація захисту споживачів.

## НІКАРАГУА

1. Ліга захисту прав споживачів

## НОРВЕГІЯ

1. Міністерство у справах споживачів та державного управління.
2. Консюмерський омбудсман (арбітраж).
3. Рада споживачів Норвегії.
4. Інститут інформаційного етикетування продукції.

## ОБ'ЄДНАНІ АРАБСЬКІ ЕМІРАТИ

1. Еміратське товариство захисту споживачів.

## ПАКИСТАН

1. Пакистанська організація зі стандартизації.
2. Асоціація раціонального лікування.

## ПОЛЬЩА

1. Державна торговельна інспекція.
2. Польська асоціація по внутрішній економіці.
3. Федерація споживачів Польщі.
4. Бюро співробітництва зі споживачами.
5. Вища кооперативна Рада.

## ПОРТУГАЛІЯ

1. Національний інститут по захисту споживачів.
1. Асоціація споживачів Португалії.

## ПУЕРТО-РІКО

1. Департамент у справах захисту споживачів

## РОСІЙСЬКА ФЕДЕРАЦІЯ

1. Державний комітет антимонопольної політики та підтримки економічних структур (ДКАП). Головне управління із захисту прав споживачів.
2. Держстандарт.
3. Фонд захисту споживачів.
4. Державна інспекція із торгівлі та якості товарів Державного комітету з торгівлі.
5. Союз споживачів РФ.
6. Ліга захисників споживачів.
7. Товариство споживачів автотехніки.
8. Регіональні союзи споживачів (більшість з яких входить до складу Міжнародної конфедерації товариств споживачів, КонфТС).
9. Інститут консюмерської політики (діє в рамках КонфТС).
10. Асоціація споживачів освіти.
11. Громадська рада з реклами.
12. Центр банкрутств.

## РУМУНІЯ

1. Офіс по захисту прав споживачів.

2. Міністерство торгівлі. Департамент внутрішньої торгівлі. Управління у справах контролю та захисту споживачів.
3. Консюмерська асоціація.

#### САЛЬВАДОР

1. Центр захисту споживачів.

#### САМОА (АМЕРИКАНСЬКА)

1. Організація захисту прав споживачів в Американській Самоа.

#### САМОА (ЗАХІДНА)

1. Товариство захисту прав споживачів в Самоа.

#### СЕНЕГАЛ

1. Сенегальська Асоціація захисту навколншнього середовища та споживачів.
2. Рух на захист навколншнього середовища в країнах "третього світу".

#### СЛОВАЧЧИНА

1. Міністерство економіки.
2. Відділ торгівлі та захисту споживачів.
3. Словацька торговельна інспекція.
4. Асоціація словацьких споживачів.

#### СЛОВЕНІЯ

1. Асоціація споживачів Словенії.

#### СПОЛУЧЕНІ ШТАТИ АМЕРИКИ

1. Управління у справах споживачів (в системі федеральних органів).
2. Консультативна рада у справах споживачів при Президенті США.
3. Управління по контролю за якістю харчових продуктів і медикаментів.
4. Комісія з безпеки продовольчих товарів.
5. Комісія з безпеки товарів широкого вжитку.
6. Управління з безпеки руху.
7. Міністерство юстиції. Відділ захисту прав споживачів.
8. Федеральна торгова комісія. Бюро захисту інтересів споживачів.
9. Федеральне авіаційне агентство.
10. Федеральна комісія по засобах зв'язку.

11. Федеральне управління енергетики.
12. Союз споживачів США.
13. Дослідницький центр освіти споживачів.
14. Національний союз за консьюмерську освіту.
15. Національне бюро стандартів США.
16. Міністерство у справах споживачів-аграрників та аграрної маркетингової служби.
17. Агентство охорони навколишнього середовища.
18. Інститут хорошого домоводства.
19. Управління з питань охорони праці та охорони здоров'я.
20. Національне управління з безпеки перевезень.

## ТАЙЛАНД

1. Міністерство у справах захисту споживачів.

## ТУРЕЧИННА

1. Конфедерація турецьких союзів споживачів.

## ТУРКМЕШТАН

1. Товариство захисту споживачів Туркменії.

## УГАНДА

1. Асоціація захисту споживачів Уганди.

## УГОРЩИНА

1. Міністерство торгівлі і промисловості.
2. Управління у справах захисту споживачів.
3. Національна асоціація щодо захисту споживачів.
4. Інститут контролю якості (KERMI).
5. Угорський споживчий нагляд.

## УКРАЇНА

1. Державний комітет стандартизації, метрології та сертифікації України.
2. Управління у справах захисту прав споживачів у сфері обслуговування. Відділ з питань звернення споживачів та аналізу матеріалів.
3. Антимонопольний комітет України.
4. Національна Рада з питань споживчої політики.



5. Регіональні управління у справах захисту споживачів при органах державної адміністрації.
6. Українська Асоціація споживачів.
7. Незалежні громадські регіональні об'єднання споживачів.
8. Українська Асоціація якості.
9. Українська Асоціація рекламистів.
10. Благодійний Фонд "Інститут споживача".
11. Всеукраїнський прес-клуб споживачів.
12. Українська партія захисту споживачів.

#### ФЕДЕРАТИВНА РЕСПУБЛІКА НІМЕЧЧИНА

1. Комітет стандартів ФРН. Комісія щодо якості товарів широкого вжитку. Комітет з питань умов поставок та гарантування якості.
2. Асоціація споживачів Німеччини.
3. Об'єднання союзів споживачів ФРН.
4. Дослідницький інститут "Denmark" (DM-Testinstitut).
5. Установа "Stiftung Warenest".
6. Центральний союз споживчих кооперативів.
7. Союз німецьких інженерів.
8. Дослідницький інститут з домоводства.
9. Центр порад населенню Саксонії.

#### ФІЛІППІНИ

1. Національна рада у справах споживачів.
2. Департамент торгівлі та промисловості. Відділ з питань добробуту по всій країні.
3. Департамент охорони здоров'я.
4. Федерація груп споживачів Філіппін.

#### ФІНЛЯНДІЯ

1. Національна адміністрація у справах споживачів.
2. Національне управління по торгівлі та інтересах споживачів. Відділ у справах споживачів.
3. Служба по роботі із скаргами споживачів.
4. Національний консюмерський дослідницький центр.
5. Національна адміністрація по продуктах харчування.
6. Консюмерський омбудсман (арбітраж).
7. Асоціація споживачів Фінляндії.
8. Інститут інформаційного етикетування.
9. Центр з питань домашньої економіки.

## ФРАНЦІЯ

1. Національний комітет з питань споживання.
2. Урядове управління з питань споживання.
3. Національний департамент у справах політики захисту споживачів.
4. Національний інститут споживання.
5. Міністерство економіки.
6. Генеральне управління з питань конкуренції, споживання та переслідування шахрайства за законом.
7. Міністерство сільського господарства.
8. Служба переслідування за фальсифікацією продуктів та контролю за якістю.
9. У кожному французькому департаменті створено раду з питань споживання, підпорядковану префекту, яка об'єднує відповідні адміністративні органи та асоціації споживачів для обговорення питань.
10. Федеральний союз споживачів.
11. Національна асоціація Франції по захисту якості ("Якість-Франція"),
12. Французька асоціація зі стандартизації.
13. Національна Федерація споживчих кооперативів.
14. Французька асоціація нормалізації.

### Додаток 3

Міжнародні та регіональні організації, що займаються проблемами захисту споживачів

- Консьюмерський інтернаціонал – СІ (був створений в 1960 р. як Міжнародна організація споживчих товариств
- IOCU; у 1995 р. була перейменована у Всесвітню організацію споживачів або Консьюмерський Ітернаціонал).
- Європейське бюро споживачів – ЄБС. в Міжнародний дослідницький центр у справах споживачів – ІТ.
- Міжнародна Конференція товариств споживачів – КонфТС.
- Міжскандинавський комітет з питань споживання..
- Організація Об'єднаних Націй -ООН.
- Конфедерація ООН з питань торгівлі та розвитку – ЮНКТАД.
- Економічна і Соціальна Рада ООН – ЕКОСОС.
- Організація ООН з питань освіти, науки і культури – ЮНЕСКО.
- Всесвітня організація охорони здоров'я – ВООЗ.
- Дитячий фонд ООН – ЮНІСЕФ.
- Організація економічного співробітництва і розвитку – ОЕСР.
- Міжнародна організація з стандартації – ISO.
- Комітет з питань споживання у структурі ISO – COPOLCO.
- Міжнародна електротехнічна комісія – ІЕК. Міжнародна організація законодавчої метрології – OIML.
- Всесвітня торгова організація – ГАТТ/ВТО (перетворена із ГАТТ – Генеральної Угоди щодо тарифів і торгівлі).
- Міжнародна Асоціація товарної нумерації – EAN

*Міжнародні та регіональні організації, які займаються проблемами захисту споживачів*

- Міжнародна організація праці.
- Міжнародне агентство з атомної енергії – МАГАТЕ.
- Міжнародний союз охорони природи.
- Міжнародна організація цивільної авіації.
- Всесвітня туристична організація.
- Міжнародний союз поштових працівників.
- Всесвітня організація інтелектуальної власності.
- Міжнародний центр по підвищенню якості – СІРQ.
- Європейська економічна комісія.
- Європейська Рада.
- Європейська організація з якості – ЄОЯ.
- Європейський фонд управління якістю – ЄФУЯ.

- Європейський комітет зі стандартизації – CEN.
- Європейський комітет зі стандартизації в електротехніці.
- Європейська координаційна рада з випробувань і сертифікації.
- Європейський комітет з оцінки та сертифікації систем якості.
- Європейська служба експертизи.
- Міждержавна рада СНД зі стандартизації, метрології та сертифікації.

## Література

1. Конституція України: Прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. – К., 1996.
2. Закон України “Про захист прав споживачів” від 10 січня 2001 р. К: – Парламент. вид-во.
3. Постанова Кабінету Міністрів України №172 від 19.03.94 року.
4. Алопій В.В. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг. Підр. К., 2002
5. Інструкція про порядок позначення роздрібних цін на товари народного споживання в підприємствах роздрібно́ї торгівлі та громадського харчування Затв. наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 04.01.97 N 2.
6. Правила продажу непродовольчих товарів. Загальні положення.// Бухгалтер. – 2003. вересень № 3 – с. 11 – 15.
7. "Про внесення змін і доповнень до Закону України "Про захист прав споживачів": Закон України. Газета "Урядовий кур'єр" №3 від 20.01.2002
8. Руководящие принципы для защиты интересов потребителей: Рез. № 248 Генеральной Ассамблеи ООН от 9 апр. 1985 г.// Защита прав потребителей. – АО "Бизнес Информ", 1996, – 32с.
9. Хартия защиты потребителей, принятая 25-й сессией Консультативной Ассамблеи Европейского Союза в 1973 г.: Рез. № 543// Защита прав потребителей. – АО "Бизнес Информ", 1996, – 18с.
10. Іваненко Л.М. Цивільно-правові засоби захисту прав споживачів (покупців): Монографія. К., 1998, – 169 с.
11. Кройтор В. А. Защита прав потребителей: Законодательные акты, образцы заявлений и другие документы, относящиеся к сфере защиты прав потребителей. -Харьков, 1996, – 324 с.
12. Язвінська О.М. Історія консумеризму: Навч. посібник. – К.: КНТЕУ, 2000. – 252с.
13. Аузен А., Ялназов Д. Обеспечение приоритета потребителя// Вопросы экономики. – 1998, № 11, С. 38-47.
14. Баженов Ю. Защита прав и интересов покупателей в условиях рыночной экономики// Торговля, 1993. – № 7. – С.19-23
15. Барановський В. Територіальна модель дослідження сталого екологічного розвитку України // Економіка України. – 1998.- №8. – с.18-24.
16. Височанський П. Начерк розвитку Української споживчої кооперації (дорадянська доба). -Книгоспілка, 1925, – 133 с.

17. Відшкодування матеріальної і моральної шкоди та компенсаційні виплати: Нормативні акти, роз'яснення, коментарі /Відп. ред. П.І. Шевчук. – Київ. 1998, – 218с.
18. Гальона О., Стариченко О. Чи потрібне Україні штрихове кодування? //Урядовий кур'єр. – 1993. – С.33-38.
19. Гельбрейт Дж. Экономические теории и цели общества: Пер. с англ. М., 1976, – 453с.
20. Гуржій І.О. Україна в системі Всеросійською ринку 60-90 рр. XIX ст. К., 1968, – 165с.
21. Жид Шарль. Влада споживача. – К.: Вид-во Дніпровського Союзу Споживчих Союзів України, 1919, – 103с.
22. Загладина С.М. Капиталистическая торговля сегодня М., 1981, – 232с.
23. Ивенская Н.Д. Зарубежные союзы потребителей. М., 1968, – 258с.
24. Искусство торговать /Общ. ред. С.И.Кумок /Сост. АОЗМ "Московское Финансовое Объединение". М., 1995, – 145с.
25. Кагал Т.О. Данина моді чи вимога часу? // Політика і час. 1999, № 2. – с. 69-72.
26. Кагал Т.О. Законодавство про захист прав споживачів у сфері якості товарів у системі законодавства України // Право України. 1998, № 8. – с. 98-101.
27. Кагал Т.О. Функції державного управління в сфері захисту прав споживачів щодо якості товарів // Право України. 1999, №2.
28. Каннибах А.Г., Яковлев М.В. Потребитель: возможности и перспективы. М., 1990, – 157с.
29. Котлер Филипп. Основы маркетинга: Пер. с англ. М., 1996, – 533с.
30. Обеспечение качества потребительских товаров: Зарубежный опыт. -М., 1991, – 227с.
31. Пилдич Д. Путь к покупателю. М., 1991, – 211с.
32. Правила продажу непродовольчих товарів. Затверджено наказом Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 25.05.96 р. № 294.
33. Правила продажу продовольчих товарів. Наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України від 24.12.94 р. № 237.
34. Право и практика: Законы Украины и другие нормативные акты по вопросу защиты прав потребителей: Бюллетень. Вып. № 18, К., 1997, – 221с.

35. Северинов Ю.Д. О стандартизации, метрологии и сертификации в Украине // Стандарты и качество. – 1995. -№ 10, – с. 20-21
36. Сертифікація в Україні. Нормативні акти та інші документи. Т.Т. 1-2, Держстандарт України, К., 1998, 367 с. т.1.; К., 1998, 415 с. т.2.
37. Туган-Барановский М. Социальные основы кооперации. М., 1989, – 262с.
38. Федько В.П., Альбеков А.У. Маркировка и сертификация товаров и услуг. Учебное пособие. Ростов-на-Дону. Издат. "Феникс", 1998 – 640 с.
39. Цыганков И. Защита прав потребителей в Украине // Гражданское право. 1996. № 4. – С. 34-39.
40. Язвінська О.М., Іваненко Л.М. З історії розвитку конsumerського руху та законодавства в справах захисту прав споживачів //Вісник КДТЕУ, 1998, № 2. – с. 77-83.
41. Правила продажу продовольчих товарів, затверджених наказом Міністерства зовнішньо-економічних зв'язків України від 28 грудня 1994 року, №237.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Граїда Олександрівна Дудла

# ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

**Навчальний посібник**

Керівник видавничих проектів – *Б.А.Сладкевич*

Друкується в авторській редакції

Дизайн обкладинки – *Б.В. Борисов*

Підписано до друку 02.02.2007. Формат 60x84 1/16.

Друк офсетний. Гарнітура PetersburgC.

Умовн. друк. арк. 28.

Видавництво “Центр учбової літератури”

вул. Електриків, 23

м. Київ, 04176

тел./факс 425-01-34, тел. 451-65-95, 425-04-47, 425-20-63

8-800-501-68-00 (безкоштовно в межах України)

e-mail: [office@uabook.com](mailto:office@uabook.com)

сайт: [WWW.CUL.COM.UA](http://WWW.CUL.COM.UA)

Свідоцтво ДК №2458 від 30.03.2006