Додаток до листа Головного управління

Держпродспоживслужби в Чернігівській області

№ 01-06-01-23/5649 від\_10.11.2020

**Права споживачів у разі придбання ними товару належної якості:**

Відповідно до ст. 9 Закону України «Про захист прав споживачів» (далі – Закон), 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, якщо триваліший строк не оголошений продавцем.

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

Перелік товарів, що не підлягають обміну (поверненню) з підстав, зазначених у цій статті, затверджується Кабінетом Міністрів України, Постанова №172 від 19.03.1994 року.

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.

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.

**Права споживачів у разі придбання ними товару неналежної якості:**

Відповідно до статті 8 Закону України «Про захист прав споживачів» (далі – Закон), у разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку недоліків придбаного взуття 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, у 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.

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.

З огляду на вищезазначене, споживач подає письмову заяву на ім’я суб’єкта господарювання, в якій викладає суть питання. Суб’єкт господарювання повинен зареєструвати заяву споживача. Якщо суб’єкт господарювання відмовляє споживачу у реєстрації його заяви, споживач направляє звернення поштою з повідомлення про вручення.

Положеннями Закону, передбачено, що 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.

Крім того, в разі порушення ваших прав, як споживача ви маєте право звернутися до суду або Держпродспоживслужби України (01001, м. Київ, вул. Б.Грінченка, 1), її територіальних органів (адреси та телефони територіальних органів Держпродспоживслужби можна знайти на сайті www.consumer.gov.ua), які знаходяться в областях та м. Києві. Держпродспоживслужба та її територіальні органи розглядають всі звернення споживачів, права яких було порушено, у встановлений чинним законодавством термін.

Згідно зі ст. 5 Закону України «Про звернення громадян», звернення може бути усним чи письмовим.

Усне звернення викладається громадянином на особистому прийомі або за допомогою засобів телефонного зв’язку через визначені контактні центри, телефонні "гарячі лінії" та записується (реєструється) посадовою особою.

Письмове звернення надсилається поштою або передається громадянином до відповідного органу, установи особисто чи через уповноважену ним особу, повноваження якої оформлені відповідно до законодавства. Письмове звернення також може бути надіслане з використанням мережі Інтернет, засобів електронного зв’язку (електронне звернення).

У зверненні має бути зазначено прізвище, ім’я, по батькові, місце проживання громадянина, викладено суть порушеного питання, зауваження, пропозиції, заяви чи скарги, прохання чи вимоги. Письмове звернення повинно бути підписано заявником (заявниками) із зазначенням дати. В електронному зверненні також має бути зазначено електронну поштову адресу, на яку заявнику може бути надіслано відповідь, або відомості про інші засоби зв’язку з ним. Застосування електронного цифрового підпису при надсиланні електронного звернення не вимагається.

При зверненні до Держпродспоживслужби подаються наступні документи: - звернення;

- копія звернення до суб’єкта господарювання,

 - копія документу, який засвідчує факт придбання продукції;

- копія технічного паспорта чи іншого документа, що його замінює, з позначкою про дату продажу;

- інші документи, які стосуються розгляду звернення.

**Права споживачів, які мають намір користуватися послугами інтернет-магазину:**

Права споживача при купівлі товару через інтернет-магазин регулюються статтею 13 Закону України «Про захист прав споживачів».

Закон визначає обсяг інформації, який обов’язково має бути доведений споживачу до моменту замовлення товару. Перед покупкою товару в інтернет-магазині необхідно звернути увагу на наявність на сайті такої інформації:

- найменування продавця, його місцезнаходження, порядок прийняття претензій;

- основні характеристики продукції;

- ціну, включаючи плату за доставку та умови оплати;

- гарантійні зобов'язання;

- інші умови поставки; -

 порядок розірвання договору.

Як показує практика, споживач, придбаваючи товар через інтернет-магазин, у багатьох випадках не може реалізувати свої права, передбачені Законом України «Про захист прав споживачів», у першу чергу у зв’язку із неможливістю встановити найменування продавця та його місцезнаходження.

Інша інформація, окрім адреси електронної пошти та номеру мобільного телефону, на сайті інтернет-магазину не вказується, що фактично робить споживача безправним при придбанні неякісного товару.

Слід зазначити, що законодавством України під найменуванням юридичної особи розуміється його організаційно-правова форма та назва. Наприклад, ТОВ «АААА», ПП «ББББ», ПрАТ «ВВВВ», тощо. Для фізичної особи-підприємця – це прізвище, ім’я та по-батькові. Аж ніяк не може бути найменуванням продавця назва інтернет-магазину (сайту/домену).

Крім того, у більшості випадків продавці не є власниками інтернет-магазинів. І навіть більше, через один інтернет-магазин реалізовувати товар можуть декілька десятків продавців.

Стосовно місцезнаходження продавця слід мати на увазі, що адреси, які вказуються у накладних, згідно з якими споживач отримує замовлений товар, це зазвичай адреси, за якими розташовуються поштові відділення або відділення підприємства, що надає послуги з доставки відправлення.

Також слід зазначити, що в разі покупки товару через інтернет-магазин споживач не має можливості безпосередньо ознайомиться з товаром, а орієнтується тільки на зображення товару, його текстовий або словесний опис.

 Користуючись таким становищем, недобросовісні продавці можуть реалізовувати неякісний, фальсифікований або контрабандний товар, або взагалі після отримання коштів можуть: не надіслати товар; надіслати товар, який споживач не замовляв; надіслати товар, технічні характеристики якого не відповідають заявленим на сайті.

Окремо необхідно зазначити, що відсутність інформації про найменування та місцезнаходження продавця унеможливлює проведення перевірок з боку Держпродспоживслужби за скаргами споживачів.

Держпродспоживслужба не має повноважень на проведення розшукових дій. Тому, щоб убезпечити себе від невдалої покупки в інтернет-магазині, зберегти кошти та нерви, радимо споживачам звертати увагу на наявність на сайті інформації, передбаченої статті 13 Закону України «Про захист прав споживачів», зокрема найменування та місцезнаходження продавця.

У разі їх відсутності варто взагалі відмовитися від придбання товару в інтернет-магазині. Але якщо інформацію надано у повному обсязі – бажаємо Вам вдалої покупки!

**Як захистити свої права коли вони порушені надавачами житлово-комунальних послуг:**

Слід пам’ятати, що відповідно до статті 7 Закону України «Про житлово-комунальні послуги» (Далі-Закон), споживач зобов’язаний укладати договір на надання житлово-комунальних послуг, оскільки договір – це саме той документ, на підставі якого споживач може пред’являти претензії за ненадані або за неякісно надані послуги, а також вимагати виконання перерахунку та відшкодування збитків.

Крім того, відповідно до статті 12 Закону, надання житлово-комунальних послуг здійснюється виключно на договірних засадах.

Договори про надання житлово-комунальних послуг укладаються відповідно до типових або примірних договорів, затверджених Кабінетом Міністрів України або іншими уповноваженими державними органами відповідно до Закону. Такі договори можуть затверджуватися окремо для різних моделей організації договірних відносин (індивідуальний договір та колективний договір про надання комунальних послуг) та для різних категорій споживачів (індивідуальний споживач, колективний споживач).

При цьому слід зазначити, що споживач відповідно до статті 7 Закону має не лише права, а й обов’язки.

І все ж таки у разі ненадання, надання не в повному обсязі або неналежної якості комунальних послуг споживач має право викликати виконавця комунальних послуг (його представника) для перевірки кількості та/або якості наданих послуг.

За результатами перевірки якості надання комунальних послуг або якості послуг з управління багатоквартирним будинком складається акт-претензія, який підписується споживачем та виконавцем комунальної послуги або управителем (щодо послуги з управління багатоквартирним будинком).

Виконавець комунальної послуги або управитель (щодо послуги з управління багатоквартирним будинком) зобов’язаний прибути на виклик споживача у строки, визначені в договорі про надання послуги, але не пізніше ніж протягом однієї доби з моменту отримання повідомлення споживача.

Акт-претензія складається виконавцем комунальної послуги або управителем (щодо послуги з управління багатоквартирним будинком) та споживачем і повинен містити інформацію про те, в чому полягало ненадання, надання не в повному обсязі або неналежної якості комунальної послуги або послуги з управління багатоквартирним будинком, дату (строк) її ненадання, надання не в повному обсязі або неналежної якості, а також іншу інформацію, що характеризує ненадання послуг, надання їх не в повному обсязі або неналежної якості.

У разі неприбуття виконавця комунальної послуги або управителя (щодо послуги з управління багатоквартирним будинком) в установлений строк або необґрунтованої відмови підписати акт-претензію такий акт підписується споживачем, а також не менш як двома споживачами відповідної послуги, які проживають (розташовані) в сусідніх будівлях (у приміщеннях – якщо послуга надається у багатоквартирному будинку), і надсилається виконавцю комунальної послуги або управителю (щодо послуги з управління багатоквартирним будинком) рекомендованим листом.

Виконавець комунальної послуги або управитель (щодо послуги з управління багатоквартирним будинком) протягом п’яти робочих днів має вирішити питання щодо задоволення вимог, викладених в акті-претензії, або надати споживачу обґрунтовану письмову відмову в задоволенні його претензії.

У разі ненадання виконавцем (управителем) відповіді в установлений строк претензії споживача вважаються визнаними таким виконавцем (управителем).

Якщо врегулювати спір шляхом надсилання акта-претензії не вдалося, то Закон визначає, що захист прав споживачів житлово-комунальних послуг здійснюється уповноваженим центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного нагляду (контролю) за дотриманням законодавства про захист прав споживачів.

**Роз’яснення щодо наявності книги відгуків та пропозицій у суб’єктів господарювання:**

Урядом прийнято рішення щодо скасування обов’язкового застосування Книги відгуків та пропозицій суб’єктами господарювання сфери торгівлі.

Постановою Кабінету Міністрів України від 06 березня 2019 р. №168 внесені зміни до «Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів, затверджених постановою Кабінету Міністрів України від 15 червня 2006 року №833 (Офіційний вісник України, 2006 р. №25, с. 1818; 2013 р. №27, с. 926), зокрема в абзаці третьому пункту 10 Порядку, виключено слова «книга відгуків та пропозицій».

Скасування обов’язкового застосування Книги відгуків та пропозицій не вплине на стан захисту прав споживачів, не змінить обов’язковість розгляду звернень споживачів суб’єктами господарювання.

Принагідно повідомляємо, що кожний споживач має право, у випадку порушення його законних прав, звернутись з відповідною письмовою заявою до суб’єкта господарювання. Заяву необхідно написати у двох примірниках. Перший примірник – надається суб’єкту господарювання, на другому (який залишається у споживача) – ставиться відмітка про прийняття (дата прийняття заяви, прізвища, ініціалів та посади працівника, який прийняв заяву.

У разі відмови суб’єктом господарювання приймати письмову заяву, споживач має право надіслати її рекомендованим листом з повідомленням про вручення на адресу торговельного закладу. У такому випадку буде документальне підтвердження факту направлення та/або вручення звернення суб’єкту господарювання.

Якщо суб’єктом господарювання буде відмовлено споживачу у задоволенні законних вимог, споживач має право звернутися з відповідною заявою до Держпродспоживслужби України (01001, м. Київ, вул. Б.Грінченка, 1), та її територіальних органів (адреси та телефони територіальних органів Держпродспоживслужби можна знайти на сайті [www.consumer.gov.ua](http://www.consumer.gov.ua)).

У заяві необхідно зазначити інформацію про найменування суб’єкта господарювання та його адресу, а також додати копії необхідних документів, які підтверджують факт придбання товару, надання послуги (квитанції, товарний чи касовим чек, квиток, талон або інші документи) обґрунтоване звернення до суб’єкта господарювання із зазначенням вимог з відміткою про вручення чи квитанцією про направлення поштою, відповідь на звернення (за наявності) та інших документів, що стосуються порушеного питання.

**Інформація щодо куточка споживача:**

Куточок покупця (споживача) оформляють для того, щоб покупці та замовники послуг могли отримати належну інформацію про продавця та свої права. Оформлення куточка покупця (споживача) залежить від сфери діяльності та категорії товарів і послуг, які реалізує чи надає суб’єкт господарювання.

В куточку покупця (споживача) в обов'язковому порядку розміщується інформація про найменування власника або уповноваженого ним органу, книга відгуків та пропозицій, адреси і номери телефонів органів, що забезпечують захист прав споживачів.

Інформація про підприємця чи юридичну особу. Достатньо вказати: «фізична особа - підприємець ПІБ» чи назву юридичної особи, як у реєстраційних документах. Можна також вкласти в куточок копію свідоцтва про державну реєстрацію чи виписку з Єдиного державного реєстру.

Адреса і номери телефонів місцевих органів захисту прав споживачів, а для суб'єктів, які надають послуги, - також адреси й телефони місцевих органів виконавчої влади.

Ліцензії (можна копії) суб’єкт господарювання надає, якщо здійснює реалізацію алкогольних напоїв та тютюнових виробів, або якщо суб’єкт господарювання надає послуги, що підлягають ліцензуванню.

 Нормативні документи у вигляді окремих роздруківок або брошур. Потрібно бути готовим надати їх покупцеві на вимогу, тому краще так само помістити їх у куток покупця (споживача). Список обов'язкових документів:

 - Постанова КМУ № 833 від 15.06.2006р. «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів»;

- Закон України «Про захист прав споживачів» (можна не весь текст, а лише витяги, які стосуються прав споживачів у сфері діяльності суб’єкта господарювання - при продажу товарів, наданні послуг).

 Решта документів залежить від виду діяльності - надання послуг чи торгівля, роздрібна, комісійна, або на ринках, а також від спеціалізації магазину: правила продажу видів товарів, які є в асортименті; при торгівлі продтоварами додаються санітарні норми. Ці документи слід бути готовим надати на вимогу споживача. Тобто найзручніше їх розмітити в куточку, але якщо пакет документів вийшов чималим, вивішувати його весь у куточку покупця (споживача) не обов'язково, головне - щоб його завжди мав під рукою працівник, який обслуговує покупців (споживачів).

**Вимоги до реклами лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації:**

Згідно зі «ст. 21 Закону України «Про рекламу»:

1. Реклама лікарських засобів, медичних виробів, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації повинна містити:

- об’єктивну інформацію про лікарський засіб, медичний виріб, метод профілактики, діагностики, лікування, реабілітації і здійснюватися так, щоб було зрозуміло, що наведене повідомлення є рекламою, а рекламований товар є лікарським засобом, медичним виробом, методом профілактики, діагностики, лікування, реабілітації;

- вимогу про необхідність консультації з лікарем перед застосуванням лікарського засобу чи медичного виробу;

- рекомендацію щодо обов’язкового ознайомлення з інструкцією на лікарський засіб;

- текст попередження такого змісту: «Самолікування може бути шкідливим для вашого здоров'я», що займає не менше 15 відсотків площі (тривалості) всієї реклами.

1. Реклама лікарських засобів, медичних виробів та методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації не може містити посилань на терапевтичні ефекти стосовно захворювань, які не піддаються або важко піддаються лікуванню.
2. У рекламі лікарських засобів, медичних виробів та методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації забороняється розміщення:

- відомостей, які можуть справляти враження, що за умови застосування лікарського засобу чи медичного виробу консультація з фахівцем не є необхідною;

- відомостей про те, що лікувальний ефект від застосування лікарського засобу чи медичного виробу є гарантованим;

- зображень зміни людського тіла або його частин внаслідок хвороби, поранень;

- тверджень, що сприяють виникненню або розвитку страху захворіти або погіршити стан свого здоров’я через невикористання лікарських засобів, медичних виробів та медичних послуг, що рекламуються;

- тверджень, що сприяють можливості самостійного встановлення діагнозу для хвороб, патологічних станів людини та їх самостійного лікування з використанням медичних товарів, що рекламуються;

- посилань на лікарські засоби, медичні вироби, методи профілактики, діагностики, лікування і реабілітації як найбільш ефективні, найбільш безпечні, виняткові щодо відсутності побічних ефектів;

- посилань на конкретні випадки вдалого застосування лікарських засобів, медичних виробів, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації;

- рекомендацій або посилань на рекомендації медичних працівників, науковців, медичних закладів та організацій щодо рекламованих товарів чи послуг;

- спеціальних виявлень подяки, вдячності, листів, уривків з них із рекомендаціями, розповідями про застосування та результати дії рекламованих товарів чи послуг від окремих осіб;

- зображень і згадок імен популярних людей, героїв кіно-, теле- та анімаційних фільмів, авторитетних організацій;

- інформації, що може вводити споживача в оману щодо складу, походження, ефективності, патентної захищеності товару, що рекламується.

1. У рекламі лікарських засобів, медичних виробів та методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації забороняється участь лікарів та інших професійних медичних працівників, а також осіб, зовнішній вигляд яких імітує зовнішній вигляд лікарів.
2. Забороняється вміщувати в рекламі лікарських засобів інформацію, яка дозволяє припустити, що лікарський засіб є харчовим, косметичним чи іншим споживчим товаром або що безпечність чи ефективність цього засобу обумовлена його природним походженням.
3. У рекламі товарів та методів, що не належать до лікарських засобів, медичних виробів, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, а також у рекламі харчових продуктів для спеціального дієтичного споживання, функціональних харчових продуктів та дієтичних добавок забороняється посилатися на те, що вони мають лікувальні властивості.
4. Забороняється реклама проведення цілительства на масову аудиторію.
5. Забороняється реклама нових методів профілактики, діагностики, реабілітації та лікарських засобів, які знаходяться на розгляді в установленому порядку, але ще не допущені до застосування.
6. Реклама послуг народної медицини (цілительства) та осіб, які їх надають, дозволяється лише за наявності відповідного спеціального дозволу на заняття народною медициною (цілительством), виданого центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері охорони здоров’я, крім реклами на радіо, і повинна містити номер, дату видачі зазначеного дозволу та назву органу, який його видав.

Розповсюдженим порушенням серед рекламодавців, виробників та замовників реклами є використання в рекламі лікарських засобів та медичних закладів таких інструментів:

- зображення і участь у рекламі лікарів та інших професійних медичних працівників, а також осіб, зовнішній вигляд яких імітує зовнішній вигляд лікарів;

- відсутність тексту попередження «Самолікування може бути шкідливим для вашого здоров'я», що займає не менше 15 відсотків площі (тривалості) всієї реклами.

**Заборона дискримінаційної реклами**

 Відповідальність та повага до гідності при зображенні людей у рекламі мають бути в основі рекламних стандартів. Це, зокрема, закріплено у вимогах статті 8 Закону України «Про рекламу», згідно з якими у рекламі забороняється вміщувати твердження, які є дискримінаційними за ознаками походження людини, її соціального і майнового стану, расової та національної належності, статі, освіти, політичних поглядів, ставлення до релігії, за мовними ознаками, родом і характером занять, місцем проживання, а також такі, що дискредитують товари інших осіб.

 Зазначаємо основні критерії визначення реклами як дискримінаційної за ознакою статі:

- реклама не повинна порушувати права чи принижувати гідність людини;

- реклама вважається дискримінаційною за ознакою статі та порушує добросовісну маркетингову практику, якщо принижує значимість чи розумові здібності представників тієї чи іншої статі, пропагує стереотипні образи чи ролі, або наголошує на домінуванні чи перевагах однієї статі над іншою;

- реклама вважається дискримінаційною за ознакою статі та порушує добросовісну маркетингову практику, якщо зображує тіло (його частини) чи описує жінку або чоловіка як прикрасу чи сексуальний об’єкт, включає натяки на статеві стосунки та сексуальність людей, що не має прямого зв’язку із рекламованим продуктом, та прямих асоціацій зі споживанням рекламованого продукту, товару, послуг тощо; порушення посилюється, якщо сексуальність людини зображується чи описується принизливо та зневажливо через мову, позування, вербальні або невербальні натяки тощо;

- реклама вважається дискримінаційною за ознакою статі та порушує добросовісну маркетингову практику, якщо прямо чи опосередковано прирівнює жінку чи чоловіка до товарів чи речей, які можна також брати у користування для задоволення своїх потреб, тобто оречевлює людину;

- реклама вважається дискримінаційною за ознакою статі та порушує добросовісну маркетингову практику, якщо зображує агресію чи насильство однієї статі над іншою;

- реклама повинна обережно використовувати моделі та образи, які впливають на формування нездорового способу життя, або можуть викликати загрозу життю жінок і чоловіків, особливо молоді та дітей (моделі з анорексією, булімією); реклама має намагатися відображати більш реалістичні образи, зовнішність, поведінку жінок і чоловіків та запобігати приниженню;

- реклама не повинна включати заяви та візуальні презентації, які можуть негативно впливати або порушувати норми суспільної культури і моралі, що вважаються загальновизнаними більшістю споживачів (читачів, глядачів, покупців, відвідувачів тощо) рекламного продукту у даному суспільстві.