

Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів
та захисту споживачів

КОНТРОЛЬ НАД ТЮТЮНОМ РЯТУЄ ЖИТТЯ

Здійснення контролю за дотриманням
антитютюнового законодавства

Методичні рекомендації

Автори:
Ю.А. Сахно
П.С. Король
К.С. Красовський
А.П. Скіпальський

Мета цієї брошури: надати фахівцям структурних підрозділів, до повноважень яких належить контроль за дотриманням антитютюнового законодавства та за рекламою Державної служби України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів і її територіальних органів, інформацію та законодавче обґрунтування їх роботи у сфері контролю за виконанням антитютюнових законів та взаємодії з громадськістю.

Матеріали створено за підтримки та участі громадської організації «Центр громадянського представництва «Життя», громадської організації «Центр демократії та верховенства права» та Державної служби України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів.



ЦЕНТР ДЕМОКРАТІЇ ТА
ВЕРХОВЕНСТВА ПРАВА

УКРАЇНСЬКИЙ ЦЕНТР



КОНТРОЛЮ НАД ТЮТЮНОМ



ЖИТТЯ
Центр громадянського представництва

КИЇВ 2016

ЗМІСТ

1. Вступ: контроль над тютюном рятує життя.....	4
2. Повноваження Держпродспоживслужби при здійсненні контролю за до- триманням антитютюнового законодавства.....	6
3. Взаємодія з громадянами.....	10
4. Процедура здійснення державного контролю та накладання санкцій за порушення антитютюнового законодавства.....	12
5. Витяги із законодавства України.....	15
6. Актуальні питання.....	35
Список літератури.....	38
Для нотаток.....	40

1. Вступ: контроль над тютюном рятує життя

Щодня ми проходимо повз тютюнові кіоски, з вітрин яких на нас дивляться десятки пачок сигарет. На кожній пачці напис «Куріння вбиває», та ми не звертаємо уваги і йдемо далі, а через п'ять хвилин бачимо наступний тютюновий кіоск, і знов ті самі написи, і ніби нічого не сталося. Але за ці п'ять хвилин від хвороб, спричинених власним вживанням тютюну, у світі померло 50 людей, а ще 5 — від вимушеного вдихання тютюнового диму від сторонніх. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, щорічно від тютюну гине більше 5 мільйонів курців та понад 600 тисяч некурців [1].

Якщо уявити, що тютюнові виробники були б представлені на ринок зараз, з усіма вже відомими наслідками їх споживання, жоден уряд в світі не дозволив би їх вільний обіг. Через історичні причини та широке поширення споживання тютюну в сучасному суспільстві повна заборона тютюнових виробів поки що не є можливою, проте регулювання тютюнової продукції має принципово відрізнятись від регулювання інших споживчих товарів, бо всі тютюнові виробники завдають шкоду при будь-якому споживанні. Регулювання тютюнових виробів має бути спрямоване на те, щоб заохотити людей відмовитись від споживання тютюнових виробів або й ніколи не починати його.

На міжнародному рівні такі заходи регулювання встановлені Рамковою Конвенцією ВООЗ із боротьби проти тютюну (РКБТ) [2] — першим у світі міжнародним правовим договором у сфері громадського здоров'я, що накладає юридичні зобов'язання. Мета Конвенції полягає в захисті нинішнього та майбутніх поколінь від руйнівних наслідків для здоров'я людей, а також від соціальних, екологічних та економічних наслідків споживання тютюну і впливу тютюнового диму. Україна ратифікувала РКБТ у 2006 році. Для діяльності Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів найбільше значення мають Статті 8 та 13 РКБТ, щодо яких Конференцією сторін РКБТ ухвалено Керівні принципи їх виконання [3].

Стаття 8 РКБТ виходить із того, що наукові дані недвозначно підтверджують: вплив тютюнового диму є причиною смерті, хвороб та інвалідності, і тому кожна країна приймає і здійснює ефективні законодавчі, виконавчі, адміністративні та інші заходи, що забезпечують захист від впливу тютюнового диму, зокрема на робочих місцях усередині приміщень. Безпечного рівня тютюнового диму в повітрі не існує. Право людей дихати чистим повітрям має незаперечний пріоритет перед правом інших людей забруднювати повітря токсичними речовинами заради вгамування нікотинової залежності.

Стаття 13 РКБТ визнає, що повна заборона на рекламу, стимулювання продажу й спонсорство призведе до скорочення споживання тютюнових виробів, і тому кожна країна вводить повну заборону на всю рекламу, стимулювання продажу й спонсорство тютюнових виробів. Виробники намагаються приховати жакливі наслідки вживання тютюнових виробів, підвищуючи їх зовнішню привабливість, і фактично обманюють своїх клієнтів. Тому захист від будь-яких форм тютюнової реклами є захистом прав споживачів.

Керівні принципи як Статті 8, так і Статті 13 РКБТ визнають, що лобровільні підходи до захисту людей від тютюнового диму або тютюнової реклами є неефектив-

ними, і тому потрібні прості й чіткі законодавчі заходи. Ці заходи, зокрема, передбачають визначення органів виконавчої влади, які проводять моніторинг відповідних норм регулювання і виносять покарання як для юридичних, так і для фізичних осіб, що порушують ці норми. Керівні принципи підкреслюють, що громадянське суспільство й окремі громадяни мають брати участь у проведенні моніторингу й ефективному застосуванні визначених законом заборон.

Керівні принципи також визначають, що для ефективного захисту людей потрібно підвищувати поінформованість усіх верств населення щодо необхідності усунення всіх форм тютюнової реклами та нараженості на дію тютюнового диму, а також таких дій, за допомогою яких можна протидіяти порушенню чинного законодавства. Підвищення такої поінформованості і має забезпечити публікація цих методичних рекомендацій.

2. Повноваження Держпродспоживслужби при здійсненні контролю за дотриманням антитютюнового законодавства

Постановою від 02.09.2015 № 667 Кабінет Міністрів України затвердив Положення «Про Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів». Відповідно до зазначеного Положення Держпродспоживслужба є центральним органом виконавчої влади, який реалізує державну політику у галузі попередження і зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення, державного контролю за дотриманням законодавства про захист прав споживачів і рекламу у цій сфері.

Держпродспоживслужба відповідно до покладених на неї завдань здійснює контроль за дотриманням законодавства про рекламу в частині захисту прав споживачів реклами, приймає рішення про визнання реклами недобросовісною, прихованою, застосовує фінансові санкції до суб'єктів господарювання за порушення законодавства про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення.

Вищезазначеним Положенням визначено, що Держпродспоживслужба здійснює свої повноваження безпосередньо та через свої територіальні органи.

Основним законодавчим актом у сфері контролю над тютюном в Україні є Закон України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» (надалі — Закон).

Закон спрямовано на визначення правових, організаційних засад державної політики щодо попередження куріння чи іншого способу вживання тютюнових виробів серед громадян, і насамперед серед дітей та молоді, охорону здоров'я населення від шкідливих наслідків вживання тютюнових виробів.

Законом встановлено вимоги до виробництва, експорту та імпорту тютюнових виробів, вмісту шкідливих речовин, медичних попереджень, обмежень щодо реалізації та вживання тютюнових виробів, заборону реклами, стимулювання продажу та спонсорства тютюнових виробів, а також визначає повноваження Кабінету Міністрів України, центральних органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування.

Статтею 20 Закону Держпродспоживслужбі надано повноваження застосовувати до суб'єктів господарювання фінансові санкції за порушення законодавства про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення. Проте Закон, на відміну від Закону України «Про захист прав споживачів», не містить прямої норми, яка надає Держпродспоживслужбі та її територіальним органам право на проведення перевірки суб'єктів господарювання.

Разом із цим вищезазначеною статтею встановлено, що про вчинення правопорушення посадова особа Держпродспоживслужби або її територіального органу складає акт.

Відповідно до ч. 6 ст. 7 Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» акт складається у разі виявлення порушення за результатами здійснення планового або позапланового нагляду (перевірки).

Виходячи із зазначених норм законів, Держпродспоживслужба та її територіальні органи мають право проводити планові та позапланові перевірки на предмет дотримання суб'єктами господарювання вимог антитютюнового законодавства.

При цьому планові та позапланові перевірки проводяться за наявності посвідчення посадової особи, яка буде проводити перевірку, направлення на перевірку, у присутності керівника (заступника) уповноваженої особи суб'єкта господарювання та в робочий час суб'єкта господарювання. Про проведення перевірки посадова особа територіального органу Держпродспоживслужби повинна зробити відповідний запис у журналі реєстрації перевірок та надати копію направлення на перевірку. У разі відсутності посвідчення посадової особи та/або направлення на перевірку суб'єкт господарювання має право не допускати посадових осіб до перевірки.

Якщо за результатами проведення планової або позапланової перевірки порушень вимог антитютюнового законодавства з боку суб'єкта господарювання не виявлено, акт перевірки у такому разі не складається.

Статтею 13 Рамкової конвенції Всесвітньої організації з охорони здоров'я із боротьби проти тютюну передбачено, що кожна Сторона (країна), відповідно до своєї конституції або конституційних принципів, вводить повну заборону на всі форми реклами, стимулювання продажу та спонсорства тютюнових виробів протягом п'яти років після набуття чинності Конвенцією.

Нормативно-правовим актом, що визначає засади рекламної діяльності в Україні та регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами, є Закон України «Про рекламу» (надалі — Закон про рекламу).

Законом про рекламу встановлено, що законодавство України про рекламу складається із цього Закону та інших нормативних актів, які регулюють відносини у сфері реклами. Так, зокрема, Закон України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення» є частиною законодавства України про рекламу, оскільки стаття 16 встановлює вимоги до реклами, стимулювання продажу та спонсорства тютюнових виробів.

16 вересня 2012 року вступили в силу зміни до ст. 22 Закону про рекламу, а саме — включено широкий перелік заборон реклами тютюнових виробів, реклами знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, зокрема цей перелік було доповнено такими заборонами реклами тютюнових виробів: за допомогою заходів рекламного характеру (крім спеціальних виставкових заходів тютюнових виробів за умови, що на такі заходи допускаються лише працівники підприємств, які мають ліцензію на оптову торгівлю тютюновими виробами або виробництво тютюнових виробів); у місцях проведення масових заходів, у мережі Інтернет, проведення заходів з обміну тютюнових виробів на будь-які інші товари, роботи, послуги; надання права участі у лотереї, грі, конкурсі та інших розважальних заходах, якщо умовою надання права участі є придбання тютюнових виробів; продаж тютюнових виробів у наборі з будь-якими іншими товарами, які не пов'язані із вживанням тютюнових виробів; надсилання повідомлень невизначеному колу осіб поштою, електронною поштою, засобами мобільного зв'язку та іншими.

Закон про рекламу містить перелік центральних органів виконавчої влади, які уповноважені здійснювати контроль за дотриманням законодавства про рекламу. Разом із тим цей Закон визначає, що накладати санкції за порушення законодавства про рекламу, крім тих, що належать до компетенції Антимонопольного комітету України

й регулюються законодавством з питань авторського права та суміжних прав, уповноважено Держпродспоживслужбу, як центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів.

Порядок здійснення контролю за дотриманням законодавства про рекламу встановлено ст. 26 Закону України «Про рекламу» та Порядком накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України 26.05.2004 № 693 (надалі — Порядок), який передбачає, що санкції за порушення законодавства про рекламу застосовуються за результатами розгляду справи на підставі відповідного протоколу, складеного уповноваженою посадовою особою Антимонопольного комітету, Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, Мінфіну, НКЦПФР або Держпродспоживслужби та її територіальних органів.

При здійсненні провадження у справах за ознаками порушення законодавства про рекламу оформлюються такі основні процесуальні документи:

- протокол про порушення законодавства про рекламу;
- рішення про початок розгляду справи за ознаками порушення законодавства про рекламу;
- протокол засідання по справі;
- рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу.

При цьому виявлення ознак порушення законодавства про рекламу ані Закон про рекламу, ані інші акти законодавства не пов'язують із проведенням перевірок чи інших спеціальних заходів контролю. Оформлення таких документів, як акти перевірок, направлення на перевірку, повідомлення про перевірку, законодавством про рекламу не передбачено.

Слід зазначити, що Законом про рекламу, на відміну від Закону України «Про захист прав споживачів», органам у справах захисту прав споживачів не надано право здійснювати планові та позапланові заходи державного нагляду: перевірки, ревізії, огляди, обстеження та інші подібні дії.

Посадові особи Держпродспоживслужби та її територіальні органи, які розглядають справу про порушення законодавства про рекламу, мають право лише на отримання документів, усних чи письмових пояснень, відео — та звукозаписів, а також іншої інформації, яка стосується порушень законодавства про рекламу (ч. 2 ст. 26 Закону про рекламу). Ці дії здійснюються в межах розгляду справи про порушення законодавства України про рекламу.

Також, відповідно до ст. 1 Закону про рекламу, реклама — інформація про особу чи товар, що розповсюджена у будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Виходячи із визначення терміну «реклама», слід зазначити, що Держпродспоживслужба та її територіальні органи здійснюють контроль за розповсюдженням саме інформації, а не перевіряють господарську діяльність рекламодавців, розповсюджувачів та виробників реклами. Розповсюдження реклами має необов'язковий, періодичний характер: вона може розповсюджуватися як один день, один місяць, так і зовсім не розповсюджуватися.

Також, відповідно до ст. 1 Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності», державний нагляд (контроль) — діяль-

ність уповноважених законом органів виконавчої влади, щодо виявлення та запобігання порушенням вимог законодавства суб'єктами господарювання. Виходячи з терміну «особа», визначення якого наведене у ст. 1 Закону про рекламу, рекламодавцем, розповсюджувачем та виробником реклами можуть бути не лише суб'єкти господарювання, а й фізичні особи та представництва нерезидента в Україні. Тобто Держпродспоживслужба та її територіальні органи уповноважені притягувати до відповідальності за порушення законодавства про рекламу не тільки суб'єктів господарювання, а й фізичних осіб та представництва нерезидента в Україні.

Враховуючи вищевикладене, зазначаємо, що норми Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» не можуть поширюватися на норми Закону про рекламу в частині проведення планових та позапланових заходів державного нагляду (контролю).

Закон України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» та Закон України «Про рекламу» хоча й містять різні процедури здійснення державного контролю та різні розміри штрафних санкцій, але обидва визначають Держпродспоживслужбу як єдиний орган виконавчої влади, що має повноваження та механізм притягнення до відповідальності порушників вимог антитютюнового законодавства та законодавства про рекламу.

3. Взаємодія з громадянами

Звернення громадян є одним із засобів захисту їхніх прав та законних інтересів. Вказане право закріплено основним законом держави. У ст. 40 Конституції України зазначено, що усі мають право направляти індивідуальні чи колективні письмові звернення або особисто звертатися до органів державної влади, органів місцевого самоврядування та посадових і службових осіб цих органів, що зобов'язані розглянути звернення і надати обґрунтовану відповідь у встановлений законом строк.

Загальні засади реалізації права громадян на звернення визначено Законом України «Про звернення громадян» (надалі — Закон про звернення), де встановлено вимоги до звернень, порядок та терміни їх розгляду, права громадян при розгляді звернень, обов'язки органів виконавчої влади та відповідальність за порушення законодавства про звернення громадян.

У зазначеному законі розкривається зміст понять «пропозиція», «заява», «скарга». Характеризуючи ці види звернень, слід відзначити, що якщо пропозиція і заява, як правило, не пов'язані з порушенням прав та інтересів громадян, які охороняються законом, то у скарзі завжди вказується на порушення прав або інтересів громадян, які охороняються законом.

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 має 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.

У разі особистого подання письмового звернення, на вимогу громадянина, на першому аркуші копії звернення, яку він залишає собі, проставляється відповідний штамп, дата надходження та вхідний номер звернення.

Слід зазначити, що звернення юридичних осіб, громадських організацій тощо, не є підставою для проведення позапланової перевірки суб'єкта господарювання на предмет дотримання вимог антитютюнового законодавства. Законом України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» встановлено, що підставою для такої перевірки є обґрунтоване звернення фізичної особи щодо порушення її законних прав.

Разом із тим, звернення щодо порушення законодавства про рекламу, що також надходять від об'єднання громадян (громадської організації) та об'єднання підприємств у галузі реклами необхідно розглядати у встановленому порядку, оскільки право на таке звернення обумовлено ст. 29 Закону про рекламу.

Якщо у зверненні про факти порушення антитютюнового законодавства для життя заходів достатньо найменування суб'єкта господарювання та його місцезнаходження, то до звернення про факти порушення законодавства про рекламу (у т. ч. реклами тютюнових виробів) має бути додана фотофіксація реклами, як доказова база для розгляду справи та, в подальшому, за необхідністю, звернення до суду.

Законом про звернення встановлено наступні терміни розгляду звернень;

- не більше 5 днів на пересилку до відповідного органу, з одночасним повідомленням громадянина, — якщо питання у зверненні не належать до повноважень

Держпродспоживслужби та її територіальних органів;

- не пізніш як через 10 днів від дня його надходження — якщо звернення оформлене без дотримання встановлених Законом про звернення вимог;
- не пізніше 15 днів — якщо звернення не потребує додаткового вивчення (без проведення заходів державного контролю);
- не більше 1 місяця — якщо звернення потребує додаткового вивчення (проведення заходів державного контролю);
- не більше 45 днів — якщо вирішити звернення у місячний термін неможливо (при цьому після спливу місячного терміну до керівництва подається службова записка із зазначенням причин подовження строку розгляду та надається проміжна відповідь громадянину).

На обґрунтовану письмову вимогу громадянина термін розгляду звернення може бути скорочено.

Також, Закон про звернення надає право громадянину: знайомитися з матеріалами перевірки, бути присутнім при розгляді заяви чи скарги; користуватися послугами адвоката або представника трудового колективу, організації, яка здійснює правозахисну функцію, оформивши це уповноваження у встановленому законом порядку; одержати письмову відповідь про результати розгляду заяви чи скарги; висловлювати усно або письмово вимогу щодо дотримання таємниці розгляду заяви чи скарги.

4. Процедура здійснення державного контролю та накладання санкцій за порушення антитютюнового законодавства

4.1 Перевірки та накладання санкцій за порушення законодавства про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення

Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» передбачає планові та позапланові заходи (перевірки) зі здійснення державного контролю.

Планові перевірки здійснюються відповідно до річних або кварталних планів. Держпродспоживслужба здійснює планові перевірки за умови письмового повідомлення суб'єкта господарювання про проведення планового заходу не пізніше як за десять днів до дня здійснення цього заходу. Суб'єкт господарювання має право не допускати посадову особу органу державного нагляду (контролю) до здійснення планового заходу в разі недержання повідомлення про здійснення планового заходу. Строк здійснення планового заходу не може перевищувати п'ятнадцяти робочих днів, а для суб'єктів малого підприємництва — п'яти робочих днів, якщо інше не передбачено законом. Продовження строку здійснення планового заходу не допускається.

Позапланові перевірки здійснюються з таких підстав:

- 1) прохання самого підприємця про проведення перевірки;
- 2) виявлення та підтвердження недостовірності даних у звітності підприємця;
- 3) перевірка виконання підприємцем вимог про усунення порушень, виявлених попередніми плановими перевірками;
- 4) **скарга на підприємця про порушення ним вимог законодавства, позаплановий захід у цьому разі здійснюється тільки за наявності згоди центрального органу виконавчої влади на його проведення;**
- 5) неподання чи невчасне подання підприємцем звітності без поважних на те причин;
- 6) настання аварії, смерті потерпілого внаслідок нещасного випадку або професійного захворювання, що було пов'язано з діяльністю суб'єкта господарювання.

Відповідно до Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення», Держпродспоживслужба накладає фінансові санкції на суб'єктів господарювання за порушення законодавства про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення.

За результатами проведеної перевірки суб'єкта господарювання уповноваженою особою Держпродспоживслужби складається акт про вчинене правопорушення, який разом із письмовим поясненням керівника відповідного суб'єкта господарювання та документами, що стосуються справи, протягом трьох днів надсилається посадовій особі, яка має право накладати фінансові санкції.

Фінансові санкції накладаються керівником, заступниками керівника Держпродспоживслужби, керівником чи заступниками керівника управлінь в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі після розгляду матеріалів, які

засвідчують факт порушення.

Рішення про накладення фінансових санкцій приймається протягом 10 днів після отримання всіх документів, які стосуються справи. Рішення про накладання фінансових санкцій оформлюється постановою, що надсилається суб'єкту господарювання, на якого накладено фінансові санкції, та банківській установі, у якій відкрито поточний рахунок цієї юридичної особи.

У разі невиконання особою постанови про накладання фінансових санкцій, передбачених статтею 20 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення», у добровільному порядку, сума штрафу (санкції) стягується у порядку адміністративного судочинства. При цьому статтею 99 Кодексу адміністративного судочинства (надалі — КАСУ) встановлено строки подання відповідної позовної заяви, а саме:

— для суб'єкта владних повноважень (Держпродспоживслужби або її територіального органу) — шестимісячний строк, який обчислюється з дня виникнення підстав (з дня винесення відповідного рішення або прийняття постанови), що дають право на пред'явлення передбачених законом вимог (абзац 2 частини другої ст. 99 КАСУ);

— для особи (стосовно якої прийнято рішення про накладення штрафу або прийнято постанову) — місячний строк, який обчислюється з дня, коли особа дізналася або повинна була дізнатися стосовно прийнятого щодо неї рішення (частини третя та п'ята ст. 99 КАСУ).

Позовна заява повинна відповідати вимогам, встановленим статтею 106 КАСУ.

4.2 Розгляд справи та накладання санкцій за порушення законодавства про рекламу тютюнових виробів

Відповідно до пункту 9 Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу підставою для розгляду справи про порушення законодавства про рекламу є відповідний протокол про порушення законодавства про рекламу, складений уповноваженою особою Держпродспоживслужби або її територіального органу. Протокол складається після встановлення ознак порушення законодавства про рекламу.

Певного терміну, протягом якого має бути складено протокол, законодавством не встановлено, але необхідно, щоб розгляд справи не перевищував строків застосування адміністративно-господарських санкцій, які зазначено у ст. 250 Господарського кодексу України, тобто 6 місяців із дня виявлення порушення, але не пізніше як через один рік із дня вчинення порушення.

Протокол про порушення законодавства про рекламу складається в одному примірнику і залишається у матеріалах справи. До протоколу можуть бути додані матеріали, які містять ознаки або факти порушення законодавства про рекламу (фото-, аудіо— або відеофіксація, буклети, листівки, звернення громадянина, громадської організації, об'єднання підприємств у галузі реклами та ін.).

Відповідно до п. 10 Порядку, протокол про порушення законодавства про рекламу розглядається не більш як у місячний строк, після чого за наявності ознак порушення законодавства про рекламу приймається рішення про початок розгляду справи, яке оформлюється в одному примірнику і залишається у справі. При невідповідності ознак порушення рішення про початок розгляду справи не приймається.

Після прийняття рішення про початок розгляду справи починається розгляд справи, який відповідно до пункту 12 Порядку здійснюється протягом не більш як одного місяця (слід зазначити, що строк може бути подовжений не більше ніж на три місяці).

Після з'ясування відповідності реклами вимогам законодавства посадові особи, які розглядають справу, не пізніше як за п'ять днів до дати розгляду повідомляють рекламодавців та/або виробників та/або розповсюджувачів реклами про розгляд справи рекомендованим листом або іншим шляхом, який передбачає письмове підтвердження отримання повідомлення, із зазначенням дати, місця та часу розгляду справи.

Відповідно до пункту 16 Порядку справа розглядається за участі представника особи, щодо якої порушено справу. У разі її відсутності справу може бути розглянуто, якщо, незважаючи на своєчасне повідомлення про місце і час розгляду справи, не надійшло обґрунтоване клопотання про відкладення розгляду справи.

Про результати розгляду справи складається протокол засідання, який підписується керівником відповідного структурного підрозділу Держпродспоживслужби або її територіального органу. Протокол засідання — останній процесуальний документ перед прийняттям рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу. Якщо за результатами розгляду справи в діях особи, щодо якої порушено справу про порушення законодавства про рекламу, не доведено факт вчинення порушення, відповідно до пункту 17 Порядку провадження у справі припиняється.

Згідно з пунктом 18 Порядку за результатами розгляду справи Головою Держпродспоживслужби, його заступниками, начальниками територіальних органів Держпродспоживслужби, їхніми заступниками приймається рішення про накладення штрафу, що оформлюється у двох примірниках, один із яких залишається у Держпродспоживслужбі або її територіальному органі, другий — у 10-денний строк надсилається рекомендованим листом особі, стосовно якої було прийняте рішення, або видається її представникові під розписку.

У разі невиконання особою рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу (у тому числі рішень, передбачених частиною другою ст. 26 Закону України «Про рекламу») у добровільному порядку, сума штрафу (санкції) стягується у порядку адміністративного судочинства. При цьому статтею 99 Кодексу адміністративного судочинства (надалі — КАСУ) встановлено строки подання відповідної позовної заяви, а саме:

— для суб'єкта владних повноважень (Держпродспоживслужби або її територіального органу) — шестимісячний строк, який обчислюється із дня виникнення підстав (із дня винесення відповідного рішення або прийняття постанови), що дають право на пред'явлення передбачених законом вимог (абзац 2 частини другої ст. 99 КАСУ);

— для особи (стосовно якої прийнято рішення про накладення штрафу або прийнято постанову) — місячний строк, який обчислюється із дня, коли особа дізналася або повинна була дізнатися стосовно прийнятого щодо неї рішення (частини третьої та п'ятої ст. 99 КАСУ).

Позовна заява повинна відповідати вимогам встановленим статтею 106 КАСУ.

5. Витяги із законодавства України

Закон України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» (витяг)

Стаття 1. Визначення термінів.

реклама й стимулювання продажу тютюну — будь-який вид передачі комерційної інформації, рекомендації або дії, метою чи результатом або ймовірним результатом якого є стимулювання продажу тютюнового виробу або вживання тютюну, прямо чи опосередковано;

спонсорство тютюну — будь-який вид внеску в будь-яку подію, захід або окрему особу, метою чи результатом або ймовірним результатом якого є стимулювання продажу тютюнового виробу або вживання тютюну, прямо чи опосередковано;

Стаття 13. Обмеження щодо реалізації (продажу) та вживання тютюнових виробів.

Реалізація (продаж) тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, особам, які не досягли 18 років, а також реалізація (продаж) тютюнових виробів в упаковках, що містять менше ніж 20 сигарет або цигарок, чи поштучно (крім сигар)

забороняються. Законом можуть встановлюватися й інші обмеження щодо реалізації (продажу) тютюнових виробів.

Забороняється куріння тютюнових виробів, а також електронних сигарет і кальянів:

- 1) у ліфтах і таксофонах;
- 2) у приміщеннях та на території закладів охорони здоров'я;
- 3) у приміщеннях та на території навчальних закладів;
- 4) на дитячих майданчиках;
- 5) у приміщеннях та на території спортивних і фізкультурно-оздоровчих споруд та закладів фізичної культури і спорту;
- 6) у під'їздах житлових будинків;
- 7) у підземних переходах;
- 8) у транспорті загального користування, що використовується для перевезення пасажирів;
- 9) у приміщеннях закладів ресторанного господарства;
- 10) у приміщеннях об'єктів культурного призначення;
- 11) у приміщеннях органів державної влади та органів місцевого самоврядування, інших державних установ;
- 12) на стаціонарно обладнаних зупинках маршрутних транспортних засобів.

Забороняється, крім спеціально відведених для цього місць, куріння тютюнових виробів:

- 1) у приміщеннях підприємств, установ та організацій усіх форм власності;
- 2) у приміщеннях готелів та аналогічних засобів розміщення громадян;
- 3) у приміщеннях гуртожитків;
- 4) в аеропортах та на вокзалах.

У місцях та закладах, де куріння заборонено, має бути розміщена наочна інформація, яка складається із графічного знака про заборону куріння та тексту такого змісту: «Куріння заборонено!».

У спеціально відведених для куріння місцях розміщується наочна інформація, яка складається із відповідного графічного знака та тексту такого змісту: «Місце для куріння. Куріння шкодить Вашому здоров'ю!»

Власник, уповноважені ним особи або орендарі відповідних споруд чи окремих приміщень зобов'язані відвести спеціальні місця для куріння, сумарна площа яких не має перевищувати 10 відсотків загальної площі відповідної споруди чи приміщення, обладнані витяжною вентиляцією чи іншими засобами для видалення тютюнового

диму, а також розмістити інформацію, передбачену частиною п'ятою цієї статті.

На час проведення масових заходів сільські, селищні та міські ради в межах відповідної адміністративної території можуть заборонити або обмежити куріння тютюнових виробів.

Стаття 16. Заборона реклами, стимулювання продажу та спонсорства тютюнових виробів.

Забороняються будь-яка реклама та стимулювання продажу тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, в тому числі:

проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень та дегустації, обміну тютюнових виробів на тютюнові вироби чи будь-які інші товари, роботи, послуги;

використання тютюнових виробів з метою отримання товарів, робіт, послуг; пропонування або надання будь-якого прямого чи непрямого відшкодування на придбання або використання тютюнових виробів;

пропонування або надання бонусів, премій, повернення готівкових коштів, права на участь у будь-якій грі, лотереї, конкурсі, події, прямо або опосередковано пов'язаних з тютюновими виробами, або якщо умовою надання або участі в яких є придбання або вживання тютюнових виробів;

продаж тютюнових виробів у наборі з будь-якими іншими товарами або послугами;

розміщення інформації про виробника тютюнових виробів та/або тютюнові вироби у місцях, де ці вироби реалізуються чи надаються споживачеві, у тому числі на елементах обладнання та/або оформлення місць торгівлі, за виключенням одного плаката розміром не більше 40 x 30 см на одне місце торгівлі, в якому надається текстова інформація про наявні в продажу тютюнові вироби та ціни на них;

розміщення інформації з метою стимулювання продажу тютюну безпосередньо на тютюнових виробках та/або їх упаковці, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; адрес веб-сайтів, електронної пошти; вкладень до упаковки тютюнових виробів; текстової або графічної інформації на прозорій обгортці упаковки тютюнових виробів;

розміщення інформації щодо тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, в місцях проведення розважальних заходів, в місцях роздрібною торгівлі, на автотранспортних засобах та обладнанні;

надсилання повідомлень поштою, електронною поштою, повідомлень на мобільні телефони, поширення відеодисків, відеоматеріалів, компакт-дисків, комп'ютерних

та інших ігор, розміщення інформації в мережі Інтернет з метою стимулювання продажу тютюнових виробів;

продаж, пропонування для продажу, поставка чи реклама нетютюнових виробів, послуг, реклама або упаковка яких містить напис, малюнок чи будь-яке інше зображення, повідомлення, які повністю або в частині ідентифікуються чи асоціюються з тютюновим виробом, знаком для тютюнових товарів і послуг чи з виробником тютюнових виробів;

інші заходи прямого та непрямого стимулювання продажу тютюнових виробів та вживання тютюну.

Забороняється спонсорство тютюну, в тому числі:

спонсорство телепередач, радіопередач, театральних-концертних, спортивних та інших заходів, програм чи окремих осіб або спонсорство з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби;

надання виробниками тютюнових виробів або пов'язаними з ними організаціями фінансової або іншої підтримки заходам, діяльності, окремим особам або групам, в тому числі політичним партіям або діячам, спортсменам або спортивним командам, артистам або артистичним групам, навчальним закладам усіх форм власності;

проведення інформаційних кампаній та заходів для населення, в тому числі з метою профілактики куріння серед молоді, за прямої або опосередкованої фінансової підтримки виробників тютюнових виробів або пов'язаних з ними організацій.

Стаття 20. Відповідальність за порушення законодавства про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення.

Особи, винні у порушенні законодавства про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення, несуть відповідальність згідно з законом.

За порушення норм цього Закону центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, застосовує фінансові санкції до суб'єктів господарювання у разі:

розміщення попільничок або куріння у приміщеннях закладів ресторанного господарства — від однієї тисячі гривень до десяти тисяч гривень;

невідведення спеціальних місць для куріння, необладнання їх витяжною вентиляцією чи іншими засобами для видалення тютюнового диму, нерозміщення інформації, передбаченої частиною п'ятою статті 13 цього Закону, — від однієї тисячі гривень до десяти тисяч гривень;

порушення заборони щодо реклами, стимулювання продажу та спонсорства тютюнових виробів — від тридцяти тисяч гривень до п'ятдесяти тисяч гривень за кожен факт реклами на окремому рекламному носії або кожний окремий захід з метою стимулювання продажу тютюнових виробів.

Рішення центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, може бути оскаржено до суду.

Фінансові санкції, накладені центральним органом виконавчої влади, що реалізує

державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, стягуються у встановленому законом порядку.

Фінансові санкції, передбачені частиною другою цієї статті, накладаються керівником, заступниками керівника центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, а також іншими уповноваженими керівником посадовими особами цього органу після розгляду матеріалів, які засвідчують факт порушення.

Про вчинення правопорушення, зазначеного у частині другій цієї статті, уповноваженою особою центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, складається акт, який разом з письмовим поясненням керівника відповідного суб'єкта господарювання та документами, що стосуються справи, протягом трьох днів надсилається посадовій особі, яка має право накладати фінансові санкції.

Рішення про накладення фінансових санкцій приймається протягом 10 днів після отримання документів, зазначених у частині шостій цієї статті. Рішення про накладення фінансових санкцій оформлюється постановою, що надсилається суб'єкту господарювання, на якого накладено фінансові санкції, та банківській установі, в якій відкрито поточний рахунок цієї юридичної особи.

Накладення фінансових санкцій не звільняє осіб, винних у порушенні цього Закону, від дисциплінарної, адміністративної, цивільно-правової або кримінальної відповідальності, встановленої законами України.

ЗАКОН УКРАЇНИ «Про рекламу» (витяг)

Стаття 1. Визначення термінів.

реклама — інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару

спонсорство — добровільна матеріальна, фінансова, організаційна та інша підтримка фізичними та юридичними особами будь-якої діяльності з метою популяризації виключно свого імені, найменування, свого знака для товарів і послуг.

Стаття 22. Реклама алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби.

1. Реклама тютюнових виробів, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, забороняється:

на радіо та телебаченні, у тому числі за допомогою кабельного, супутникового, IP-телебачення, онлайн-телебачення, мобільного телебачення, цифрового ефірного телебачення та інших засобів передавання сигналу;

у наукових, науково-популярних, навчальних, громадсько-політичних, довідкових, літературно-художніх виданнях, виданнях для дітей та юнацтва, виданнях для організації дозвілля та відпочинку, спорту та інших виданнях, у тому числі в усіх друкованих засобах масової інформації;

засобами внутрішньої реклами;

на транспорті;

за допомогою заходів рекламного характеру (крім спеціальних виставкових заходів тютюнових виробів за умови, що на такі заходи допускаються лише працівники підприємств, які мають ліцензію на оптову торгівлю тютюновими виробами або виробництво тютюнових виробів);

засобами зовнішньої реклами;

у місцях проведення масових заходів політичного, освітнього, релігійного, спортивного характеру та розважальних заходів, призначених для неповнолітніх осіб;

у мережі Інтернет, крім веб-сайтів, призначених для повнолітніх осіб, обов'язковою умовою доступу до яких є попередня ідентифікація віку користувачів.

2. Реклама алкогольних напоїв, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, забороняється:

на радіо та телебаченні з 6 до 23 години;

на перших і останніх сторінках газет, на обкладинках журналів та інших видань, в усіх виданнях для дітей та юнацтва, на сторінках для дітей та юнацтва усіх друкованих видань;

в усіх друкованих засобах масової інформації (крім спеціалізованих видань);

засобами внутрішньої реклами;

за допомогою заходів рекламного характеру (крім спеціальних виставкових заходів алкогольних напоїв);

на зовнішніх та внутрішніх поверхнях транспортних засобів загального користування та метрополітену;

засобами зовнішньої реклами.

3. Реклама алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби:

забороняється на товарах та у друкованих виданнях, призначених переважно для осіб віком до 18 років, або у розрахованих на зазначених осіб частинах інших друкованих видань;

забороняється з використанням осіб віком до 18 років як фотомоделей;

не повинні містити зображення процесу паління тютюнових виробів або споживання алкогольних напоїв;

не може розташовуватися ближче ніж за 300 метрів прямої видимості від території дитячих дошкільних закладів, середніх загальноосвітніх шкіл та інших навчальних закладів, в яких навчаються діти віком до 18 років;

не може формувати думку, що паління або вживання алкоголю є важливим фактором досягнення успіху в спортивній, соціальній, сексуальній або інших сферах життя;

не повинна створювати враження, що вживання алкогольних напоїв чи паління тютюнових виробів сприятиме розв'язанню особистих проблем;

не може формувати думку, що алкоголь чи тютюнові вироби мають лікувальні якості або що вони є стимулюючими чи заспокійливими засобами;

не повинна заохочувати до вживання алкогольних напоїв чи тютюнопаління або негативно розцінювати факт утримування від вживання тютюнових виробів та алкогольних напоїв;

не може містити зображень лікарів та інших професійних медичних працівників, а також осіб, зовнішній вигляд яких імітує зовнішній вигляд лікарів;

не повинна створювати враження, що більшість людей палить або вживає алкогольні напої;

забороняється шляхом розміщення зображення тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, під якими випускаються тютюнові вироби, на будь-яких інших товарах, крім розміщення на товарах (предметах), пов'язаних із вживанням тютюнових виробів, запальничках, попільничках.

4. Спонсорування теле-, радіопередач, театральних-концертних, спортивних та інших заходів з використанням знаків для товарів та послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, забороняється.

Дозволяється спонсорування теле-, радіопередач, театральних-концертних, спортивних та інших заходів з використанням знаків для товарів та послуг, під якими випускаються алкогольні напої.

5. Реклама будь-яких товарів або послуг не повинна містити зображення тютюнових виробів або процесу паління тютюнових виробів.

6. Забороняються такі види діяльності з рекламування алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби:

спонсорування заходів, призначених переважно для осіб віком до 18 років, з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби та алкогольні напої;

розповсюдження та продаж будь-яких товарів (крім товарів, які пов'язані з вживанням тютюнових виробів, запальничок, сірників, попільничок) з використанням знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби та алкогольні напої;

проведення заходів з обміну тютюнових виробів на будь-які інші товари, роботи, послуги;

надання права участі у лотереї, грі, конкурсі та інших розважальних заходах, якщо умовою надання права участі є придбання тютюнових виробів;

зображення тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, в місцях проведення розважальних заходів для неповнолітніх осіб та на автотранспортних засобах;

зображення тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, або процесу паління тютюнових виробів, на упаковці чи під час реклами будь-яких інших товарів чи послуг, які не пов'язані з вживанням тютюнових виробів;

продаж тютюнових виробів у наборі з будь-якими іншими товарами, які не пов'язані з вживанням тютюнових виробів;

надсилання повідомлень невизначеному колу осіб поштою, електронною поштою, засобами мобільного зв'язку.

7. Реклама тютюнових виробів та алкогольних напоїв, а також знаків для товарів та послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються дані вироби та напої, повинна супроводжуватися текстами попередження такого змісту: «Куріння може викликати захворювання на рак», «Надмірне споживання ал-

коголю шкідливе для вашого здоров'я». Кожному попередженню має бути відведено не менше 15 відсотків площі (обсягу) всієї реклами. Колір тексту попередження має бути чорним, а колір фону попередження — білим.

Текст попередження в рекламі в друкованих засобах масової інформації має розміщуватися горизонтально, внизу рекламного зображення.

8. Рекламодавці алкогольних напоїв та тютюнових виробів зобов'язані у порядку, передбаченому законами України, спрямовувати на виробництво та розповсюдження соціальної реклами щодо шкоди тютюнопаління та зловживання алкоголем не менше 5

відсотків коштів, витрачених ними на розповсюдження реклами тютюнових виробів та алкогольних напоїв у межах України. Розпорядники цих коштів щоквартально оприлюднюють звіт щодо їх використання.

9. Реклама алкогольних напоїв, тютюнових виробів, пива та/або напоїв, що виготовляються на його основі, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, тютюнові вироби, пиво та/або напої, що виготовляються на його основі, не повинна містити зображення популярних осіб або пряме чи опосередковане схвалення популярними особами паління або вживання алкоголю, пива та напоїв, що виготовляються на його основі.

Стаття 26. Контроль за дотриманням законодавства про рекламу.

1. Контроль за дотриманням законодавства України про рекламу здійснюють у межах своїх повноважень:

центральный орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів — щодо захисту прав споживачів реклами;

Антимонопольний комітет України — щодо дотримання законодавства про захист економічної конкуренції;

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення — щодо теле-радіоорганізацій усіх форм власності;

центральный орган виконавчої влади, що реалізує державну фінансову політику, — щодо реклами державних цінних паперів;

Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку — щодо реклами на фондовому ринку;

центральный орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сферах будівництва, архітектури, — щодо спорудження житлового будинку;

центральный орган виконавчої влади, що реалізує державну політику з питань державного нагляду та контролю за дотриманням законодавства про зайнятність населення, — щодо реклами про вакансії (прийом на роботу).

2. На вимогу органів державної влади, на які згідно із законом покладено контроль за дотриманням вимог законодавства про рекламу, рекламодавці, виробники та розповсюдженні реклами зобов'язані надавати документи, усні та/або письмові пояснення, відео- та звукозаписи, а також іншу інформацію, необхідну для здійснення ними повноважень щодо контролю.

Крім того, відповідний орган державної влади має право:

вимагати від рекламодавців, виробників та розповсюдженців реклами усунення виявлених порушень вимог законодавства;

вимагати припинення дій, що перешкоджають здійсненню державного контролю; надавати (надсилати) рекламодавцям, виробникам та розповсюджувачам реклами обов'язкові для виконання приписи про усунення порушень;

приймати рішення про визнання реклами недобросовісною, прихованою, про визнання порівняння в рекламі неправомірним з одночасним зупиненням її розповсюдження;

приймати рішення про зупинення розповсюдження відповідної реклами.

Органи державної влади зобов'язані повідомляти рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами про розгляд справ про порушення ними вимог законодавства про рекламу не менше ніж за п'ять робочих днів до дати розгляду справи.

3. Рекламодавці, виробники та розповсюджувачі реклами під час розгляду питання про порушення цього Закону мають право:

бути присутніми на засіданні державного органу під час розгляду питання про порушення ними цього Закону;

подавати необхідні документи, давати пояснення;

отримувати копію протоколу засідання та рішення державного органу, прийнятого щодо них;

оскаржувати дії чи бездіяльність зазначеного державного органу та його посадових осіб до суду.

Стаття 27. Відповідальність за порушення законодавства про рекламу.

1. Особи, винні у порушенні законодавства про рекламу, несуть дисциплінарну, цивільно-правову, адміністративну та кримінальну відповідальність відповідно до закону.

Норми цієї статті не поширюються на порушення, зазначені у статті 24-1 цього Закону.

2. Відповідальність за порушення законодавства про рекламу несуть:

1) рекламодавці, винні:

у замовленні реклами продукції, виробництво та/або обіг якої заборонено законом;

у наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для виробництва реклами;

у замовленні розповсюдження реклами, забороненої законом;

у недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами;

у порушенні порядку розповсюдження реклами, якщо реклама розповсюджується ними самостійно;

2) виробники реклами, винні у порушенні прав третіх осіб при виготовленні реклами;

3) розповсюджувачі реклами, винні в порушенні встановленого законодавством порядку розповсюдження та розміщення реклами.

3. З метою захисту інтересів суспільства, держави, споживачів реклами і учасників рекламного ринку державні органи, зазначені у статті 26 цього Закону, можуть звертатися до суду з позовами про заборону відповідної реклами та її публічне спростування.

4. Центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів,

за поданням державних органів, зазначених у статті 26 цього Закону, або самостійно у випадках, передбачених цією статтею, крім тих, які віднесено виключно до компетенції Антимонопольного комітету України та які регулюються законодавством з питань авторського права та суміжних прав, накладає штрафи у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, на:

рекламодавців за вчинення дій, передбачених пунктом 1 частини другої цієї статті, — у розмірі п'ятикратної вартості розповсюдженої реклами;

виробників реклами за вчинення дій, передбачених пунктом 2 частини другої цієї статті, — у розмірі п'ятикратної вартості виготовлення реклами;

розповсюджувачів реклами за вчинення дій, передбачених пунктом 3 частини другої цієї статті, — у розмірі п'ятикратної вартості розповсюдження реклами.

Повторне вчинення перелічених порушень протягом року тягне за собою накладення штрафу у подвійному від передбаченого за ці порушення розмірі.

5. Вартість розповсюдженої реклами визначається виходячи з договірної (контрактної) вартості без урахування суми внесених (нарахованих) податків, зборів (обов'язкових платежів), які встановлені Податковим кодексом України (2755-17).

6. За неподання або подання завідомо недостовірної інформації щодо вартості розповсюдженої реклами та/або виготовлення реклами та/або вартості розповсюдження реклами центральному органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, необхідної для здійснення ними передбачених цим Законом повноважень, на рекламодавців, виробників реклами та розповсюджувачів реклами накладається штраф у розмірі 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

7. У разі неможливості встановлення вартості реклами, розповсюдженої з порушенням вимог цього Закону, на рекламодавців та розповсюджувачів реклами рішенням центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, накладається штраф у розмірі до 300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

8. Рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу у розмірі 300 і більше неоподатковуваних мінімумів доходів громадян приймається виключно центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів.

9. Центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, може вимагати від рекламодавців публікації відомостей, що уточнюють, доповнюють рекламу, та звертатися з позовом до суду щодо протиправних дій рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами.

10. Антимонопольний комітет України накладає стягнення на рекламодавців за порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.

11. Рішення у справах про порушення законодавства про рекламу можуть бути оскаржені до суду.

12. Положення цієї статті не обмежують прав споживачів реклами, яким було завдано шкоди недобросовісною та неправомірною порівняльною рекламою, на відшкодування шкоди відповідно до законодавства України.

Стаття 29. Права об'єднань громадян, об'єднань підприємств у галузі реклами.

Об'єднання громадян та об'єднання підприємств у галузі реклами мають право: здійснювати незалежну експертизу реклами та нормативно-правових актів з питань реклами щодо відповідності вимогам законодавства України та давати відповідні рекомендації рекламодавцям, виробникам і розповсюджувачам реклами;

звертатися до органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування з питань порушення законодавства про рекламу;

звертатися з позовом до суду в інтересах рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами у разі порушення їх прав, передбачених законодавством;

представляти своїх членів в державних органах та органах місцевого самоврядування.

Порядок накладання штрафів за порушення законодавства про рекламу (Витяг)

1. Цей Порядок регулює питання накладення уповноваженими особами Держпродспоживслужби та її територіальних органів в Автономній Республіці Крим, областях, м. Києві та Севастополі (далі — територіальні органи) штрафів на рекламодавців, виробників і розповсюджувачів реклами за порушення законодавства про рекламу (крім штрафів, накладення яких належить виключно до компетенції Антимонопольного комітету і регулюється законодавством з питань авторського права та суміжних прав).

8. Накладати штрафи на рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами мають право Голова Держпродспоживслужби, його заступники, начальники територіальних органів Держпродспоживслужби та їх заступники.

Рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу в розмірі 300 і більше неоподатковуваних мінімумів доходів громадян приймається виключно уповноваженою посадовою особою Держпродспоживслужби.

9. Підставою для розгляду справи про порушення законодавства про рекламу (далі — справа) є відповідний протокол, складений уповноваженою посадовою особою Антимонопольного комітету, Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, Мінфіну, НКЦПФР або Держпродспоживслужби та її територіальних органів.

10. Протокол про порушення законодавства про рекламу подається Держпродспоживслужбою або її територіальним органам за місцем вчинення порушення. Протокол розглядається у місячний строк.

11. За наявності ознак порушення законодавства про рекламу приймається рішення про початок розгляду справи.

12. справа розглядається у місячний строк з дня прийняття рішення про початок її розгляду.

До строку розгляду справи не зараховується час на отримання необхідних доказів і проведення експертизи.

Строк розгляду справи може бути продовжений Головою Держпродспоживслужби, його заступниками, начальниками територіальних органів Держпродспоживслужби, їх заступниками не більше ніж на три місяці.

13. Посадові особи Держпродспоживслужби та її територіальних органів, які розглядають справу:

перевіряють відповідність реклами вимогам законодавства до змісту та достовір-

ності реклами, порядку її виготовлення і розповсюдження;

отримують документи, усні чи письмові пояснення, відео- та звукозаписи, а також іншу інформацію, що стосується порушень законодавства про рекламу;

готують попередні висновки і вносять їх на розгляд Голови Держпродспоживслужби, його заступників, начальників територіальних органів Держпродспоживслужби, їх заступників.

14. Держпродспоживслужба та її територіальні органи повідомляють рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами про розгляд справи не пізніше як за три дні до дати розгляду, а у невідкладних випадках — не пізніше як за один день.

15. З метою з'ясування обставин, що мають значення для справи і потребують спеціальних знань, Головою Держпродспоживслужби, начальниками територіальних органів Держпродспоживслужби, їх заступниками може бути призначена експертиза.

16. Справа розглядається за участю представника особи, щодо якої порушено справу. В разі його відсутності справу може бути розглянуто, якщо незважаючи на своєчасне повідомлення про місце і час розгляду справи не надійшло обґрунтоване клопотання про відкладення розгляду справи.

17. Проведення у справі припиняється, якщо в діях рекламодавця, виробника та розповсюджувача реклами не виявлено ознак порушення законодавства про рекламу або не доведено факт вчинення порушення.

18. За результатами розгляду справи приймається рішення, що оформляється у двох примірниках, один з яких залишається у Держпродспоживслужбі або її територіальному органі, другий — у 10-денний строк надсилається особі, стосовно якої було прийнято рішення, або видається її представникові під розписку.

19. Рішення у справі може бути оскаржено в установленому порядку.

20. Сума штрафів за порушення законодавства про рекламу сплачується добровільно або стягується в судовому порядку відповідно до законодавства.

Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» (Витяг)

Стаття 5. Планові заходи зі здійснення державного нагляду (контролю).

1. Планові заходи здійснюються відповідно до річних або кварталних планів, які затверджуються органом державного нагляду (контролю) до 1 грудня року, що передує плановому, або до 25 числа останнього місяця кварталу, що передує плановому.

Протягом одного року проведення більш як одного планового заходу державного нагляду (контролю) щодо одного суб'єкта господарювання не допускається.

План здійснення заходів державного нагляду (контролю) на наступний плановий період повинен містити конкретні календарні дати початку кожного планового заходу державного нагляду (контролю) та строки їх здійснення.

План здійснення заходів державного нагляду (контролю) на відповідний плановий період оприлюднюється на офіційному веб-сайті органу державного нагляду (контролю) не пізніше ніж за 10 днів до початку відповідного планового періоду.

2. Орган державного нагляду (контролю) визначає у віднесеній до його відання сфері критерії, за якими оцінюється ступінь ризику від здійснення господарської діяльності.

З урахуванням значення прийнятного ризику всі суб'єкти господарювання, що

підлягають нагляду (контролю), відносяться до одного з трьох ступенів ризику: з високим, середнім та незначним.

Залежно від ступеня ризику органом державного нагляду (контролю) визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю).

Критерії, за якими оцінюється ступінь ризику від здійснення господарської діяльності і періодичність проведення планових заходів, затверджуються Кабінетом Міністрів України за поданням органу державного нагляду (контролю).

Залежно від ступеня ризику органом державного нагляду (контролю) визначаються переліки питань для здійснення планових заходів, які затверджуються його наказом.

У межах переліку питань кожен орган державного нагляду (контролю) залежно від цілей заходу має визначити ті питання, щодо яких буде здійснюватися державний нагляд (контроль).

Уніфіковані форми актів, в яких передбачається перелік питань залежно від ступеня ризику, затверджуються органом державного нагляду (контролю) і публікуються в мережі Інтернет у порядку, визначеному законодавством.

Орган державного нагляду (контролю) оприлюднює критерії та періодичність проведення планових заходів із здійснення державного нагляду (контролю) шляхом розміщення інформації в мережі Інтернет у порядку, визначеному законодавством.

3. Щорічно до 1 квітня орган державного нагляду (контролю) готує звіт про виконання річного плану (квартальних планів) державного нагляду (контролю) суб'єктів господарювання за попередній рік і оприлюднює його в мережі Інтернет.

4. Органи державного нагляду (контролю) здійснюють планові заходи з державного нагляду (контролю) за умови письмового повідомлення суб'єкта господарювання про проведення планового заходу не пізніше як за десять днів до дня здійснення цього заходу. Повідомлення повинно містити:

дату початку та дату закінчення здійснення планового заходу;

найменування юридичної особи або прізвище, ім'я та по батькові фізичної особи — підприємця, щодо діяльності яких здійснюється захід;

найменування органу державного нагляду (контролю).

Повідомлення надсилається рекомендованим листом чи телефонограмою за рахунок коштів органу державного нагляду (контролю) або вручається особисто керівнику чи уповноваженій особі суб'єкта господарювання під розписку.

Суб'єкт господарювання має право не допускати посадову особу органу державного нагляду (контролю) до здійснення планового заходу в разі неодержання повідомлення про здійснення планового заходу.

5. Строк здійснення планового заходу не може перевищувати п'ятнадцяти робочих днів, а для суб'єктів малого підприємництва — п'яти робочих днів, якщо інше не передбачено законом.

Продовження строку здійснення планового заходу не допускається.

Стаття 6. Позапланові заходи зі здійснення державного нагляду (контролю).

1. Підставами для здійснення позапланових заходів є:

подання суб'єктом господарювання письмової заяви до відповідного органу державного нагляду (контролю) про здійснення заходу державного нагляду (контролю) за його бажанням;

виявлення та підтвердження недостовірності даних, заявлених у документах обов'язкової звітності, поданих суб'єктом господарювання;

перевірка виконання суб'єктом господарювання приписів, розпоряджень або інших розпорядчих документів щодо усунення порушень вимог законодавства, виданих за результатами проведення планових заходів органом державного нагляду (контролю);

обґрунтоване звернення фізичної особи про порушення суб'єктом господарювання її законних прав. Позаплановий захід у цьому разі здійснюється тільки за наявності згоди центрального органу виконавчої влади на його проведення;

неподання у встановлений термін суб'єктом господарювання документів обов'язкової звітності без поважних причин, а також письмових пояснень про причини, які перешкоджали поданню таких документів;

настання аварії, смерті потерпілого внаслідок нещасного випадку або професійного захворювання, що було пов'язано з діяльністю суб'єкта господарювання.

Під час проведення позапланового заходу з'ясовуються лише ті питання, необхідність перевірки яких стала підставою для здійснення цього заходу, з обов'язковим зазначенням цих питань у посвідченні (направленні) на проведення державного нагляду (контролю).

Фізичні особи, які подали безпідставне звернення про порушення суб'єктом господарювання вимог законодавства, несуть відповідальність, передбачену законом.

2. Проведення позапланових заходів з інших підстав, крім передбачених цією статтею, забороняється, якщо інше не передбачається законом або міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України.

3. Суб'єкт господарювання повинен ознайомитися з підставою проведення позапланового заходу з наданням йому копії відповідного документа.

4. Строк здійснення позапланового заходу не може перевищувати десяти робочих днів, а щодо суб'єктів малого підприємництва — двох робочих днів, якщо інше не передбачено законом.

Продовження строку здійснення позапланового заходу не допускається.

Стаття 7. Розпорядчі документи органів державного нагляду (контролю).

1. Для здійснення планового або позапланового заходу орган державного нагляду (контролю) видає наказ, який має містити найменування суб'єкта господарювання, щодо якого буде здійснюватися захід, та предмет перевірки.

2. На підставі наказу оформляється посвідчення (направлення) на проведення заходу, яке підписується керівником або заступником керівника органу державного нагляду (контролю) (із зазначенням прізвища, ім'я та по батькові) і засвідчується печаткою.

3. У посвідченні (направленні) на проведення заходу зазначаються:

найменування органу державного нагляду (контролю), що здійснює захід;

найменування суб'єкта господарювання та/або його відокремленого підрозділу або прізвище, ім'я та по батькові фізичної особи — підприємця, щодо діяльності яких здійснюється захід;

місцезнаходження суб'єкта господарювання та/або його відокремленого підрозділу, щодо діяльності яких здійснюється захід;

номер і дата наказу, на виконання якого здійснюється захід;

перелік посадових осіб, які беруть участь у здійсненні заходу, із зазначенням їх посади, прізвища, ім'я та по батькові;
дата початку та дата закінчення заходу;
тип заходу (плановий або позаплановий);
вид заходу (перевірка, ревізія, обстеження, огляд, інспектування тощо);
підстави для здійснення заходу;
предмет здійснення заходу;
інформація про здійснення попереднього заходу (тип заходу і строк його здійснення).

4. Посвідчення (направлення) є чинним лише протягом зазначеного в ньому строку здійснення заходу.

5. Перед початком здійснення заходу посадові особи органу державного нагляду (контролю) зобов'язані пред'явити керівнику суб'єкта господарювання або уповноваженій ним особі посвідчення (направлення) та службове посвідчення, що засвідчує посадову особу органу державного нагляду (контролю), і надати суб'єкту господарювання копію посвідчення (направлення).

Посадова особа органу державного нагляду (контролю) без посвідчення (направлення) на здійснення заходу та службового посвідчення не має права здійснювати державний нагляд (контроль) суб'єкта господарювання.

Суб'єкт господарювання має право не допускати посадових осіб органу державного нагляду (контролю) до здійснення заходу, якщо вони не пред'явили документів, передбачених цією статтею.

6. За результатами здійснення планового або позапланового заходу посадова особа органу державного нагляду (контролю), у разі виявлення порушень вимог законодавства, складає акт, який повинен містити такі відомості:

дату складення акта;
тип заходу (плановий або позаплановий);
вид заходу (перевірка, ревізія, обстеження, огляд тощо);
предмет державного нагляду (контролю);
найменування органу державного нагляду (контролю), а також посаду, прізвище, ім'я та по батькові посадової особи, яка здійснила захід;
найменування юридичної особи або прізвище, ім'я та по батькові фізичної особи — підприємця, щодо діяльності яких здійснювався захід.

Посадова особа органу державного нагляду (контролю) зазначає в акті стан виконання вимог законодавства суб'єктом господарювання, а в разі невиконання — детальний опис виявленого порушення з посиланням на відповідну вимогу законодавства.

В останній день перевірки два примірники акта підписуються посадовими особами органу державного нагляду (контролю), які здійснювали захід, та суб'єктом господарювання або уповноваженою ним особою, якщо інше не передбачено законом.

Якщо суб'єкт господарювання не погоджується з актом, він підписує акт із зауваженнями.

Зауваження суб'єкта господарювання щодо здійснення державного нагляду (контролю) є невід'ємною частиною акта органу державного нагляду (контролю).

У разі відмови суб'єкта господарювання підписати акт посадова особа органу державного нагляду (контролю) вносить до такого акта відповідний запис.

Один примірник акта вручається суб'єкту господарювання або уповноваженій ним особі, а другий — зберігається в органі державного нагляду (контролю).

7. На підставі акта, складеного за результатами здійснення заходу, в ході якого виявлено порушення вимог законодавства, орган державного нагляду (контролю) за наявності підстав для повного або часткового зупинення виробництва (виготовлення), реалізації

продукції, виконання робіт, надання послуг звертається у порядку та строки, встановлені законом, з відповідним позовом до адміністративного суду.

У разі необхідності вжиття інших заходів реагування орган державного нагляду (контролю) протягом п'яти робочих днів з дня завершення здійснення заходу державного нагляду (контролю) складає припис, розпорядження, інший розпорядчий документ щодо усунення порушень, виявлених під час здійснення заходу, а у випадках, передбачених законом, також звертається у порядку та строки, встановлені законом, до адміністративного суду з позовом щодо підтвердження обґрунтованості вжиття до суб'єкта господарювання заходів реагування, передбачених відповідним розпорядчим документом.

8. Припис — обов'язкова для виконання у визначені строки письмова вимога посадової особи органу державного нагляду (контролю) суб'єкту господарювання щодо усунення порушень вимог законодавства. Припис не передбачає застосування санкцій щодо суб'єкта господарювання. видається та підписується посадовою особою органу державного нагляду (контролю), яка здійснювала перевірку.

9. Розпорядження або інший розпорядчий документ органу державного нагляду (контролю) — обов'язкове для виконання письмове рішення органу державного нагляду (контролю) щодо усунення виявлених порушень у визначені строки. Розпорядження видається та підписується керівником органу державного нагляду (контролю) або

його заступником.

Розпорядження може передбачати застосування до суб'єкта господарювання санкцій, передбачених законом.

Розпорядчий документ органу державного нагляду (контролю) щодо усунення порушень, виявлених під час здійснення заходу, повинен містити такі відомості:

дату складення;

тип заходу (плановий чи позаплановий);

вид заходу (перевірка, ревізія, обстеження, огляд тощо);

термін усунення порушень;

найменування органу державного нагляду (контролю), а також посаду, прізвище, ім'я та по батькові посадової особи, яка здійснила захід;

найменування та місцезнаходження суб'єкта господарювання, а також прізвище, ім'я та по батькові його керівника чи уповноваженої ним особи або прізвище, ім'я та по батькові фізичної особи — підприємця, щодо діяльності яких здійснювався захід; прізвище, ім'я та по батькові інших осіб, які взяли участь у здійсненні заходу.

Розпорядчий документ органу державного нагляду (контролю) щодо усунення порушень складається у двох примірниках: один примірник не пізніше п'яти робочих днів з дня складення акта надається суб'єкту господарювання чи уповноваженій ним особі для виконання, а другий примірник з підписом суб'єкта господарювання або уповноваженої ним особи щодо погоджених термінів усунення порушень вимог

законодавства залишається в органі державного нагляду (контролю).

У разі відмови суб'єкта господарювання або уповноваженої ним особи від отримання розпорядчого документа щодо усунення порушень вимог законодавства він направляє рекомендаційним листом, а на копії розпорядчого документа, який залишається в органі державного нагляду (контролю), проставляються відповідний вихідний номер і дата направлення.

Розпорядчі документи щодо усунення порушень вимог законодавства можуть бути оскаржені до відповідного центрального органу виконавчої влади або суду в установленому законом порядку.

10. У разі якщо обґрунтованість заходів реагування, зазначених у розпорядчих документах щодо усунення порушень, виявлених під час здійснення заходів державного нагляду (контролю), відповідно до закону має бути підтверджена адміністративним судом, зазначені в таких документах строки усунення виявлених порушень, застосування до суб'єкта господарювання санкцій обраховуються з дня набрання законної сили постановою адміністративного суду про підтвердження обґрунтованості вжиття заходів реагування.

Стаття 8. Повноваження органу державного нагляду (контролю).

1. Орган державного нагляду (контролю) в межах повноважень, передбачених законом, під час здійснення державного нагляду (контролю) має право:

вимагати від суб'єкта господарювання усунення виявлених порушень вимог законодавства;

вимагати припинення дій, які перешкоджають здійсненню державного нагляду (контролю);

відбирати зразки продукції, призначати експертизу, одержувати пояснення, довідки, документи, матеріали, відомості з питань, що виникають під час державного нагляду (контролю), відповідно до закону;

надавати (надсилати) суб'єктам господарювання обов'язкові для виконання приписи про усунення порушень і недоліків;

накладати штрафні санкції та вживати заходи, передбачені законом.

2. Органи державного нагляду (контролю) та їх посадові особи під час здійснення заходів державного нагляду (контролю) зобов'язані:

повно, об'єктивно та неупереджено здійснювати державний нагляд (контроль) у межах повноважень, передбачених законом;

дотримуватися ділової етики у взаємовідносинах із суб'єктами господарювання;

не втручатися і не перешкоджати здійсненню господарської діяльності під час здійснення заходів державного нагляду (контролю), якщо це не загрожує життю та здоров'ю людей, не спричиняє небезпеки виникнення техногенних ситуацій і пожеж;

забезпечувати нерозголошення комерційної таємниці суб'єкта господарювання, що стає доступною посадовим особам у ході здійснення державного нагляду (контролю);

ознайомити керівника суб'єкта господарювання або його заступника, або уповноважену ним особу з результатами державного нагляду (контролю) в строки, передбачені законом;

надавати суб'єкту господарювання консультаційну допомогу щодо здійснення державного нагляду (контролю);

дотримуватися встановлених законом принципів, вимог та порядку здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності;

не перешкоджати праву суб'єктів господарювання на будь-який законний захист, у тому числі третіми особами;

виконувати законні вимоги посадових осіб центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері розвитку підприємництва, щодо усунення порушень законодавства про державний нагляд (контроль) у сфері господарської діяльності;

подавати центральному органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері розвитку підприємництва, достовірну інформацію, документи і матеріали про проведених заходи державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності;

сприяти здійсненню посадовими особами центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері розвитку підприємництва, покладених на них повноважень.

Стаття 12. Відповідальність суб'єкта господарювання.

1. Невиконання приписів, розпоряджень або інших розпорядчих документів щодо усунення порушень вимог законодавства, виявлених під час здійснення заходу державного нагляду (контролю), тягне за собою застосування до суб'єкта господарювання штрафних санкцій у порядку, встановленому законом.

2. У разі застосування санкцій за порушення вимог законодавства, зокрема, якщо законом передбачаються мінімальні та максимальні розміри санкцій, враховується принцип пропорційності порушення і покарання.

Закон України «Про звернення громадян» (витяг)

Стаття 3. Основні терміни, що вживаються в цьому Законі.

Під зверненнями громадян слід розуміти викладені в письмовій або усній формі пропозиції (зауваження), заяви (клопотання) і скарги.

Пропозиція (зауваження) — звернення громадян, де висловлюються порада, рекомендація щодо діяльності органів державної влади і місцевого самоврядування, депутатів усіх рівнів, посадових осіб, а також висловлюються думки щодо врегулювання суспільних відносин та умов життя громадян, вдосконалення правової основи державного і громадського життя, соціально-культурної та інших сфер діяльності держави і суспільства.

Заява (клопотання) — звернення громадян із проханням про сприяння реалізації закріплених Конституцією та чинним законодавством їх прав та інтересів або повідомлення про порушення чинного законодавства чи недоліки в діяльності підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, народних депутатів України, депутатів місцевих рад, посадових осіб, а також висловлення думки щодо поліпшення їх діяльності. Клопотання — письмове звернення з проханням про визнання за особою відповідного статусу, прав чи свобод тощо.

Скарга — звернення з вимогою про поновлення прав і захист законних інтересів громадян, порушених діями (бездіяльністю), рішеннями державних органів, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій, об'єднань громадян, посадових осіб.

Стаття 5. Вимоги до звернення.

Звернення адресуються органам державної влади і органам місцевого самоврядування, підприємствам, установам, організаціям незалежно від форми власності, об'єднанням

громадян або посадовим особам, до повноважень яких належить вирішення порушених у зверненнях питань.

Звернення може бути подано окремою особою (індивідуальне) або групою осіб (колективне).

Особливою формою колективного звернення громадян до Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, органу місцевого самоврядування є електронна петиція, яка подається та розглядається в порядку, передбаченому статтею 23-1 цього Закону.

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.

Стаття 7. Заборона відмови в прийнятті та розгляді звернення.

Звернення, оформлені належним чином і подані у встановленому порядку, підлягають обов'язковому прийняттю та розгляду.

Забороняється відмова в прийнятті та розгляді звернення з посиланням на політичні погляди, партійну належність, стать, вік, віросповідання, національність громадянина, незнання мови звернення.

Якщо питання, порушені в одержаному органом державної влади, місцевого самоврядування, підприємствами, установами, організаціями незалежно від форм власності, об'єднаннями громадян або посадовими особами зверненні, не входять до їх повноважень, воно в термін не більше п'яти днів пересилається ними за належністю відповідному органу чи посадовій особі, про що повідомляється громадянину, який подав звернення. У разі, якщо звернення не містить даних, необхідних для прийняття обґрунтованого рішення органом чи посадовою особою, воно в той же термін повертається громадянину з відповідними роз'ясненнями.

Забороняється направляти скарги громадян для розгляду тим органам або посадовим особам, дії чи рішення яких оскаржуються.

Стаття 8. Звернення, які не підлягають розгляду та вирішенню.

Письмове звернення без зазначення місця проживання, не підписане автором (авторами), а також таке, з якого неможливо встановити авторство, визнається анонімним і розгляду не підлягає.

Не розглядаються повторні звернення одним і тим же органом від одного і того ж гро-

мадянина з одного і того ж питання, якщо перше вирішено по суті, а також ті звернення, терміни розгляду яких передбачено статтею 17 цього Закону, та звернення осіб, визнаних судом недієздатними.

Рішення про припинення розгляду такого звернення приймає керівник органу, про що повідомляється особі, яка подала звернення.

Стаття 14. Розгляд пропозицій (зауважень) громадян.

Органи державної влади і місцевого самоврядування, підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, об'єднання громадян, посадові особи зобов'язані розглянути пропозиції (зауваження) та повідомити громадянина про результати розгляду.

Пропозиції (зауваження) Героїв Радянського Союзу, Героїв Соціалістичної Праці, інвалідів Великої Вітчизняної війни розглядаються першими керівниками державних органів, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій особисто.

Стаття 15. Розгляд заяв (клопотань).

Органи державної влади, місцевого самоврядування та їх посадові особи, керівники та посадові особи підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, об'єднань громадян, до повноважень яких належить розгляд заяв (клопотань), зобов'язані об'єктивно і вчасно розглядати їх, перевіряти викладені в них факти, приймати рішення відповідно до чинного законодавства і забезпечувати їх виконання, повідомляти громадян про наслідки розгляду заяв (клопотань).

Заяви (клопотання) Героїв Радянського Союзу, Героїв Соціалістичної Праці, інвалідів Великої Вітчизняної війни розглядаються першими керівниками державних органів, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій особисто.

Відповідь за результатами розгляду заяв (клопотань) в обов'язковому порядку дається тим органом, який отримав ці заяви і до компетенції якого входить вирішення порушених у заявах (клопотаннях) питань, за підписом керівника або особи, яка виконує його обов'язки.

Рішення про відмову в задоволенні вимог, викладених у заяві (клопотанні), доводиться до відома громадянина в письмовій формі з посиланням на Закон і викладенням мотивів відмови, а також із роз'ясненням порядку оскарження прийнятого рішення.

Стаття 16. Розгляд скарг громадян.

Скарга на дії чи рішення органу державної влади, органу місцевого самоврядування, підприємства, установи, організації, об'єднання громадян, засобів масової інформації, посадової особи подається у порядку підлеглості вищому органу або посадовій особі, що не позбавляє громадянина права звернутися до суду відповідно до чинного законодавства, а в разі відсутності такого органу або незгоди громадянина з прийнятим за скаргою рішенням — безпосередньо до суду.

Скарги Героїв Радянського Союзу, Героїв Соціалістичної Праці, інвалідів Великої Вітчизняної війни розглядаються першими керівниками державних органів, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ і організацій особисто.

Скарги на рішення загальних зборів членів колективних сільськогосподарських підприємств, акціонерних товариств, юридичних осіб, створених на основі колективної власності, а також на рішення вищих державних органів вирішуються в судовому порядку.

Громадянин може подати скаргу особисто або через уповноважену на це іншу особу.

Скарга в інтересах неповнолітніх і недієздатних осіб подається їх законними представниками.

Скарга в інтересах громадянина за його уповноваженням, оформленим у встановленому законом порядку, може бути подана іншою особою, трудовим колективом або організацією, яка здійснює правозахисну діяльність.

До скарги додаються наявні у громадянина рішення або копії рішень, які приймалися за його зверненням раніше, а також інші документи, необхідні для розгляду скарги, які після її розгляду повертаються громадянину.

Особливості розгляду скарг громадян на рішення, дії або бездіяльність державних реєстраторів речових прав на нерухоме майно визначаються Законом України «Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обтяжень».

Особливості розгляду скарг громадян на реєстраційні дії, відмову в державній реєстрації, бездіяльність державного реєстратора визначаються Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб — підприємців та громадських формувань».

Стаття 18. Права громадянина при розгляді заяви чи скарги.

Громадянин, який звернувся із заявою чи скаргою до органів державної влади, місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, об'єднань громадян, засобів масової інформації, посадових осіб, має право:

особисто викласти аргументи особі, що перевіряла заяву чи скаргу, та брати участь у перевірці поданої скарги чи заяви;

знайомитися з матеріалами перевірки;

подавати додаткові матеріали або наполягати на їх запиті органом, який розглядає заяву чи скаргу;

бути присутнім при розгляді заяви чи скарги;

користуватися послугами адвоката або представника трудового колективу, організації, яка здійснює правозахисну функцію, оформивши це уповноваження у встановленому законом порядку;

одержати письмову відповідь про результати розгляду заяви чи скарги;

висловлювати усно або письмово вимогу щодо дотримання таємниці розгляду заяви чи скарги;

вимагати відшкодування збитків, якщо вони стали результатом порушень встановленого порядку розгляду звернень.

Стаття 20. Термін розгляду звернень громадян.

Звернення розглядаються і вирішуються у термін не більше одного місяця від дня їх надходження, а ті, які не потребують додаткового вивчення, — невідкладно, але не пізніше п'ятнадцяти днів від дня їх отримання. Якщо в місячний термін вирішити порушені у зверненні питання неможливо, керівник відповідного органу, підприємства, установи, організації або його заступник встановлюють необхідний термін для його розгляду, про що повідомляється особі, яка подала звернення. При цьому загальний термін вирішення питань, порушених у зверненні, не може перевищувати сорока п'яти днів.

На обґрунтовану письмову вимогу громадянина термін розгляду може бути скорочено від встановленого цією статтею терміну.

Звернення громадян, які мають встановлені законодавством пільги, розглядаються у першочерговому порядку.

6. Актуальні питання

1. На касі розташована монетниця з прозорого пластику для решти, у яку вмонтовано пачку сигарет. Чи є це порушенням антитютюнового законодавства?

Якщо у монетницю вмонтований муляж або нанесено зображення пачки тютюнового виробу, такі дії слід розцінювати як захід із стимулювання продажу тютюнових виробів, що є порушенням вимог ст. 16 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення» (*забороняється розміщення інформації про виробника тютюнових виробів та/або тютюнові вироби у місцях, де ці вироби реалізуються чи надаються споживачеві, у тому числі на елементах обладнання та/або оформлення місць торгівлі, за виключенням одного плаката розміром не більше 40х30 см на одне місце торгівлі, в якому надається текстова інформація про наявні в продажу тютюнові вироби та ціни на них*).

2. У територіальному органі Держпродспоживслужби на розгляді знаходиться звернення громадянина щодо порушення вимог антитютюнового законодавства у закладі ресторанного господарства. При цьому у зверненні зазначена тільки адреса закладу.

Статтею 90 Цивільного кодексу України та наказом Міністерства юстиції України від 05.03.2012 № 358/5 «Про затвердження вимог щодо написання найменування юридичної особи або її відокремленого підрозділу» визначено, що найменування юридичної особи повинно містити інформацію про її організаційно-правову форму та назву. Тобто у зверненні громадянина обов'язково повинні бути зазначені саме організаційно-правова форма та назва суб'єкта господарювання (наприклад: ТОВ «АААА», ПП «ББББ», ПзП «ВВВВ», ФОП «ДДДД»).

Крім того, відповідно до вимог статті 7 Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» проведення планового або позапланового заходу може відбутися лише за наявності інформації про найменування та місцезнаходження суб'єкта господарювання, щодо діяльності якого здійснюється захід. Відсутність зазначеної інформації унеможливорює проведення перевірки.

3. Яка інформація про тютюнові вироби у місцях продажу не буде вважатися їх рекламою (стимулюванням продажу)?

Ст. 16 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення»: заборонено розміщення інформації про виробника тютюнових виробів та/або тютюнові вироби у місцях, де ці вироби реалізуються чи надаються споживачеві, у тому числі на елементах обладнання та/або оформлення місць торгівлі, за виключенням одного плаката розміром не більше 40х30 см на одне місце торгівлі, в якому надається текстова інформація про наявні в продажу тютюнові вироби та ціни на них.

Дотримання даної норми не звільняє продавця від дотримання вимог ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів», відповідно до якої інформація про продукцію повинна бути надана до її придбання споживачем. Крім того, інформація про продукцію не вважається рекламою.

Таким чином, якщо у місцях продажу розміщена інформація про тютюнові вироби інша, ніж передбачена ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів», така інформація вважатиметься рекламою тютюнових виробів.

4. До територіального органу Держпродспоживслужби надійшло звернення громадянина щодо куріння тютюнових виробів у під'їзді житлового будинку. Чи відноситься дане питання до компетенції територіального органу Держпродспоживслужби?

Статтею 13 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення» встановлено перелік місць, у яких заборонено куріння тютюнових виробів, електронних сигарет та кальянів, до яких відносяться у тому числі і під'їзди житлових будинків.

Проте із зазначеного переліку, відповідно до статті 20 зазначеного Закону, Держпродспоживслужба та її територіальні органи застосовують фінансові санкції до суб'єктів господарювання тільки за куріння у приміщенні закладів ресторанного господарства.

Статтею 175-1 Кодексу України про адміністративні правопорушення (КУпАП) встановлено відповідальність за куріння тютюнових виробів у місцях, де це заборонено законом, а також в інших місцях, визначених рішенням відповідної сільської, селищної, міської ради

Відповідно до статті 222 КУпАП органи Національної поліції розглядають справи про адміністративні правопорушення та накладають адміністративні стягнення за статтею 175-1 КУпАП (куріння у місцях, заборонених законом).

5. Як правильно розрахувати штраф, що накладається на рекламодавця (розповсюджувача реклами або виробника реклами) у разі встановлення факту порушення законодавства про рекламу?

Відповідно до частини четвертої статті 27 Закону України «Про рекламу» Держпродспоживслужба або її територіальний орган, за поданням державних органів, зазначених у статті 26 цього Закону, або самостійно у випадках, передбачених цією статтею, крім тих, які віднесено виключно до компетенції Антимонопольного комітету України та які регулюються законодавством України з питань авторського права та суміжних прав, накладає штрафи на:

рекламодавців за вчинення дій, передбачених пунктом 1 частини другої цієї статті, — у розмірі п'ятикратної вартості розповсюдженої реклами
замовлення реклами продукції, виробництво та/або обіг якої заборонено законом; надання недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для виробництва реклами;

замовлення розповсюдження реклами, забороненої законом; недотримання встановлених законом вимог щодо змісту реклами; порушення порядку розповсюдження реклами, якщо реклама розповсюджується ними самостійно;

виробників реклами за вчинення дій, передбачених пунктом 2 частини другої цієї статті, — у розмірі п'ятикратної вартості виготовлення реклами;

порушення прав третіх осіб при виготовленні реклами;
 розповсюджувачів реклами за вчинення дій, передбачених пунктом 3 частини другої цієї статті, — у розмірі п'ятикратної вартості розповсюдження реклами;
порушення встановленого законодавством порядку розповсюдження та розміщення реклами.

При цьому вартістю розповсюдженої реклами вважатимуться всі витрати, поне-

сені рекламодавцем для того щоб реклама була розповсюджена (кошти, сплачені за виготовлення + кошти, сплачені за фактичне розповсюдження). Тобто для визначення такої вартості необхідні договори (у т. ч. рахунки, акти виконаних робіт та ін.) між рекламодавцем і виробником реклами та рекламодавцем і розповсюджувачем реклами.

Вартістю виготовлення реклами вважатимуться витрати, понесені рекламодавцем для того щоб реклама була виготовлена (договір між рекламодавцем та виробником реклами). У разі, якщо рекламодавцем та виробником реклами виступає одна особа, то вартість виготовлення реклами вважатиметься такою, яку неможливо встановити.

Вартістю розповсюдження реклами вважатимуться витрати, понесені рекламодавцем для того, щоб реклама була розповсюджена (договір між рекламодавцем та розповсюджувачем реклами). У разі, якщо рекламодавцем та розповсюджувачем реклами виступає одна особа, вартість розповсюдження реклами вважатиметься такою, яку неможливо встановити.

Відповідно до частини шостої статті 27 Закону України «Про рекламу» за неподання або подання завідомо недостовірної інформації щодо вартості розповсюдженої реклами та/або виготовлення реклами та/або вартості розповсюдження реклами центральному органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, необхідної для здійснення ними передбачених цим Законом повноважень, на рекламодавців, виробників реклами та розповсюджувачів реклами накладається штраф у розмірі 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Також відповідно до частини сьомої-восьмої статті 27 Закону України «Про рекламу»:

У разі неможливості встановлення вартості реклами, розповсюдженої з порушенням вимог цього Закону, на рекламодавців та розповсюджувачів реклами рішенням центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, накладається штраф у розмірі до 300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу у розмірі 300 і більше неоподатковуваних мінімумів доходів громадян приймається виключно центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів.

Відповідно до пункту 7 Положення про Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 02.09.2015 № 667, Держпродспоживслужба здійснює свої повноваження безпосередньо та через свої територіальні органи.

Таким чином, штраф у розмірі 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (1700 грн.) можуть накладати і територіальний орган Держпродспоживслужби, і Держпродспоживслужба.

У разі неможливості встановлення вартості реклами штраф у розмірі до 300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (299 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, або 5083 грн.) накладає територіальний орган Держпродспоживслужби або Держпродспоживслужба.

Штраф у розмірі 300 і більше неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, або 5100 грн. і більше) накладає виключно Держпродспоживслужба.

Список літератури

1. Tobacco Fact sheet. Updated June 2016 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/en/>
2. Рамкова конвенція ВООЗ із боротьби проти тютюну // Офіційний вісник України. — 2006. — № 13. — С. 128, ст. 861.
3. Всемирная организация здравоохранения. Рамочная Конвенция ВОЗ по борьбе против табака. Руководящие принципы осуществления. Стаття 5.3; Стаття 8; Стаття 11; Стаття 13 / Всемирная организация здравоохранения. — Женева: ВОЗ, 2009. — 72 с.
4. Закон України від 22.09.2005 № 2899-IV «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» // Офіційний вісник України. — 2005. — 2 листопада. — № 42. — С. 51, стаття 2642, код акту 34098/32005.
5. Контроль над тютюном в Україні. Другий національний звіт. /Красовський К.С., Андреева Т.І., Григоренко А.А., Поліщук М.Є., Скіпальський А.П., Стойка О.О. — МОЗ України, ДУ УІСД МОЗ, 2014. — 128 с.
6. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо заборони реклами, спонсорства та стимулювання продажу тютюнових виробів : Закон України від 22.09.2011 р. № 3778-VI // Офіційний вісник України. 2012. — 26 березня, № 21. — С. 7, стаття 787, код акту 60795/2012.
7. Кодекс України про адміністративні правопорушення. Редакція від 21.09.2012 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/80731-10/card4#Current>.
8. Про внесення змін до деяких законів України щодо вдосконалення окремих положень про обмеження місць куріння тютюнових виробів: Закон України від 24.05.2012 р. № 4844-VI // Офіційний вісник України. — 2012. — 25 червня, № 46. — С. 65, стаття 1805, код акту 62088/2012.
9. Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР «Про рекламу» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N 39, ст. 181.
10. Закон України від 05.04.2007 №887-V «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2007, N 29, ст. 389.
11. Закон України від 09.10.1996 № 393/96-ВР «Про звернення громадян» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 47, ст.256.
12. Постанова Кабінету Міністрів України від 26.05.2004 № 693 «Про затвердження Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/693-2004-п>.
13. Закон України від 12.03.1991 № 1023-XII «Про захист прав споживачів» // Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 30, ст.379.
14. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 40–44, ст.356.
15. Наказ Міністерства юстиції України від 05.03.2012 № 368/5 «Про затвердження Вимог до написання найменування юридичної особи, її відокремленого підрозділу, громадського формування, що не має статусу юридичної особи, крім організації профспілки» // Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 05.03.2012 за № 367/20680.

16. *Кодекс адміністративного судочинства України від 06.07.2005 № 2747-IV* / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2005, № 35–36, № 37, ст.446.

17. Постанова Кабінету Міністрів України від 02.09.2015 № 667 «Про затвердження Положення про Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів». [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/667-2015-п/>.

18. Постанова Кабінету Міністрів України від 14.04.1997 № 348 «Про затвердження Інструкції з діловодства за зверненнями громадян в органах державної влади і місцевого самоврядування, об'єднаннях громадян, на підприємствах, в установах, організаціях незалежно від форм власності, в засобах масової інформації» / [Електронний ресурс]. Режим доступу — <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/348-97-п/>

