



**ДЕРЖАВНА СЛУЖБА
УКРАЇНИ З ПИТАНЬ
БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ
ПРОДУКТІВ ТА ЗАХИСТУ
СПОЖИВАЧІВ**

Держпродспоживслужба

вул. Б. Грінченка, 1, м. Київ, 01001,
тел./факс (044) 279-48-83,
тел. (044) 279-12-70
E-mail: info@dpss.gov.ua,
сайт: <https://dpss.gov.ua>,
код згідно з ЄДРПОУ 39924774

**STATE SERVICE OF
UKRAINE ON FOOD SAFETY
AND CONSUMER
PROTECTION
SSUFSCP**

1, B. Hrinchenko str., Kyiv, 01001,
fax: (044) 279-48-83,
phone (044) 279-12-70
E-mail: info@dpss.gov.ua,
WEB: <https://dpss.gov.ua>,
код згідно з ЄДРПОУ 39924774

№ _____ від _____ 20__ р.

**Державна регуляторна служба
України**

На виконання доручення Першого віце-прем'єр-міністра України – Міністра економіки України Юлії Свириденко від 06.10.2023 № 24822/3/1-23 Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів надсилає доопрацьований проект Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» щодо заборони видимого для споживача розміщення тютюнових виробів та деяких інших виробів у місцях роздрібною торгівлі» (далі – проект Закону), що додається.

Відповідно до вимог статті 21 Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» просимо погодити проект Закону.

Проект Закону оприлюднено на вебпорталі Держпродспоживслужби (<https://dpss.gov.ua>) в розділі «Діяльність» на сторінці «Обговорення проектів документів». Громадське обговорення тривало з 26 жовтня по 27 листопада 2023 року. Коментарі та зауваження, надані учасниками громадського обговорення, враховані Держпродспоживслужбою частково шляхом збільшення терміну набуття чинності Закону, про що зазначено у Звіті про результати публічного громадського обговорення проекту Закону, який розміщено у вказаному розділі вебпорталу Держпродспоживслужби.

Також зазначаємо, що згідно з абзацом восьмим статті 4 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення» відповідно до завдань цього Закону



УВ
Держпродспоживслужба
№15.1.3-2/2118 від 31.01.2024
КЕП: ТКАЧУК С. П. 31.01.2024 19:27
5E984D526F82F38F04000000FE8031010A259604
Сертифікат дійсний з 20.11.2023 18:12 до 19.11.2024 23:59

державна політика щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення ґрунтується, у тому числі, на принципі пріоритетності політики у сфері охорони здоров'я у порівнянні з фінансовими, податковими та корпоративними інтересами суб'єктів господарювання, діяльність яких пов'язана з тютюновою промисловістю.

Крім того, частиною третьою статті 5 Рамкової конвенції ВООЗ із боротьби проти тютюну (ратифікована Законом України «Про ратифікацію Рамкової конвенції Всесвітньої організації охорони здоров'я із боротьби проти тютюну» від 15.03.2006 № 3534-IV) встановлено, що під час розробки та здійснення своєї політики охорони громадського здоров'я з боротьби проти тютюну Сторони діють таким чином, щоб захистити свою політику від впливу комерційних та інших корпоративних інтересів тютюнової промисловості відповідно до національного законодавства.

Додатки: 1. Проект Закону на 2 арк. в 1 прим.

2. Пояснювальна записка на 6 арк. в 1 прим.

3. Порівняльна таблиця на 9 арк. в 1 прим

4. Аналіз регуляторного впливу на 21 арк. в 1 прим.

5. Копія повідомлення про оприлюднення на 1 арк. в 1 прим.

Т. в. о. Голови

Сергій ТКАЧУК





ЗАКОН УКРАЇНИ

«Про внесення змін до Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» щодо заборони видимого для споживача розміщення тютюнових виробів та деяких інших виробів у місцях роздрібної торгівлі»

Верховна Рада України постановляє:

I. Внести до Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» (Відомості Верховної Ради України, 2005 р., № 52, ст. 565 із наступними змінами) такі зміни:

1. Частину першу статті 16 доповнити після абзацу одинадцятого новим абзацом дванадцятим такого змісту:

«розміщення тютюнових виробів, трав'яних виробів для куріння, предметів, пов'язаних з їх вживанням, їх упаковок та макетів у місцях роздрібної торгівлі таким чином, щоб вони були видимі поза межами місця роздрібної торгівлі або споживачам всередині місця роздрібної торгівлі, за виключенням показу продавцем конкретного виробу окремому споживачу віком від 18 років на його вимогу;».

У зв'язку з цим абзац дванадцятий вважати абзацом тринадцятим.

2. Частину першу статті 16-1 доповнити абзацом дванадцятим такого змісту:

«розміщення пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, їх упаковок та макетів у місцях роздрібної торгівлі таким чином, щоб вони були видимі поза межами місця роздрібної торгівлі або споживачам всередині місця роздрібної торгівлі, за виключенням показу продавцем конкретного виробу окремому споживачу віком від 18 років на його вимогу.».

3. Частину першу статті 16-2 доповнити абзацом дванадцятим такого змісту:

«розміщення електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, їх упаковок та макетів у місцях роздрібної торгівлі таким чином, щоб вони були видимі поза межами місця роздрібної торгівлі або споживачам всередині місця роздрібної торгівлі, за



виключенням показу продавцем конкретного виробу окремому споживачу віком від 18 років на його вимогу.».

II. Прикінцеві положення

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

2. Кабінету Міністрів України у тримісячний строк з дня набрання чинності цим Законом:

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

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

Президент України

В. ЗЕЛЕНСЬКИЙ



АНАЛІЗ РЕГУЛЯТОРНОГО ВПЛИВУ

до проєкту Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» щодо заборони видимого для споживача розміщення тютюнових виробів та деяких інших виробів у місцях роздрібно́ї торгівлі»

I. Визначення проблеми, яку передбачається розв'язати шляхом державного регулювання

Необхідність прийняття Закону обумовлена принципами державної політики щодо попередження куріння тютюнових виробів та міжнародними зобов'язаннями України – зокрема тими, що стосуються ратифікованої в 2006 році Рамкової конвенції ВООЗ із боротьби проти тютюну (далі - РКБТ).

Згідно з частиною другою статті 13 РКБТ Україна як держава-учасниця Конвенції взяла на себе зобов'язання ввести повну заборону на будь-які форми стимулювання продажів тютюнових виробів.

Використання тютюнової викладки у місцях роздрібного продажу визнається на міжнародному рівні привабленням до куріння дітей. Керівні принципи реалізації статті 13 РКБТ вказують:

«Зображення тютюнових виробів у місцях продажу саме собою є рекламою та стимулюванням продажу. Зображення продукції є одним із основних засобів стимулювання продажу тютюнових виробів та вживання тютюну, у тому числі за допомогою стимулювання імпульсних покупок тютюнових виробів, створюючи враження, що вживання тютюну є соціально прийнятним, та ускладнюючи припинення вживання користувачами тютюну. Молоді люди особливо вразливі для стимулюючого впливу зображення виробів».

Всеукраїнський моніторинг коаліції «За вільну від тютюнового диму Україну» 2013 – 2014 років показав, що в місцях продажу найчастіше використовуються такі форми викладки сигарет:

- викладка сигарет займає значну частину – переважно половину – вітрини;
- розміщення пачки у спеціальній рамці або на дисплеї;
- підсвітка окремих пачок;
- виставлення пачок на тлі особливих фонових малюнків;
- викладка сигарет у найбільш вигідних точках вітрини: на рівні очей споживачів, над касою, праворуч від віконця продажів у кіосках;
- цінники, що розміщені безпосередньо на пачках та закривають попереджувальні написи.

Відповідно до Глобального опитування дорослих щодо вживання тютюну в Україні, проведене Київським міжнародним інститутом соціології на замовлення Центру демократії та верховенства права, 72% українців вважають такі викладки сигарет рекламою. Згідно з даними опитування 2016 року серед дітей 7-



10 років діти також сприймають викладку сигарет як рекламу та пропаганду тютюнокуріння.

Глобальне опитування молоді щодо вживання тютюну в Україні серед молоді віком 13-15 років, проведене Інститутом громадського здоров'я ім. О. М. Марзеєва Національної академії медичних наук України, показало, що понад 60% молодих людей помічали будь-яку рекламу або стимулювання продажу сигарет у місцях продажу.

В результаті дослідження, проведеного Ініціативою U-Report за підтримки UNICEF восени 2018 року, було отримано схожі дані: 60,4% молоді бачили рекламу сигарет, причому серед них 56,8% помічали її в кіосках, 48,9% - в прикасових зонах супермаркетів і лише 25,5% - в Інтернеті.

Викладка сигарет провокує спонтанні покупки і впливає на остаточний вибір споживача. Так, діти, котрі бачать сигарети у яскравих вітринах магазинів, на 64% більш схильні почати курити, а 38% курців, які намагаються кинути курити, згодні, що наявність тютюнових виробів у вітринах магазинів викликає потяг до куріння. Згідно з опитуванням, проведеним Київською школою економіки в 2016 році, майже щодня в 70% київських кіосків неповнолітні намагаються купити сигарети.

Дослідження Київського міжнародного інституту соціології, проведене у травні 2022 року, демонструє, що понад 80% дорослого населення України підтримують повну заборону реклами й видимого розміщення тютюнових виробів у місцях торгівлі.

Результати всеукраїнського опитування проведеного ВООЗ та Київським міжнародним інститутом соціології, яке презентоване 30 травня 2023 року, свідчать, що середній вік першої спроби куріння становить 17 років, а щоденними курцями в середньому стають у 19 років.

За оцінками ВООЗ, до 2030 року кількість смертей, спричинених курінням, збільшиться із нинішніх шести мільйонів на рік до восьми мільйонів, переважно за рахунок країн з низьким і середнім рівнем доходів населення.

Указом Президента України № 722/2019 від 30 вересня 2019 р. «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року», зокрема Ціллю 3 визначено «забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх у будь-якому віці». Завданням 3.8 цієї цілі є зниження поширеності тютюнокуріння серед населення з використанням інноваційних засобів інформування про негативні наслідки тютюнокуріння.

Європейський Союз та його держави-члени здійснили різні заходи контролю над тютюном у вигляді законодавчих актів, рекомендацій та інформаційних кампаній. Одним із таких заходів є ухвалення Європейським Парламентом та Радою ЄС Директиви 2014/40/ЄС «Про наближення законів, правил та адміністративних положень держав-членів, що стосуються виробництва, презентації та продажу тютюну та супутніх товарів та скасування Директиви 2001/37/ЄС». Імплементация положень Директиви 2014/40/ЄС є зобов'язанням України за Угодою про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони (далі – Угода про асоціацію).



Кабінет Міністрів України підтвердив зобов'язання імплементувати Директиву 2014/40/ЄС, затвердивши 2 План заходів з виконання цієї Угоди (постанова Кабінету Міністрів України від 25 жовтня 2017 року № 1106), який у пунктах 1389–1396 визначає заходи з імплементції в національне законодавство Директиви 2014/40/ЄС.

Відповідно до абзацу восьмого статті 4 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення» відповідно до завдань цього Закону державна політика щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення ґрунтується, у тому числі, на принципі пріоритетності політики у сфері охорони здоров'я у порівнянні з фінансовими, податковими та корпоративними інтересами суб'єктів господарювання, діяльність яких пов'язана з тютюновою промисловістю.

Норми законопроекту передбачають заборону видимого розміщення тютюнових виробів, електронних сигарет, рідин і заправних контейнерів, пристроїв для нагрівання тютюнових виробів без їх згорання у пунктах продажу, що є формою стимулювання продажу та набула вражаючого поширення в українських містах. Така вимога жодним чином не обмежує можливість продовжувати торгівлю тютюновими виробами усіма легальними суб'єктами господарювання. Норма відповідає керівним принципам щодо втілення статті 13 РКБТ: «Для забезпечення такого стану, при якому в пунктах продажу тютюнових виробів не буде жодних елементів, що стимулюють продажі, Сторони повинні повністю заборонити будь-яке зображення та видимість тютюнових виробів в пунктах продажів. Дозволяється лише перелік виробів та цін на них у текстовому форматі».

Також така вимога жодним чином не обмежує права споживачів на ознайомлення у місцях торгівлі з асортиментом тютюнових виробів.

Стаття 16 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення» передбачає можливість розміщення плаката розміром не більше 40x30 см на одне місце торгівлі, в якому надається текстова інформація, надрукована шрифтом чорного кольору на білому фоні про наявні у продажу тютюнові вироби та ціни на них.

З 2012 року в Україні заборонена будь-яка реклама та стимулювання продажу тютюнових виробів. Проте, видиме розміщення тютюнових виробів, електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для нагрівання тютюнових виробів без їх згорання у місцях торгівлі використовується виробниками та імпортерами як інструмент стимулювання продажу тютюнової продукції та основним методом спілкування з потенційним споживачем.

Основні групи (підгрупи), на які проблема справляє вплив.

Групи (підгрупи)	Так	Ні
Громадяни	+	
Держава	+	

UB Держпроденергслужба
№15.1.3-2/2118 від
31.01.2024

арк.1



Суб'єкти господарювання:	+	
у тому числі суб'єкти малого підприємництва	+	

Наразі проблема не може бути розв'язана за допомогою ринкових механізмів, оскільки питання, що порушуються в проєкті Закону не стосуються механізмів стихійного регулювання ціни, темпів і пропорцій суспільного виробництва.

Також проблема не може бути розв'язана за допомогою діючих регуляторних актів, у зв'язку з відсутністю таких актів.

II. Цілі державного регулювання

Проєкт Закону «Про внесення змін до Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» щодо заборони видимого для споживача розміщення тютюнових виробів та деяких інших виробів у місцях роздрібно́ї торгівлі» (далі – Проєкт Закону) спрямований на забезпечення високого рівня захисту здоров'я людини, особливо дітей та молоді, а також виконання зобов'язань України відповідно до Рамкової конвенції ВООЗ із боротьби проти тютюну, Директиви 2014/40/ЄС «Про наближення законів, правил та адміністративних положень держав-членів, що стосуються виробництва, презентації та продажу тютюну та супутніх товарів та скасування Директиви 2001/37/ЄС» та реалізації Указу Президента України № 722/2019 від 30 вересня 2019 р. «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року», зокрема Цілі 3 - «забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх у будь-якому віці» (індикатор виконання – зменшити до 2025 року кількості курців в Україні до рівня 15%).

III. Визначення та оцінка альтернативних способів досягнення встановлених цілей

1. Визначення альтернативних способів

Вид альтернативи	Опис альтернативи
Альтернатива 1 Залишення ситуації без змін.	Така альтернатива досягнення цілей державного регулювання не дозволить вирішити проблеми, зазначені у розділі I аналізу. Видиме розміщення тютюнових виробів, електронних сигарет, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання призводить до збільшення споживання такої продукції внаслідок залучення до куріння потенційних споживачів та до збільшення повернення до куріння колишніх курців.
Альтернатива 2 Прийняття проєкту Закону	Така альтернатива досягнення цілей державного регулювання є найбільш прийнятним та ефективним способом. Прийняття запропонованого проєкту Закону: - необхідне для забезпечення виконання зобов'язань визначених РКБТ та Угодою про асоціацію; - зменшить споживання тютюнових виробів, використання електронних сигарет, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання



- сприятиме денормалізації куріння та використання електронних сигарет серед дітей та молоді.

2. Оцінка вибраних альтернативних способів досягнення цілей

Оцінка впливу на сферу інтересів держави

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні.	<p>Стимулювання продажу призводить до збільшення поширеності куріння та використання тютюнових виробів, електронних сигарет та пристроїв для нагрівання тютюнових виробів без їх згорання серед населення. Така ситуація зумовлює додаткові навантаження на державний бюджет через виплати лікарняних за хворобами та допомоги по інвалідності що виникли в наслідок куріння та вживання зазначеної продукції (на лікування курців та виплату їм компенсацій при втраті працездатності держава витрачає 3,2% ВВП. У 2020 році ця сума становила близько 5 млрд дол.).</p> <p>Наразі, коли викладка тютюнових виробів та електронних пристроїв для куріння присутня, дані досліджень, пов'язаних з тютюновими компаніями, демонструють, що 66% нелегальних тютюнових виробів продаються у магазинах та кіосках поряд з легальною продукцією. Це доводить, що заборона видимого розміщення тютюнових виробів у місцях торгівлі немає жодного впливу на рівень нелегальної торгівлі цими виробами.</p> <p>Погіршення позиції України у міжнародних рейтингах щодо виконання міжнародних зобов'язань.</p>
Альтернатива 2	Наявні	<p>Скорочення поширеності куріння та використання тютюнових виробів, електронних сигарет та пристроїв для нагрівання тютюнових виробів без їх згорання серед населення (за даними Київської школи економіки заборона видимого розміщення тютюнових виробів може знизити ймовірність почати або продовжити курити на 23%).</p> <p>Покращення демографічної ситуації в країні внаслідок скорочення кількості громадян, що хворіють на хвороби, у тому числі на онкозахворювання, спричинені курінням тютюнових виробів та використання тютюнових виробів, електронних сигарет та пристроїв для нагрівання тютюнових виробів без їх згорання.</p> <p>Покращення позиції України у міжнародних рейтингах щодо виконання міжнародних зобов'язань.</p> <p>Проведення контролю за дотриманням законодавства здійснюється за рахунок коштів, які виділяються на діяльність органу державної влади.</p>

Оцінка впливу на сферу інтересів громадян

Проект Закону не належить до сфери регулювання цивільних відносин.

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні.	Стимулювання продажу призводить до збільшення поширеності куріння та використання тютюнових виробів, електронних сигарет та пристроїв для нагрівання тютюнових виробів без їх згорання серед населення.



		виробів, електронних сигарет та пристроїв для нагрівання тютюнових виробів без їх згоряння серед населення. Така ситуація зумовлює додаткові витрати на лікування хвороб, у тому числі на онкозахворювання, спричинені курінням тютюнових виробів та використання тютюнових виробів, електронних сигарет та пристроїв для нагрівання тютюнових виробів без їх згоряння.
Альтернатива 2	Наявні	Скорочення поширеності куріння та використання тютюнових виробів, електронних сигарет та пристроїв для нагрівання тютюнових виробів без їх згоряння серед населення, зокрема дітей та молоді. Зменшення витрат на придбання тютюнових виробів, електронних сигарет (середньомісячні витрати споживача на придбання тютюнових виробів наразі становлять 3,5 тис. грн, на придбання одноразових електронних сигарет – 2,5 тис. грн). Відсутність витрат на лікування хвороб, спричинених тютюнопалінням. Інформація про наявну у продажі продукцію доводиться до відома споживачів шляхом розміщення плаката розміром не більше 40x30 см на одне місце торгівлі, в якому надається текстова інформація, надрукована шрифтом чорного кольору на білому фоні про наявні у продажу тютюнові вироби та ціни на них.

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання

Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання проводилася для суб'єктів господарювання, які провадять діяльність пов'язану з реалізацією тютюнових виробів, електронних сигарет заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння.

Показник	Мікро	Малі	Середні	Великі	Разом
Кількість суб'єктів господарювання, що підпадають під дію регулювання, одиниць*	88 650	89 620	315	33	178 618
Питома вага групи у загальній кількості, %	49,6	50,2	0,18	0,02	100

*- інформація щодо кількості суб'єктів господарювання отримана з розділу «Статистична інформація» офіційного вебпорталу Державної служби статистики України (<https://www.ukrstat.gov.ua/>) станом на 31.12.2022.

Вид альтернативи	Вигоди	Витрати
Альтернатива 1	Відсутні	Відсутні
Альтернатива 2	Наявні. Позиціонування себе як соціально-відповідальний бізнес. Забезпечення прозорості функціонування державного	Для умов наведених у додатку 2 до даного АРВ (М-тест) витрати будуть складати: за перший рік – 6 151 143 955 грн 50 коп. за п'ять років – 30 755 719 777 грн 00 коп.

UB Держпродспоживслужба

№15.1.3-2/2118 від
31.01.2024

арк.1



	контролю, відсутність двозначності у законодавстві, відсутність витрат на оплату штрафів.	
--	---	--

Сумарні витрати за альтернативами	Сума витрат, гривень
Альтернатива 1. Сумарні витрати для суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва згідно з додатком 2 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта	Витрати відсутні
Альтернатива 2. Сумарні витрати для суб'єктів господарювання великого і середнього підприємництва згідно з додатком 2 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта	Для умов наведених у додатку 1 до даного АРВ витрати будуть складати: за перший рік – 11 979 172 грн 68 коп. за п'ять років – 59 859 863 грн 40 коп.

IV. Вибір найбільш оптимального альтернативного способу досягнення встановлених цілей

Вибір оптимального альтернативного способу здійснено з урахуванням системи бальної оцінки ступеня досягнення визначених цілей.

Вартість балів визначається за чотирибальною системою оцінки ступеня досягнення визначених цілей, де:

4 – цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті повною мірою (проблема більше не існуватиме);

3 – цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті майже повною мірою (усі важливі аспекти проблеми не існуватимуть);

2 – цілі прийняття регуляторного акта, які можуть бути досягнуті частково (проблема значно зменшиться, деякі важливі та критичні аспекти проблеми залишаться нерозв'язаними);

1 – цілі прийняття регуляторного акта, які не можуть бути досягнуті (проблема продовжує існувати).

Рейтинг результативності (досягнення цілей під час вирішення проблеми)	Бал результативності (за чотири бальною системою оцінки)	Коментарі щодо присвоєння відповідного бала
Альтернатива 1	1	Така альтернатива не сприятиме досягненню цілей державного регулювання. Залишається проблема, зазначена у Розділі I
Альтернатива 2	4	Така альтернатива є найбільш оптимальною та дозволить забезпечити досягнення цілей, що зазначені у Розділі II.



Рейтинг результативності	Вигоди (підсумок)	Витрати (підсумок)	Обґрунтування відповідного місця альтернативи у рейтингу
Альтернатива 1	Прямі вигоди відсутні	Прямі витрати відсутні.	Дана альтернатива не забезпечує розв'язання проблеми та досягнення встановлених цілей.
Альтернатива 2	Прямі вигоди наявні	Економічні витрати пов'язані із виконанням вимог регулювання передбачаються тільки в межах вартості переобладнання місця торгівлі.	Альтернатива є прийнятною з огляду на досягнення цілі

Рейтинг	Аргументи щодо переваги обраної альтернативи/ причини відмови від альтернативи	Оцінка ризику зовнішніх чинників на дію запропонованого регуляторного акта
Альтернатива 1	Дана альтернатива не здатна вирішити проблеми.	Ризик впливу зовнішніх чинників на дію акта не прогнозується.
Альтернатива 2	Дана альтернатива є найбільш доцільною з огляду на поточний стан проблеми та співвідношення витрат пов'язаних із запровадженням альтернативи та вигод від її впровадження. Крім того, абзацом восьмим статті 4 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів та їх шкідливого впливу на здоров'я населення» встановлено, що відповідно до завдань цього Закону державна політика щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення ґрунтується, у тому числі, на принципі пріоритетності політики у сфері охорони здоров'я у порівнянні з фінансовими, податковими та корпоративними інтересами суб'єктів господарювання, діяльність яких пов'язана з тютюновою промисловістю.	Ризик впливу зовнішніх чинників на дію акта не прогнозується.

Враховуючи вищенаведені позитивні та негативні сторони альтернативних способів досягнення встановлених цілей, доцільно прийняти розроблений проект Закону.



V. Механізми та заходи, які забезпечать розв'язання визначеної проблеми

Основним механізмом, що забезпечує розв'язання визначеної проблеми є прийняття проекту Закону.

Для забезпечення інформування громадськості регуляторний акт оприлюднено на офіційному вебпорталі Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів (<http://dpss.gov.ua>).

Суб'єктам господарювання необхідно ознайомитися з вимогами регулювання (пошук та опрацювання регуляторного акту в мережі Інтернет, в соціальних мережах).

Досягнення цілей не передбачає додаткових організаційних заходів.

Можлива шкода у разі очікуваних наслідків дії акта не прогнозується.

VI. Оцінка виконання вимог регуляторного акта залежно від ресурсів, якими розпоряджаються органи виконавчої влади чи органи місцевого самоврядування, фізичні та юридичні особи, які повинні проваджувати або виконувати ці вимоги

Можливість виконання вимог регуляторного акта оцінюється як висока, оскільки ресурсів, які є у розпорядженні компетентного органу та суб'єктів господарювання, на яких поширюватимуться відповідні вимоги, достатньо для їх виконання.

Розрахунок витрат на запровадження державного регулювання для суб'єктів малого підприємництва згідно наведено з додатком 2 до Методики проведення аналізу впливу регуляторного акта (Тест малого підприємництва).

Державне регулювання за проектом Закону не передбачає утворення нового державного органу або нового структурного підрозділу діючого органу.

VII. Обґрунтування строку дії акта

Термін дії нормативно-правового акта – необмежений у часі.

Термін набрання чинності регуляторним актом через шість місяців з дня його опублікування, але не раніше дня припинення чи скасування воєнного стану, введеного Указом Президента України від 24 лютого 2022 року № 64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні», затвердженого Законом України від 24 лютого 2022 року № 2102-IX.

Зміна строку дії акта можлива в разі зміни законодавчих актів України.

VIII. Визначення показників результативності дії регуляторного акта

Прогнозні значення показників результативності регуляторного акта будуть встановлюватися після набрання чинності актом.

Прогнозними значеннями показників результативності регуляторного акта є:

- 1) кількість суб'єктів господарювання на яких поширюється дія акта – 178618 одиниці, у тому числі малого та мікропідприємства – 178270 одиниці.
- 2) розмір надходжень до державного бюджету, пов'язаних з дією акта – розмір штрафів, визначених абзацом дев'ятим частини другої статті 20 Закону



України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення»; розмір надходжень до місцевих бюджетів і державних цільових фондів – 0;

3) рівень поінформованості суб'єктів господарювання та/або фізичних осіб з основних положень регуляторного акта – високий, оскільки повідомлення про оприлюднення, проект Закону та аналіз регуляторного впливу акта розміщено на офіційному вебпорталі Держпродспоживслужби (<http://dpss.gov.ua>) у розділі «Діяльність», підрозділ «Обговорення проектів документів».

4) розмір коштів і час, що витратимуться суб'єктами господарювання, пов'язаними з виконанням вимог акта – низький. Для суб'єктів середнього та малого підприємництва – 1 година та 40,87 грн.

Показниками результативності регуляторного акта є:

1) зменшення кількості громадян, які курять використовують електронні сигарети, протягом 3 років з дня набрання чинності Законом;

2) кількість звернень громадян щодо видимого розміщення електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для нагрівання тютюнових виробів без їх згоряння у місцях торгівлі;

3) кількість суб'єктів господарювання в яких виявлено порушення вимог законодавства про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення в частині стимулювання продажу шляхом видимого розміщення тютюнових виробів, електронних сигарет, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пристроїв для нагрівання тютюнових виробів без їх згоряння.

ІХ. Визначення заходів, за допомогою яких буде здійснюватися відстеження результативності регуляторного акта

Відстеження результативності регуляторного акта буде здійснюватися Держпродспоживслужбою шляхом аналізу даних відповідно до встановлених показників результативності.

Базове відстеження результативності цього регуляторного акта здійснюватиметься після набрання ним чинності, оскільки для цього використовуватимуться виключно статистичні показники.

Повторне відстеження результативності регуляторного акта здійснюватиметься через рік з дня набрання чинності цим регуляторним актом, але не пізніше двох років після набрання ним чинності. За результатами даного відстеження відбудеться порівняння показників базового та повторного відстеження.

Періодичне відстеження результативності буде здійснюватися один раз на кожні три роки починаючи з дня закінчення заходів з повторного відстеження результативності цього акта.

Вид даних, за допомогою яких здійснюватиметься відстеження результативності – статистичні.



Для відстеження результативності будуть використовуватися дані, отримані за результатами звітування, що здійснюватиметься територіальними органами Держпродспоживслужби, а також дані отримані за результатами соціальних досліджень проведених ВООЗ.

Т. в. о. Голови
Державної служби України з
питань безпеки харчових
продуктів та захисту споживачів

Сергій ТКАЧУК

« _____ » _____ 2024 р.



Додаток 1
до Аналізу регуляторного впливу

ВИТРАТИ
на одного суб'єкта господарювання великого і середнього підприємництва,
які виникають внаслідок дії регуляторного акта

Порядковий номер	Витрати	За перший рік	За п'ять років
1	Витрати на придбання основних фондів, обладнання та приладів, сервісне обслуговування, навчання/підвищення кваліфікації персоналу тощо, гривень	33 085,00*	165 425,00
2	Податки та збори (зміна розміру податків/зборів, виникнення необхідності у сплаті податків/зборів), гривень	0	0
3	Витрати, пов'язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним органам, гривень	262,69	1 313,45
4	Витрати, пов'язані з адмініструванням заходів державного нагляду (контролю) (перевірок, штрафних санкцій, виконання рішень/ приписів тощо), гривень	245,22 Орієнтовно 3 години в день працівник суб'єкта господарювання буде витратити під час здійснення заходу державного нагляду (контролю) (заробітна плата за місяць – 13488,00 грн**, 30 робочих днів – 449,6 грн заробітна плата за 1 день (11 годин) або 122,61 грн за 3 години в день та відповідно 245,22 грн за період участі у заході державного нагляду (2 дні)).	1 226,1
5	Витрати на отримання адміністративних послуг (дозволів, ліцензій, сертифікатів,	0	0

UB

Держпродспоживслужба

№15.1.3-2/2118 від
31.01.2024

арк.1



	атестатів, погоджень, висновків, проведення незалежних/обов'язкових експертиз, сертифікації, атестації тощо) та інших послуг (проведення наукових, інших експертиз, страхування тощо), гривень		
6	Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо), гривень	830,00	4 150,00
7	Витрати, пов'язані із наймом додаткового персоналу, гривень	0	0
8	Інше (уточнити), гривень	0	0
9	РАЗОМ (сума рядків: 1 + 2 + 3 + 4 + 5 + 6 + 7 + 8), гривень	34 422,91	172 114,55
10	Кількість суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на яких буде поширено регулювання, одиниць	348	348
11	Сумарні витрати суб'єктів господарювання великого та середнього підприємництва, на виконання регулювання (вартість регулювання) (рядок 9 x рядок 10), гривень	11 979 172,68	59 895 863,40

* - інформація щодо вартості придбання основних фондів, обладнання та приладів, сервісне обслуговування, отримана з веб-сайтів виробників та продавців торговельного обладнання закритого типу (оверхеда, бекволи, диспенсери), а також суб'єктів господарювання, що здійснюють сервісне обслуговування зазначеного обладнання, шляхом визначення середньоарифметичного значення такої вартості;

** - інформація щодо заробітної плати отримана з розділу «Статистична інформація» офіційного вебпорталу Державної служби статистики України (<https://www.ukrstat.gov.ua/>) станом на 01.01.2022.

Розрахунок відповідних витрат на одного суб'єкта господарювання

Вид витрат		У перший рік	Періодичні (за рік)	Витрати за п'ять років
Витрати на придбання основних фондів, обладнання та приладів, сервісне обслуговування, навчання/підвищення кваліфікації персоналу тощо		33 085,00	-	165 425,00
Вид витрат	Витрати* на ведення обліку, підготовку та подання звітності (за рік)	Витрати на оплату штрафних санкцій за рік	Разом за рік	Витрати за п'ять років
Витрати, пов'язані із веденням обліку, підготовкою та поданням звітності державним	245,22	17,47	262,69	1 313,45

UB

Держпродспоживслужба

№15.1.3-2/2118 від
31.01.2024

арк.1



органам (витрати часу персоналу)				
Вид витрат	Витрати пов'язані з участю у заході державного нагляду (контролю) (за рік)	Витрати на оплату штрафних санкцій та усунення виявлених порушень (за рік)	Разом за рік	Витрати за п'ять років
Витрати, пов'язані з участю у заході державного нагляду, гривень	490,44	0	490,44	2 452,20
Вид витрат	За рік (стартовий)		Періодичні (за наступний рік)	Витрати за п'ять років
Витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо)	830,0		0	4 150,00

Додаток 2
до Аналізу регуляторного впливу

**БЮДЖЕТНІ ВИТРАТИ
на адміністрування регулювання для суб'єктів великого і
середнього підприємництва**

**Державна служба України з питань безпеки
харчових продуктів та захисту споживачів**

Процедура регулювання суб'єктів великого і середнього підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання)	Планові витрати часу на процедуру	Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата)	Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта	Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання	Витрати на адміністрування регулювання (за рік), гривень
1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання	2	128,00	1	348	44 544,00
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері	6 год.	384,00	1	348	133 632,00

UB Держпродспоживслужба

№15.1.3-2/2118 від
31.01.2024

арк.1



регулювання, у тому числі:					
камеральні	-	-	-	-	-
виїзді	6 год.	384,00	1	348	133 632,00
3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання	1 год.	64,00	1	348	22 272,00
4. Реалізація одного окремого рішення щодо порушення вимог регулювання	2	128,00	1	348	44 544,00
5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання	-	-	-	-	-
6. Підготовка звітності за результатами регулювання	30 хв	34,50	1	348	12 006,00
7. Інші адміністративні процедури (уточнити):	-	-	-	-	-
Разом за рік	X	X	X	X	256 998,00
Сумарно за п'ять років	X	X	X	X	1 284 990,00

Державне регулювання не передбачає утворення нового державного органу (або нового структурного підрозділу діючого органу)

Порядковий номер	Назва державного органу	Витрати на адміністрування регулювання за рік, гривень	Сумарні витрати на адміністрування регулювання за п'ять років, гривень
1.	Держпродспоживслужба	256 998,00	1 284 990,00
Сумарно бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів великого і середнього підприємства		256 998,00	1 284 990,00



Додаток 3
до Аналізу регуляторного впливу

ТЕСТ
малого підприємництва (М-Тест)

1. Консультації з представниками мікро- та малого підприємництва щодо оцінки впливу регулювання.

Консультації щодо визначення впливу запропонованого регулювання на суб'єктів малого підприємництва та визначення детального переліку процедур, виконання яких необхідно для здійснення регулювання, проведено розробником у період з «26» жовтня 2023 р. по «27» листопада 2023 р.

Порядковий номер	Вид консультації (публічні консультації прями (круглі столи, наради, робочі зустрічі тощо), інтернет-консультації прями (інтернет-форуми, соціальні мережі тощо), запити (до підприємців, експертів, науковців тощо)	Кількість учасників консультацій, осіб	Основні результати консультацій (опис)
1	Оприлюднення на офіційному вебпорталі Держпродспоживслужби регуляторного акта для надання пропозицій та зауважень від суб'єктів господарювання та громадян	16	До проекту регуляторного акта внесено зміни щодо терміну набуття чинності

2. Вимірювання впливу регулювання на суб'єктів малого підприємництва (мікро- та малі):

кількість суб'єктів малого підприємництва, на яких поширюється регулювання становить 178 270 одиниці, у тому числі малого підприємництва 89 620 одиниць та мікропідприємства 88 650 одиниць,

сукупна питома вага суб'єктів малого та мікропідприємництва у загальній кількості суб'єктів господарювання, на яких проблема справляє вплив 99,8 % (відсотків), (відповідно до таблиці «Оцінка впливу на сферу інтересів суб'єктів господарювання»).

3. Розрахунок витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання вимог регулювання

Порядковий номер	Найменування оцінки	У перший рік (стартовий рік впровадження регулювання)	Періодичні (за наступний рік)	Витрати за п'ять років
Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання				
1	Придбання торговельного обладнання закритого типу (оверхеди, бекволи, диспенсери), гривень	32 600,00*	-	163 000,00

УВ Держпродспоживслужба

№15.1.3-2/2118 від
31.01.2024

арк.1



2	Процедури перевірки та/або постановки на відповідний облік у визначеному органі державної влади чи місцевого самоврядування	X	X	X
3	Процедури експлуатації обладнання (експлуатаційні витрати - витратні матеріали), у т.ч:	X	X	X
4	Процедури обслуговування обладнання (монтаж/демонтаж, технічне обслуговування), гривень	485,00*	X	2425,00
5	Інші процедури (уточнити)	X	X	X
6	Разом, гривень <i>Формула:</i> <i>(сума рядків 1 + 2 + 3 + 4 + 5)</i>	33 085,00	X	165 425,00
7	Кількість суб'єктів господарювання, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	178 270	X	178 270
8	Суммарно, гривень <i>Формула:</i> <i>відповідний стовпчик «разом» X кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання (рядок 6 X рядок 7)</i>	5 898 062 950,00	X	29 490 314 750,00
Оцінка вартості адміністративних процедур суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування				
9	Процедури отримання первинної інформації про вимоги регулювання – 1 година <i>Формула:</i> <i>витрати часу на отримання інформації про регулювання, отримання необхідних форм та заявок X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) X оціночна кількість форм</i>	40,87	X	204,35
10	Процедури організації виконання вимог регулювання – 1 година <i>Формула:</i> <i>витрати часу на розроблення та впровадження внутрішніх для суб'єкта малого підприємництва процедур на впровадження вимог регулювання X вартість часу суб'єкта малого</i>	40,87	X	204,35



	<i>підприємництва (заробітна плата) X оціночна кількість внутрішніх процедур</i>			
11	Процедури офіційного звітування	262,69	X	1313,45
12	Процедури щодо забезпечення процесу перевірок – 6 годин <i>Формула:</i> <i>витрати часу на забезпечення процесу перевірок з боку контролюючих органів X вартість часу суб'єкта малого підприємництва (заробітна плата) X оціночна кількість перевірок за рік</i>	245,22 Орієнтовно 3 години в день працівник суб'єкта господарювання буде витратити під час здійснення заходу державного нагляду (контролю) (заробітна плата за місяць – 13488,00 грн*, 30 робочих днів – 449,6 грн заробітна плата за 1 день (11 годин) або 122,61 грн за 3 години в день та відповідно 245,22 грн за період участі у заході державного нагляду (2 дні)).	X	1 226,10
13	Інші процедури (витрати на оборотні активи (матеріали, канцелярські товари тощо)), гривень	830,00	X	4150,00
14	Разом, гривень <i>Формула:</i> <i>(сума рядків 9 + 10 + 11 + 12 + 13)</i>	1419,65	X	7098,25
15	Кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні виконати вимоги регулювання, одиниць	178 270	X	178 270
16	Сумарно, гривень <i>Формула:</i> <i>відповідний стовпчик “разом” X кількість суб'єктів малого підприємництва, що повинні</i>	253 081 005,50	X	1 265 405 027,50



	виконати вимоги регулювання (рядок 14 X рядок 15)			
--	--	--	--	--

* - інформація щодо вартості придбання основних фондів, обладнання та приладів, сервісне обслуговування, отримана з веб-сайтів виробників та продавців торговельного обладнання закритого типу (оверхеда, бекволи, диспенсери), а також суб'єктів господарювання, що здійснюють сервісне обслуговування зазначеного обладнання, шляхом визначення середньоарифметичного значення такої вартості.

Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва
Державна служба України з питань
безпеки харчових продуктів та захисту споживачів

Процедура регулювання суб'єктів малого підприємництва (розрахунок на одного типового суб'єкта господарювання малого підприємництва - за потреби окремо для суб'єктів малого та мікропідприємств)	Планові витрати часу на процедуру	Вартість часу співробітника органу державної влади відповідної категорії (заробітна плата)	Оцінка кількості процедур за рік, що припадають на одного суб'єкта	Оцінка кількості суб'єктів, що підпадають під дію процедури регулювання	Витрати на адміністрування регулювання* (за рік), гривень
1. Облік суб'єкта господарювання, що перебуває у сфері регулювання	2 год.	128,00	1	178 270	22 818 560,00
2. Поточний контроль за суб'єктом господарювання, що перебуває у сфері регулювання, у тому числі:	6 год.	384,00	1	178 270	68 455 680,00
камеральні	-	-	-	-	-
виїзді	6 год.	384,00	1	178 270	68 455 680,00
3. Підготовка, затвердження та опрацювання одного окремого акта про порушення вимог регулювання	1 год.	64,00	1	178 270	11 409 280,00
4. Реалізація одного окремого рішення	2 год.	128,00	1	178 270	22 818 560,00



щодо порушення вимог регулювання					
5. Оскарження одного окремого рішення суб'єктами господарювання	-	-	-	-	-
6. Підготовка звітності за результатами регулювання	30 хв	34,50	1	178 270	6 150 315,00
7. Інші адміністративні процедури (уточнити):	-	-	-	-	-
Разом за рік	X	X	X	X	131 652 395,00
Сумарно за п'ять років	X	X	X	X	658 261 975,00

Державне регулювання не передбачає утворення нового державного органу (або нового структурного підрозділу діючого органу)

Порядковий номер	Назва державного органу	Витрати на адміністрування регулювання за рік, гривень	Сумарні витрати на адміністрування регулювання за п'ять років, гривень
	Держпродспоживслужба	131 652 395,00	658 261 975,00
Сумарно бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва		131 652 395,00	658 261 975,00

4. Розрахунок сумарних витрат суб'єктів малого підприємництва, що виникають на виконання вимог регулювання

Порядковий номер	Показник	Перший рік регулювання (стартовий)	За п'ять років
1	Оцінка «прямих» витрат суб'єктів малого підприємництва на виконання регулювання	5 898 062 950,00	29 490 314 750,00
2	Оцінка вартості адміністративних процедур для суб'єктів малого підприємництва щодо виконання регулювання та звітування	253 081 005,50	1 265 405 027,50



3	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання	6 151 143 955,50	30 755 719 777,50
4	Бюджетні витрати на адміністрування регулювання суб'єктів малого підприємництва	131 652 395,00	658 261 975,00
5	Сумарні витрати на виконання запланованого регулювання	6 282 796 350,50	31 413 981 752,50

5. Розроблення корегуючих (пом'якшувальних) заходів для малого підприємництва щодо запропонованого регулювання

З метою зменшення часу необхідного для отримання первинної інформації про вимоги регулювання, організації виконання вимог регулювання та забезпечення процесу перевірок, акт (після його прийняття) буде опубліковано у друкованих медіа (Голос України, Урядовий кур'єр, Офіційний вісник України) та розміщено у вільному доступі на офіційному вебпорталі Держпродспоживслужби, вебпорталі Верховної Ради України.

Крім того набуття чинності акта через шість місяців з дня його опублікування, але не раніше дня припинення чи скасування воєнного стану, надасть змогу суб'єктам господарювання ефективно розподілити заплановані витрати на придбання необхідного обладнання або переобладнання місця торгівлі.

Це дозволить скоротити час, необхідний для ознайомлення суб'єктів господарювання з актом та для підготовки участі у перевірках орієнтовно на 40%, що у свою чергу скоротить витрати малого підприємництва.

Показник	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання за перший рік, гривень	Сумарні витрати малого підприємництва на виконання запланованого регулювання за п'ять років, гривень
Заплановане регулювання	6 151 143 955,50	30 755 719 777,50
За умов застосування компенсаторних механізмів для малого підприємництва	2 460 457 582,20	12 302 287 911,00
Сумарно: зміна вартості регулювання малого підприємництва	3 690 686 373,30	18 453 431 866,5



**Повідомлення про оприлюднення
проєкту Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про
заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових
виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» щодо заборони
видимого для споживача розміщення тютюнових виробів та деяких
інших виробів у місцях роздрібної торгівлі»**

1. Розробник:

Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів.

2. Стислий виклад змісту проєкту:

Суть Проєкту Закону полягає у необхідності заборони розміщення вищезазначених товарів у місцях роздрібної торгівлі таким чином, щоб вони були видимі поза межами місця роздрібної торгівлі або споживачам всередині місця роздрібної торгівлі, за виключенням показу продавцем конкретного виробу окремому споживачу віком від 18 років на його вимогу, визначивши таку діяльність одним із видів реклами та стимулювання продажу.

Проєктом Закону «Про внесення змін до Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» щодо заборони видимого для споживача розміщення тютюнових виробів та деяких інших виробів у місцях роздрібної торгівлі» (далі – Проєкт Закону) спрямований на забезпечення високого рівня захисту здоров'я людини, особливо дітей та молоді, а також виконання зобов'язань України відповідно до Рамкової конвенції ВООЗ із боротьби проти тютюну (далі – РКБТ).

3. Спосіб оприлюднення проєкту регуляторного акта:

Проєкт Закону оприлюднено на веб-сайті Держпродспоживслужби (<https://dpss.gov.ua>) в розділі «Діяльність» на сторінці «Обговорення проєктів документів».

4. Строк, протягом якого приймаються зауваження та пропозиції від фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань:

Зауваження та пропозиції приймаються протягом місяця з дня оприлюднення проєкту Закону.

5. Зауваження та пропозиції направляти на адресу:

Зауваження та пропозиції стосовно проєкту Закону в письмовій та електронній формі просимо надавати протягом місяця з дня опублікування цього оголошення за такими адресами:

Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів: вул. Б. Грінченка, 1, м. Київ, 01001, e-mail: y.sakhno@dpss.gov.ua

Державна регуляторна служба Ук
01011, e-mail: inform@dkrp.gov.ua.



UB
Держпродспоживслужба
№15.1.3-2/2118 від 31.06.2024
Київська обл., м. Київ, 01011
5E984D526F82F38F0400000FE8031010A259604
Сертифікат дійсний з 20.11.2023 18:12 до 19.11.2024 23:59

ПОРІВНЯЛЬНА ТАБЛИЦЯ

до проєкту Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» щодо заборони видимого для споживача розміщення тютюнових виробів та деяких інших виробів у місцях роздрібної торгівлі»

Зміст положення акта законодавства	Зміст відповідного положення проєкту акта
<p align="center">Закон України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» (Відомості Верховної Ради України, 2005 р., № 52, ст. 565 із наступними змінами)</p>	
<p>Стаття 16. Заборона реклами, стимулювання продажу та спонсорства тютюнових виробів</p> <p>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, у тому числі:</p> <ul style="list-style-type: none">проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень та дегустації, обміну одних тютюнових виробів на інші 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 з придбання або використання тютюнових виробів;пропонування або надання бонусів, премій, повернення готівкових коштів, надання права на участь у будь-якій грі, лотереї, конкурсі, події, прямо або опосередковано пов'язаних	<p>Стаття 16. Заборона реклами, стимулювання продажу та спонсорства тютюнових виробів</p> <p>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, у тому числі:</p> <ul style="list-style-type: none">проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень та дегустації, обміну одних тютюнових виробів на інші 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 з придбання або використання тютюнових виробів;пропонування або надання бонусів, премій, повернення готівкових коштів, надання права на участь у будь-якій грі, лотереї, конкурсі, події, прямо або опосередковано пов'язаних



UB
Держпродспоживслужба
№15.1.3-2/2118 від 31.01.2024
КЕП: ТКАЧУК С. П. 31.01.2024 19:27
5E984D526F82F38F0400000FE8031010A259604
Сертифікат дійсний з 20.11.2023 18:12 до 19.11.2024 23:59

з тютюновими виробами, якщо умовою надання чи участі в них 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, у яких такі вироби реалізуються чи надаються споживачеві, у тому числі на елементах обладнання та/або оформлення місць торгівлі, з використанням графічних зображень чи малюнків, кольорових елементів, фонових вставок, відмінних від кольору торговельного обладнання чи оформлення вітрини, рухомих світлових приладів, пристроїв для демонстрації відеороликів, крім одного плаката розміром не більше 40x30 см на одне місце торгівлі, в якому надається текстова інформація, надрукована шрифтом чорного кольору на білому фоні про наявні у продажу тютюнові вироби та ціни на них;

розміщення інформації з метою стимулювання продажу тютюну безпосередньо на тютюнових výroбах та/або на будь-якому їх упакуванні, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; адрес веб-сайтів; листів-вкладок упакування тютюнових виробів; текстової або графічної інформації на прозорій обгортці упакування тютюнових виробів;

розміщення інформації щодо тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, у місцях проведення розважальних заходів, у місцях роздрібно́ї 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 будь-якої інформації в мережі Інтернет, включаючи соціальні мережі чи інші цифрові мережі, з метою стимулювання продажу тютюнових виробів;

з тютюновими виробами, якщо умовою надання чи участі в них 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, у яких такі вироби реалізуються чи надаються споживачеві, у тому числі на елементах обладнання та/або оформлення місць торгівлі, з використанням графічних зображень чи малюнків, кольорових елементів, фонових вставок, відмінних від кольору торговельного обладнання чи оформлення вітрини, рухомих світлових приладів, пристроїв для демонстрації відеороликів, крім одного плаката розміром не більше 40x30 см на одне місце торгівлі, в якому надається текстова інформація, надрукована шрифтом чорного кольору на білому фоні про наявні у продажу тютюнові вироби та ціни на них;

розміщення інформації з метою стимулювання продажу тютюну безпосередньо на тютюнових výroбах та/або на будь-якому їх упакуванні, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; адрес веб-сайтів; листів-вкладок упакування тютюнових виробів; текстової або графічної інформації на прозорій обгортці упакування тютюнових виробів;

розміщення інформації щодо тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, у місцях проведення розважальних заходів, у місцях роздрібно́ї 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 будь-якої інформації в мережі Інтернет, включаючи соціальні мережі чи інші цифрові мережі, з метою стимулювання продажу тютюнових виробів;



<p>продаж, пропонування для продажу, поставка чи реклама нетютюнових виробів, послуг, реклама чи упаковка яких містять напис, малюнок чи будь-яке інше зображення, повідомлення, які повністю або частково ідентифікуються чи асоціюються з тютюновим виробом, знаком для товарів і послуг чи з виробником тютюнових виробів;</p> <p>Відсутній</p> <p>інші заходи прямого та непрямого стимулювання продажу тютюнових виробів та вживання тютюну.</p>	<p>продаж, пропонування для продажу, поставка чи реклама нетютюнових виробів, послуг, реклама чи упаковка яких містять напис, малюнок чи будь-яке інше зображення, повідомлення, які повністю або частково ідентифікуються чи асоціюються з тютюновим виробом, знаком для товарів і послуг чи з виробником тютюнових виробів;</p> <p>розміщення тютюнових виробів, трав'яних виробів для куріння, предметів, пов'язаних з їх вживанням, їх упаковок та макетів у місцях роздрібної торгівлі таким чином, щоб вони були видимі поза межами місця роздрібної торгівлі або споживачам всередині місця роздрібної торгівлі, за виключенням показу продавцем конкретного виробу окремому споживачу віком від 18 років на його вимогу;</p> <p>інші заходи прямого та непрямого стимулювання продажу тютюнових виробів та вживання тютюну.</p>
<p>Стаття 16¹. Заборона реклами, стимулювання продажу та спонсорства пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання</p> <p>Забороняються реклама та стимулювання продажу пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згорання, у тому числі:</p> <p>проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень, обміну одних пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання на інші пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згорання чи будь-які інші товари, роботи, послуги;</p>	<p>Стаття 16¹. Заборона реклами, стимулювання продажу та спонсорства пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання</p> <p>Забороняються реклама та стимулювання продажу пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згорання, у тому числі:</p> <p>проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень, обміну одних пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання на інші пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згорання чи будь-які інші товари, роботи, послуги;</p>



використання пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання з метою отримання товарів, робіт, послуг;

пропонування або надання будь-якого прямого чи непрямого відшкодування на придбання або використання пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання;

пропонування або надання бонусів, премій, повернення готівкових коштів, надання права на участь у будь-якій грі, лотереї, конкурсі, події, прямо або опосередковано пов'язаних з пристроями для споживання тютюнових виробів без їх згорання, якщо умовою надання чи участі в них є придбання або використання пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання;

продаж пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання у наборі з будь-якими іншими товарами або послугами;

розміщення інформації про виробника пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання та/або пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання у місцях, у яких такі пристрої реалізуються чи надаються споживачеві, з використанням графічних зображень чи малюнків (крім знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються такі пристрої), кольорових елементів, фонових вставок, відмінних від кольору торговельного обладнання чи оформлення вітрини, рухомих світлових приладів, пристроїв для демонстрації відеороликів, а також розміщення поза межами місць реалізації пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання будь-якої інформації про виробника пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання та/або пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання;

розміщення інформації щодо тютюну з метою стимулювання його продажу на пристроях для споживання тютюнових виробів без їх згорання та/або на будь-якому їх

використання пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання з метою отримання товарів, робіт, послуг;

пропонування або надання будь-якого прямого чи непрямого відшкодування на придбання або використання пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання;

пропонування або надання бонусів, премій, повернення готівкових коштів, надання права на участь у будь-якій грі, лотереї, конкурсі, події, прямо або опосередковано пов'язаних з пристроями для споживання тютюнових виробів без їх згорання, якщо умовою надання чи участі в них є придбання або використання пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання;

продаж пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання у наборі з будь-якими іншими товарами або послугами;

розміщення інформації про виробника пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання та/або пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання у місцях, у яких такі пристрої реалізуються чи надаються споживачеві, з використанням графічних зображень чи малюнків (крім знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються такі пристрої), кольорових елементів, фонових вставок, відмінних від кольору торговельного обладнання чи оформлення вітрини, рухомих світлових приладів, пристроїв для демонстрації відеороликів, а також розміщення поза межами місць реалізації пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання будь-якої інформації про виробника пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання та/або пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згорання;

розміщення інформації щодо тютюну з метою стимулювання його продажу на пристроях для споживання тютюнових виробів без їх згорання та/або на будь-якому їх



упакуванні, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; адрес веб-сайтів; листків-вкладок до упакування пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння; текстової або графічної інформації на прозорій обгортці упакування пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння;

розміщення інформації щодо пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, у місцях проведення розважальних заходів, на транспортних засобах та обладнанні;

надсилання повідомлень поштою, електронною поштою, повідомлень на мобільні телефони без згоди споживача, поширення відеодисків, відеоматеріалів, компакт-дисків, комп'ютерних та інших ігор, розміщення інформації в мережі Інтернет (крім знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, у тому вигляді, в якому їм наданий правовий захист відповідно до законодавства про охорону прав інтелектуальної власності), включаючи соціальні мережі чи інші цифрові мережі (крім інформації фізичних осіб на своїх особистих сторінках), з метою стимулювання продажу пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння;

продаж, пропонування для продажу, поставка чи реклама нетютюнових виробів, послуг, реклама чи упаковка яких містить напис, малюнок чи будь-яке інше зображення, повідомлення, які повністю або частково ідентифікуються чи асоціюються з пристроями для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаком для товарів і послуг чи з виробником пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння.

упакуванні, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; адрес веб-сайтів; листків-вкладок до упакування пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння; текстової або графічної інформації на прозорій обгортці упакування пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння;

розміщення інформації щодо пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, у місцях проведення розважальних заходів, на транспортних засобах та обладнанні;

надсилання повідомлень поштою, електронною поштою, повідомлень на мобільні телефони без згоди споживача, поширення відеодисків, відеоматеріалів, компакт-дисків, комп'ютерних та інших ігор, розміщення інформації в мережі Інтернет (крім знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, у тому вигляді, в якому їм наданий правовий захист відповідно до законодавства про охорону прав інтелектуальної власності), включаючи соціальні мережі чи інші цифрові мережі (крім інформації фізичних осіб на своїх особистих сторінках), з метою стимулювання продажу пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння;

продаж, пропонування для продажу, поставка чи реклама нетютюнових виробів, послуг, реклама чи упаковка яких містить напис, малюнок чи будь-яке інше зображення, повідомлення, які повністю або частково ідентифікуються чи асоціюються з пристроями для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаком для товарів і послуг чи з виробником пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння.



<p>Відсутній</p>	<p>розміщення пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, їх упаковок та макетів у місцях роздрібної торгівлі таким чином, щоб вони були видимі поза межами місця роздрібної торгівлі або споживачам всередині місця роздрібної торгівлі, за виключенням показу продавцем конкретного виробу окремому споживачу віком від 18 років на його вимогу.</p>
<p>Стаття 16⁻². Заборона реклами, стимулювання продажу та спонсорства електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах</p> <p>Забороняються реклама та стимулювання продажу електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються електронні сигарети, заправні контейнери та рідини, що використовуються в електронних сигаретах, у тому числі:</p> <p>проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень та дегустації, обміну одних електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, на інші електронні сигарети, заправні контейнери та рідини, що використовуються в електронних сигаретах, чи інші товари, роботи, послуги;</p> <p>використання електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, з метою отримання товарів, робіт, послуг;</p> <p>пропонування або надання будь-якого прямого чи непрямого відшкодування на придбання або використання до, в процесі або після придбання електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах;</p> <p>пропонування або надання бонусів, премій, повернення готівкових коштів, надання права на участь у будь-якій грі,</p>	<p>Стаття 16⁻². Заборона реклами, стимулювання продажу та спонсорства електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах</p> <p>Забороняються реклама та стимулювання продажу електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються електронні сигарети, заправні контейнери та рідини, що використовуються в електронних сигаретах, у тому числі:</p> <p>проведення заходів з безоплатної роздачі, у тому числі для маркетингових досліджень та дегустації, обміну одних електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, на інші електронні сигарети, заправні контейнери та рідини, що використовуються в електронних сигаретах, чи інші товари, роботи, послуги;</p> <p>використання електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, з метою отримання товарів, робіт, послуг;</p> <p>пропонування або надання будь-якого прямого чи непрямого відшкодування на придбання або використання до, в процесі або після придбання електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах;</p> <p>пропонування або надання бонусів, премій, повернення готівкових коштів, надання права на участь у будь-якій грі,</p>



лотереї, конкурси, події, прямо або опосередковано пов'язаних з електронними сигаретами, заправними контейнерами та рідинами, що використовуються в електронних сигаретах, якщо умовою надання або участі в них є придбання або використання електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах;

продаж електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, у наборі з будь-якими іншими товарами або послугами;

розміщення інформації про виробника електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, у місцях, де ці товари реалізуються чи надаються споживачеві, з використанням графічних зображень чи малюнків, кольорових елементів, фонових вставок, відмінних від кольору торговельного обладнання чи оформлення вітрини (крім знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються ці товари), рухомих світлових приладів, пристроїв для демонстрації відеороликів, а також розміщення поза межами місць реалізації електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, будь-якої інформації про виробника електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах;

розміщення інформації з метою стимулювання продажу електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, безпосередньо на електронних сигаретах, заправних контейнерах, рідинах, що використовуються в електронних сигаретах, та/або їх упакуванні, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; вкладень до упакування електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах;

лотереї, конкурси, події, прямо або опосередковано пов'язаних з електронними сигаретами, заправними контейнерами та рідинами, що використовуються в електронних сигаретах, якщо умовою надання або участі в них є придбання або використання електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах;

продаж електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, у наборі з будь-якими іншими товарами або послугами;

розміщення інформації про виробника електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, у місцях, де ці товари реалізуються чи надаються споживачеві, з використанням графічних зображень чи малюнків, кольорових елементів, фонових вставок, відмінних від кольору торговельного обладнання чи оформлення вітрини (крім знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються ці товари), рухомих світлових приладів, пристроїв для демонстрації відеороликів, а також розміщення поза межами місць реалізації електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, будь-якої інформації про виробника електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах;

розміщення інформації з метою стимулювання продажу електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, безпосередньо на електронних сигаретах, заправних контейнерах, рідинах, що використовуються в електронних сигаретах, та/або їх упакуванні, у тому числі: малюнків та інших зображень, які не є частиною захищеної торгової марки; вкладень до упакування електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах;



розміщення інформації щодо електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються електронні сигарети, заправні контейнери та рідини, що використовуються в електронних сигаретах, в місцях проведення розважальних заходів, на транспортних засобах та обладнанні;

надсилання повідомлень поштою, електронною поштою, повідомлень на мобільні телефони без згоди споживача, поширення відеодисків, відеоматеріалів, компакт-дисків, комп'ютерних та інших ігор, розміщення інформації в мережі Інтернет (крім знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються ці товари, в тому вигляді, в якому їм наданий правовий захист відповідно до законодавства про охорону прав інтелектуальної власності), включаючи соціальні чи інші цифрові мережі (крім інформації фізичних осіб на своїх особистих сторінках), з метою стимулювання продажу електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах;

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 електронними сигаретами, заправними контейнерами та рідинами, що використовуються в електронних сигаретах, знаком для товарів і послуг чи з виробником електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах.

Відсутній

розміщення інформації щодо електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються електронні сигарети, заправні контейнери та рідини, що використовуються в електронних сигаретах, в місцях проведення розважальних заходів, на транспортних засобах та обладнанні;

надсилання повідомлень поштою, електронною поштою, повідомлень на мобільні телефони без згоди споживача, поширення відеодисків, відеоматеріалів, компакт-дисків, комп'ютерних та інших ігор, розміщення інформації в мережі Інтернет (крім знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються ці товари, в тому вигляді, в якому їм наданий правовий захист відповідно до законодавства про охорону прав інтелектуальної власності), включаючи соціальні чи інші цифрові мережі (крім інформації фізичних осіб на своїх особистих сторінках), з метою стимулювання продажу електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах;

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 електронними сигаретами, заправними контейнерами та рідинами, що використовуються в електронних сигаретах, знаком для товарів і послуг чи з виробником електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах.

розміщення електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, їх упаковок та макетів у місцях роздрібної



	торгівлі таким чином, щоб вони були видимі поза межами місця роздрібної торгівлі або споживачам всередині місця роздрібної торгівлі, за виключенням показу продавцем конкретного виробу окремому споживачу віком від 18 років на його вимогу.
--	---

Т. в. о. Голови
Державної служби України
з питань безпеки харчових
продуктів та захисту споживачів

Сергій ТКАЧУК

«_____» _____ 2024 р.

UB Держпродспоживслужба
№15.1.3-2/2118 від
31.01.2024

арк.1



ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

до проєкту Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» щодо заборони видимого для споживача розміщення тютюнових виробів та деяких інших виробів у місцях роздрібної торгівлі»

1. Мета

Проєкт Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» щодо заборони видимого для споживача розміщення тютюнових виробів та деяких інших виробів у місцях роздрібної торгівлі» (далі – Проєкт Закону) спрямований на забезпечення високого рівня захисту здоров'я людини, особливо дітей та молоді, а також виконання зобов'язань України відповідно до Рамкової конвенції ВООЗ із боротьби проти тютюну (далі – РКБТ).

Завданням Проєкту Закону є удосконалення положень законів, які забороняють рекламу і стимулювання куріння.

2. Обґрунтування необхідності прийняття акта

Проєкт Закону розроблено на виконання доручення Першого віце-прем'єр-міністра України – Міністра економіки України Юлії Свириденко від 06.10.2023 № 24822/3/1-23.

Необхідність прийняття Закону обумовлена потребою удосконалити окремі положення законодавства про охорону здоров'я населення від шкідливого впливу тютюнового диму, яке складається з Основ законодавства України про охорону здоров'я, Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» та інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до них.

У преамбулі Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» вказано, що цей Закон визначає основні принципи та напрями державної політики, зокрема, щодо охорони здоров'я населення від шкоди, що завдається здоров'ю внаслідок розвитку захворювань, інвалідності, а також смертності, спричинених курінням тютюнових виробів чи іншим способом їх вживання.

У зв'язку з цим з метою удосконалення законодавства про охорону громадського здоров'я від шкідливого впливу тютюнового диму необхідно внести відповідні зміни до Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення», що стосуються: зниження рівня куріння серед населення; зниження стимулювання населення до куріння.

Стаття 13 РКБТ передбачає, що кожна Сторона, відповідно до своєї конституції або конституційних принципів, вводить повну заборону на всю рекламу, стимулювання продажу й спонсорство тютюнових виробів. Третя



UB
Держпродспоживслужба
№15.1.3-2/2118 від 31.01.2024
КЕП: ТКАЧУК С. П. 31.01.2024 19:27
5E984D526F82F38F0400000FE8031010A259604
Сертифікат дійсний з 20.11.2023 18:12 до 19.11.2024 23:59

Конференція Сторін РКБТ, що відбулася у листопаді 2008 року за участі повноважних представників Сторін РКБТ, включаючи Україну, ухвалила детальні Керівні принципи щодо втілення Статті 13 РКБТ. Пунктом 13 цих Керівних принципів передбачено: «Для забезпечення такого стану, при якому в пунктах продажу тютюнових виробів не буде жодних елементів, що стимулюють продажі, Сторони повинні повністю заборонити будь-яке зображення та видимість тютюнових виробів в пунктах продажів, включаючи постійні пункти (підприємства) роздрібної торгівлі та вуличних торговців. Дозволяється лише перелік виробів та цін на них у текстовому форматі та без будь-яких стимулюючих продажі елементів».

З 2012 року в Україні заборонена будь-яка реклама тютюнових виробів. Проте, видиме розміщення тютюнових виробів, трав'яних виробів для куріння, електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння у місцях торгівлі використовується виробниками та імпортерами як інструмент реклами тютюнової продукції.

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я 63% дітей віком від 13 до 15 років в Україні помічають рекламу тютюну або ж стимулювання продажів тютюнових виробів у місцях торгівлі (магазинах, супермаркетах та кіосках). Американська академія педіатрії наголошує, що діти і підлітки, які бачать яскраві вітрини з красивим дизайном сигаретних пачок, мають на 64% більший ризик почати курити. За даними ВООЗ в Україні кожна п'ята дитина (18%) у віці 13-15 років курить е-сигарети, а кожна сьома (15%) вживає тютюнові вироби.

ВООЗ у співпраці з Міністерством охорони здоров'я України та Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС) провела національне опитування щодо вживання тютюну серед дорослого населення (18+) у квітні 2023 р.

Результати засвідчили, що 63,1% курців планують кинути палити, а 16,4% висловились про необхідність професійної допомоги.

І що дуже суттєво – 63% опитуваних підтримують заборону викладки/розміщення тютюнових виробів у місцях продажу.

Але тютюнові компанії переконують власників торгових пунктів (МАФів, магазинів), які продають тютюнові вироби, трав'яні вироби для куріння, електронні сигарети, заправні контейнери та рідини, що використовуються в електронних сигаретах, пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, що будь-яке розміщення товару у вітринах не може вважатись стимулюванням продажу, а є звичайним способом торгівлі. Однак, насправді, тютюнові корпорації свідомо спонукають розміщувати пачки сигарет у вітринах магазинів на спеціальному фоні, використовуючи яскраві дизайнерські рішення, аби привертати увагу не лише активних споживачів їхньої продукції, але й потенційних споживачів. Так звана «спеціальна викладка» сигарет чи інших товарів систематично оновлюється, щоб привертати увагу споживачів та спонукати їх до куріння. Така форма стимулювання куріння або вживання спрямована передусім на дітей та молодь, для яких тютюнова продукція перетворюється на спокусливий та привабливий для вживання товар.



Заборона видимого розміщення пачок тютюнових виробів, як спосіб зниження рівня куріння та стимулів до куріння, діє в низці країн, таких як: Велика Британія, Австралія, Канада, Норвегія, Фінляндія, Ірландія, Ісландія, Нова Зеландія, Таїланд, Панама, Кенія, Непал. Подібні заборони були запроваджені і в сусідніх з Україною державах.

Прикладом позитивних наслідків заборони видимого розміщення сигаретних пачок на вітринах, зокрема, для попередження куріння серед підлітків, експерти вважають Ісландію. Ця країна заборонила викладку тютюнових пачок у 2001 р. За даними європейського опитування ESPAD у 1999 р. курили (щонайменше раз на місяць) 28% ісландських підлітків, в 2011 р. – 10%. В Норвегії заборонили видиме розміщення тютюнових пачок в магазинах у 2010 р. і показник куріння там зменшився з 19% у 2007 р. до 14% у 2011 р. У Канаді після заборони викладки сигарет рівень куріння серед підлітків 15-19 років знизився з 22% у 2002 р. до 12% у 2011 р.

Для ефективного контролю за дотриманням законодавства щодо попередження та зменшення куріння і шкідливого впливу куріння на здоров'я населення потрібно чітко визначити повноваження центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів.

Заборона викладки тютюнових виробів реалізує Указ Президента України В. Зеленського від 30 вересня 2019 р. №722/2019 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року». Ціль 3 передбачає «забезпечення здорового способу життя та сприяння благополуччю для всіх у будь-якому віці».

3. Основні положення проєкту акта

Статтями 16, 16-1 та 16-2 Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» забороняється будь-яка реклама та стимулювання продажу тютюнових виробів, трав'яних виробів для куріння, електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими вони випускаються.

Суть Проєкту Закону полягає у необхідності заборони розміщення вищезазначених товарів у місцях роздрібної торгівлі таким чином, щоб вони були видимі поза межами місця роздрібної торгівлі або споживачам всередині місця роздрібної торгівлі, за виключенням показу продавцем конкретного виробу окремому споживачу віком від 18 років на його вимогу, визначивши таку діяльність одним із видів реклами та стимулювання продажу.

4. Правові аспекти

Правовідносини у даній сфері регулюються відповідно до Закону України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і



їх шкідливого впливу на здоров'я населення», а також Рамкової конвенції Всесвітньої організації охорони здоров'я із боротьби проти тютюну, ратифікованої Законом України від 15 березня 2006 р. № 3534-IV.

5. Фінансово-економічне обґрунтування

Реалізація Проекту Закону не потребує додаткових фінансових витрат з Державного бюджету України.

У місцях торгівлі достатньо менше доби і жодних коштів витрат, щоб прибрати видиме розміщення тютюнових виробів та електронних пристроїв для куріння, а на звільнені місця розмістити інші товари.

6. Позиція заінтересованих сторін

Публічні консультації проведено відповідно до Порядку проведення консультацій з громадськістю з питань формування та реалізації державної політики, затвердженого постановою Кабінету Міністрів від 03 листопада 2010 р. № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики».

Проект Закону не стосується функціонування і застосування української мови як державної, тобто не потребує позиції відповідної заінтересованої сторони, а саме - Уповноваженого із захисту державної мови.

Проект Закону не стосується сфери наукової та науково-технічної діяльності, тобто не потребує надсилання на розгляд Науковому комітету Національної ради з питань розвитку науки і технологій.

Проект Закону не стосується соціально-трудової сфери, питань функціонування місцевого самоврядування, прав та інтересів територіальних громад, місцевого та регіонального розвитку.

Проект Закону не стосується прав осіб з інвалідністю.

Проект Закону погоджено без зауважень Міністерством економіки України, Міністерством фінансів України, Міністерством цифрової трансформації України, Міністерством охорони здоров'я України.

Проект Закону потребує погодження з Державною регуляторною службою України

Проект Закону буде надіслано для проведення правової експертизи Міністерством юстиції України.

7. Оцінка відповідності

У Проекті Закону відсутні положення, що:
стосуються зобов'язань України у сфері європейської інтеграції;
стосуються прав та свобод, гарантованих Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод;
впливають на забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків;
містять ризики вчинення корупційних правопорушень та правопорушень, пов'язаних з корупцією;
створюють підстави для дискримінації.



Проект Закону буде надіслано до Національного агентства з питань запобігання корупції для визначення необхідності проведення антикорупційної експертизи.

Громадська антикорупційна, громадська антидискримінаційна та громадська гендерно-правова експертизи Проекту Закону не проводилися.

8. Прогноз результатів

Ухвалення Закону дозволить зменшити рівень споживання тютюнових виробів, особливо молоддю, що поступово призведе до покращення здоров'я населення.

Проект Закону сприятиме практичному виконанню вимог законодавства та міжнародних зобов'язань України щодо захисту людей від шкідливого впливу тютюнового диму.

Реалізація Закону не матиме впливу на розвиток регіонів, підвищення чи зниження спроможності територіальних громад; ринок праці, рівень зайнятості населення; екологію та навколишнє природне середовище, обсяг природних ресурсів, рівень забруднення атмосферного повітря, води, земель, зокрема забруднення утвореними відходами.

Заінтересована сторона	Вплив реалізації акта на заінтересовану сторону	Пояснення очікуваного впливу
<p>Суб'єкти господарювання, що здійснюють роздрібну реалізацію тютюнових виробів, електронних сигарет, заправних контейнерів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння</p> <p>Держпродспоживслужба</p>	<p>Позитивний: забезпечить виконання зобов'язань України відповідно до Рамкової конвенції ВООЗ із боротьби проти тютюну, сприятиме забезпеченню високого рівня захисту здоров'я людини, особливо дітей та молоді;</p> <p>діяльність органів у справах захисту прав споживачів у сфері контролю за дотриманням законодавства України про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх</p>	<p>Прийняття акта дасть можливість забезпечити системність, збалансованість та прозорість функціонування механізму державного контролю за обігом тютюнової продукції, сприятиме досягненню високого рівня здоров'я людини, особливо дітей і молоді.</p>



	<p>шкідливого впливу на здоров'я населення відповідатиме конституційному принципу, за яким органи державної влади, їх посадові особи діють на підставі, в межах повноважень та у спосіб, які передбачені законами України (стаття 19 Конституції України).</p>	
--	--	--

Т. в. о. Голови
Державної служби України
з питань безпеки харчових
продуктів та захисту споживачів

Сергій ТКАЧУК

« _____ » _____ 2024 р.

