

УДК 366.6

МИКИТЕНКО Людмила,

к. ю. н., доцент кафедри міжнародного приватного,
комерційного та цивільного права КНТЕУ

ПАРАДИГМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВА СПОЖИВАЧА НА ІНФОРМАЦІЮ

Проведено комплексне дослідження реалізації права споживача на отримання інформації про продукцію на підставі аналізу споживчого законодавства України. Досліджено кваліфікаційні ознаки понять «необхідна, доступна, достовірна, своєчасна інформація про продукцію», а також виокремлено загальні обов'язки продавця (виробника, виконавця) щодо надання інформації про продукцію споживачеві.

Ключові слова: споживач, право споживача, інформація про продукцію, необхідна, доступна, достовірна та своєчасна інформація.

Микитенко Л. Парадигма обеспечения права потребителя на информацию. Проведено комплексное исследование реализации права потребителя на получение информации о продукции на основании анализа потребительского законодательства Украины. Исследованы квалификационные признаки понятия «необходимая, доступная, достоверная, своевременная информация о продукции», а также выделены общие обязанности продавца (изготовителя, исполнителя) о предоставлении информации о продукции потребителю.

Ключевые слова: потребитель; право потребителя; информация о продукции; необходимая, доступная, достоверная, своевременная информация.

Постановка проблеми. Споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, яка реалізується на території України, для задоволення своїх особистих потреб мають право на необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору, а також про її виробника (виконавця, продавця). Головним завданням надання такої інформації про продукцію є забезпечення її компетентного вибору. Виробник (виконавець, продавець) сам має визначити її потрібний обсяг, пам'ятаючи про свою відповідальність за неповноту наданої інформації відповідно до законодавства. Проте ані в Законі України «Про захист прав споживачів», ані на практиці немає єдиної інтерпретації поняття «необхідна, доступна, достовірна та своєчасна інформація», що, безперечно, негативно впливає на захист інтересів споживачів, позаяк проблематично трактувати невизначені

правові ознаки такої інформації. Саме тому постає питання парадигми права споживача на отримання інформації про продукцію через недосконалість визначення цієї правової категорії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням реалізації прав споживачів присвячено наукові праці Л. М. Іваненко, О. М. Язвінської [1], І. В. Шебулдаєва [2], І. О. Дудли [3], М. І. Хавронюк, М. І. Мельник [4], Т. В. Меланчук [5], що обумовлено об'єктивними факторами, зокрема нагальністю проблем, які виникають при застосуванні законодавства про захист прав споживачів. Проблеми його актуальності особливо детально порушували науковці у процесі підготовки та розгляду проекту Закону України «Про внутрішню торгівлю» [6]. Багато слушних ідей виклали учасники Міжнародної науково-практичної конференції «Юридична наука та практика: виклики сучасних євроінтеграційних процесів», проведеної у листопаді 2015 р., заради удосконалення системи захисту прав споживачів в Україні та правових шляхів їх реалізації [7]. Варто зазначити, що головні дослідження присвячено переважно аналізу чинного законодавства, окремим правовим проблемам, а питанню використання правових дефініцій у Законі України «Про захист прав споживачів» приділено незначну увагу.

Метою цієї статті є кореляційний аналіз поняття «необхідна, доступна, достовірна та своєчасна інформація» про продукцію, а також надання рекомендацій щодо вдосконалення законодавства із захисту прав споживачів.

Для досягнення поставленої мети головну увагу зосереджено на вирішенні таких завдань:

- проаналізувати теоретичні та практичні аспекти щодо реалізації прав споживачів на інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця);
- визначити правові наслідки ненадання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації або поширення недостовірної інформації;
- сформулювати висновки та пропозиції щодо вдосконалення споживчого законодавства.

Матеріали та методи. Аналіз норм чинного споживчого законодавства проведено за допомогою формально-логічного методу (аналіз, синтез, аналогія, узагальнення, індукція, дедукція), що дозволило виявити неточності, суперечності і прогалини, які наявні у законодавстві України із захисту прав споживачів, щодо надання інформації. Метод соціологічного дослідження застосовано у характеристиці шляхів забезпечення належного захисту прав споживачів, установлення законодавчих гарантій захисту прав споживачів.

Результати дослідження. Право на отримання інформації є одним із основоположних прав людини і громадянина, особистим природним правом кожного, у тому числі й споживача. Відповідно

до статті 50 Конституції України «...кожному гарантується право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення. Така інформація ніким не може бути засекречена»[8].

Проголошення Конституцією України права громадян на безпечне для життя і здоров'я довкілля та на інформацію про якість продукції зобов'язує державу, органи місцевого самоврядування створити організаційно-правові, соціально-економічні та примусово-владні гарантії забезпечення цього права. Водночас усі громадяни та юридичні особи зобов'язані дотримувати встановлені щодо цього права правила. Стаття 22 Конституції містить дуже важливе положення про те, що конституційні права і свободи гарантуються і не можуть бути скасовані, не допускається звуження змісту та обсягу існуючих прав. Отже, держава встановила певні гарантії, й усі закони та інші нормативно-правові акти мають відповідати наведеній конституційній нормі.

Право громадянина на безпечне для життя довкілля і на інформацію про якість товарів зазвичай є соціально-економічним правом, позаяк його реалізація можлива насамперед завдяки відповідному рівню матеріального виробництва та соціальних відносин у суспільстві. Наведену конституційну норму аж ніяк не можна розглядати як таку, що зобов'язує державу забезпечити громадянина якісними товарами. Держава бере на себе обов'язок встановлювати для виробників певні вимоги щодо якості товарів та зобов'язати виробників, продавців надавати громадянам всю інформацію щодо ступеня корисних та решти властивостей запропонованої споживачам продукції. Це вона робить шляхом прийняття відповідних законів, створення спеціальних органів контролю за якістю продукції та захисту прав споживачів тощо.

Згідно зі статтею 1 Закону України «Про інформацію» інформація – це будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді. За змістом її поділяють на такі види: інформація про фізичну особу; інформація довідково-енциклопедичного характеру; інформація про стан довкілля (екологічна інформація); інформація про товар (роботу, послугу); науково-технічна інформація; податкова інформація; правова інформація; статистична інформація; соціологічна інформація; інші види інформації [9].

Відповідно до статті 14 Закону України «Про інформацію» інформація про товар (роботу, послугу) – це відомості та/або дані, які розкривають кількісні, якісні та інші характеристики товару (роботи, послуги). Інформація про вплив товару (роботи, послуги) на життя та здоров'я людини не може бути віднесена до інформації з обмеженим доступом. Правовий режим інформації про товар (роботу, послугу) визначається законами України про захист прав споживачів, про рекламу, іншими законами та міжнародними договорами України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України [9].

Згідно зі статтею 15 Закону України «Про захист прав споживачів» споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Інформація має бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги) [10]. Майже таке саме формулювання права споживача на отримання інформації визначає і Цивільний кодекс України (далі – ЦК). У статті 700 ЦК зазначається, що «...продавець зобов'язаний надати покупцеві необхідну і достовірну інформацію про товар, що пропонується до продажу. Інформація має відповідати вимогам закону та правилам роздрібно́ї торгівлі щодо її змісту і способів надання» [11].

Споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, що її реалізують на території України, для задоволення своїх особистих потреб мають право на необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця). Проте ані ЦК, ані Закон України «Про захист прав споживачів» не визначає, яку саме інформацію вважають необхідною, яку достовірною, доступною, а яку – своєчасною. Хоча стаття 1 Закону України «Про захист прав споживачів» тлумачить самі поняття, але вона не роз'яснює їх конкретно споживачу.

Зважаючи на те, що споживачі – непрофесіонали у комерційній сфері, не мають спеціальних знань, що допомагають їм зробити компетентний вибір продукції, постає потреба законодавчого тлумачення таких понять, як «необхідна інформація», «доступна інформація», «достовірна інформація» та «своєчасна інформація» про продукцію.

Зосередивши увагу на наукових дослідженнях щодо захисту прав споживачів, висновуємо, що здебільшого вчені у наукових розробках із цієї проблематики так чи так визнають одним із пріоритетних прав споживачів право на інформацію про продукцію. Учені М. І. Хавронюк та М. І. Мельник визначають це право в системі прав споживача, що зобов'язують до вчинення певних дій продавцем [4, с. 338–353].

Досліджуване право І. О. Дудла виокремлює з-поміж прав, що їх реалізують у відносинах з підприємствами торгівлі та сфери послуг [3, с. 23].

Інформацію про товар Т. В. Меланчук визначає як складову права споживача на належну якість продукції [5, с. 75].

Право споживача на інформацію про продукцію належить до основних його прав, крім яких споживачі мають й інші права, що в юридичній літературі названі спеціальними [1, с. 248–249; 2, с. 17].

Вчені виокремлюють право споживача на інформацію про продукцію, але не акцентують уваги на правових ознаках інформації про продукцію. З огляду на це, автор вважає за доцільне проаналізувати зміст понять «необхідна», «доступна», «достовірна» та «своєчасна» інформація про продукцію.

Необхідна інформація. Під терміном «необхідна інформація про продукцію» розуміють її повноту. Законодавство стверджує, що у споживача немає достатніх знань про продукцію, яку він бажає придбати. Продавець (виробник, виконавець) має бути професіоналом, який має знати про продукцію все – від складу до утилізації. Тому саме продавець має надати споживачеві інформацію в такому обсязі, щоб той чітко знав про властивості продукції, її якість, безпечність, правила користування та міг завдяки цим відомостям зробити компетентний вибір потрібної і придатної для себе продукції.

Наявність у споживача права вимагати надання зазначеної інформації означає одночасно обов'язок продавця надати її. Невиконання цього обов'язку передбачає відповідальність винних осіб на підставі норм законодавства. Закон встановлює, що головним завданням надання інформації про продукцію є забезпечення її компетентного вибору. Компетентність вибору забезпечують наданням інформації про призначення продукції, її якість, умови використання, гарантії тощо. Виробник, виконавець або продавець сам мусить визначати потрібний обсяг цієї інформації, пам'ятаючи про свою відповідальність за неповноту наданої інформації відповідно до законодавства. Зважаючи на це, «необхідною інформацією про продукцію» слід вважати інформацію в повному обсязі, яка дасть змогу споживачеві оцінити потребу придбання продукції, її властивість, якість, безпеку, правила використання і зберігання, зробити правильний і належний вибір продукції, а далі використовувати її за призначенням без допомоги професіоналів. Необхідна інформація має бути достатньою для розуміння і прийняття рішень кожним споживачем. Неповна інформація може призвести до помилкового висновку або рішення.

Доступна форма. Для задоволення своїх особистих потреб споживачі мають право на отримання інформації в доступній формі. Способи доведення інформації до споживача визначає специфіка окремих сфер обслуговування, але вона має бути наочною та доступною. Закон України «Про захист прав споживачів» передбачає, що інформацію споживачеві мають надавати згідно із законодавством про мови, тобто державною мовою (п. 3 ст. 26 Закону України «Про засади державної мовної політики»).

Доступна форма інформації передбачає її зрозумілість з боку споживача. Зрозумілість – це така подача інформації, яка дає змогу користувачам сприймати її значення. Але це аж ніяк не означає, що користувачі можуть правильно зрозуміти її зміст без необхідних базових знань. Тож інформацією у вигляді складних понять, що є корисною для прийняття компетентних рішень, не мають нехтувати через складність розуміння її окремими споживачами. З огляду на зазначене, до Закону України «Про захист прав споживачів» варто ввести поняття «*доступна інформація*» такого змісту: «...це інформація, що надається споживачеві державною мовою письмово та/або усно шляхом демонстру-

вання використання продукції і яка дає змогу споживачеві сприймати інформацію про продукцію, її призначення та порядок використання».

Достовірна інформація. За законодавством споживач має право отримати достовірну інформацію про продукцію. Достовірність інформації – це властивість, яка визначає ступінь об’єктивного, точного відображення подій, фактів, що мали місце. Достовірність як об’єктивність, вірогідність інформації Закон України «Про інформацію» називає одним із головних принципів інформаційних відносин у суспільстві, державі. Достовірність інформації поряд із дотриманням решти вимог до її якісних властивостей, вироблених інформаційною теорією і практикою (повнота, доступність, своєчасність, регулярність, комплексність тощо), є чинником, що сприяє реалізації права на інформацію.

Достовірність (надійність) означає, що інформація не містить помилок та упереджених суджень. Її визначають: правдивим відображенням, превалюванням суті над формою, нейтральністю, обачністю, повнотою. Інформація, що її надають споживачеві, має правдиво відображати всі особливості і компоненти продукції за звичайних умов її використання, зберігання, транспортування, виготовлення та утилізації, через що споживачеві надають гарантію її безпечного використання. Під терміном «достовірна інформація» слід розуміти об’єктивну, точну відповідність відомостей про продукцію фактичній дійсності, тобто повну відповідність справжнім властивостям продукції.

Своєчасна інформація. Стаття 15 Закону України «Про захист прав споживачів» визначає, що інформація має бути надана споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги) [3]. За загальним правилом своєчасність вимірюється відтинком часу між моментом, коли відбувається будь-яка подія, і моментом, коли вона знаходить реальне відображення.

Наприклад, у деяких ситуаціях споживачеві потрібні години або навіть дні, щоб оволодіти новою продукцією. Загалом своєчасна інформація скорочує невизначеність і допомагає вчасно виявляти проблеми вибору продукції, що зменшує потребу в запасах і сприяє прийняттю надійніших рішень. Для розуміння права споживача на отримання інформації своєчасно доречно було б надати роз’яснення цього терміна у статті 1 Закону України «Про захист прав споживачів», а саме: *своєчасна інформація* – це необхідна інформація, яка надана споживачеві до придбання ним продукції або за першою вимогою споживача і допомагає йому вчасно, до моменту укладання угоди, переконатися в доцільності придбання продукції та компетентного її вибору.

Звертаємо увагу на те, що у разі виявлення фактів реалізації продукції, яка не містить необхідної, доступної, достовірної, своєчасної інформації, до винних осіб застосовують адміністративні санкції. Пункт 5 статті 21 Закону України «Про захист прав споживачів» зазначає, що у випадку порушень прав споживачів, які можуть бути встановлені та доведені з огляду на відповідні положення законодавства у сфері

захисту прав споживачів, права споживача вважають у будь-якому разі порушеними, якщо будь-як обмежено право споживача на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про відповідну продукцію [3]. Окрім того, у разі виявлення фактів реалізації продукції, яка не містить необхідної, доступної, достовірної, своєчасної інформації та на яку немає відповідних документів, або продукції з простроченим строком придатності, органи влади у сфері захисту прав споживачів мають право тимчасово зупинити реалізацію продукції до надання інформації, супровідних документів або припинити її реалізацію (п. 4 ст. 28 Закону України «Про захист прав споживачів»).

Стаття 156-1 Кодексу України про адміністративні правопорушення зазначає, що відмова працівника торгівлі, громадського харчування та сфери послуг і громадян, які займаються підприємницькою діяльністю в цих галузях, у наданні громадянам-споживачам необхідної доступної та достовірної інформації про товари (роботи, послуги), у навчанні безпечного та правильного їх використання, а так само обмеження прав громадян-споживачів на перевірку якості, комплектності, ваги та ціни придбаних товарів – тягнуть за собою накладання штрафу від одного до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. Відмова особами, зазначеними у частині першій цієї статті, громадянину-споживачу в реалізації його права в разі придбання ним товару неналежної якості – тягне за собою накладення штрафу від одного до вісімнадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян [13].

Законодавство передбачає порядок спростування інформації, яка не відповідає дійсності, відшкодування майнової та моральної шкоди, завданої її поширенням (п. 2 ст. 21, п. 7 ст. 23 Закону України «Про захист прав споживачів», ст. 156-1 Кодексу України про адміністративні правопорушення) [13].

Висновки. У дослідженні сформульовано пропозиції щодо вдосконалення правового регулювання відносин у цій сфері, суть яких полягає у розширенні змісту поняття «необхідна, доступна, достовірна, своєчасна інформація про продукцію». З огляду на це, автор вважає за доцільне доповнити статтю 1 Закону України «Про захист прав споживачів» роз'ясненням значення терміна «необхідна, доступна, достовірна та своєчасна інформація про продукцію».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Іваненко Л. М. Захист прав споживачів : підручник / Л. М. Іваненко, О. М. Язвінська — Київ : Юрінком Інтер, 2014. — 496 с.
2. Шебулдаєва І. В. Основи споживчих знань : навч. посіб. / І. В. Шебулдаєва — К. : Знання, 2000. — 180 с.
3. Дудла І. О. Захист прав споживачів : навч. посіб. / І. О. Дудла. — К. : Центр учб. літ-ри, 2007. — 448 с.
4. Хавронюк Н. И. Законодательство Украины о торговле : в 3 ч. / Н. И. Хавронюк, Н. И. Мельник. — К. : Блиц-Информ, 1997. — Ч. 2. — 512 с.

5. Меланчук Т. В. Інформація про товар як складова права споживача на належну якість продукції / Т. В. Меланчук // Прав. вісн. Україн. акад. банків. справи. — 2009. — № 1. — С. 74–79.
6. Микитенко Л. А. Правове значення захисту прав споживачів в системі розгляду проекту Закону України «Про внутрішню торгівлю» / Л. А. Микитенко // Вісн. госп. суд-ва. — 2011. — № 6. — С. 5–18.
7. Микитенко Л. А. Правові проблеми захисту прав споживачів в Україні, та шляхи їх реалізації / Л. А. Микитенко // Юридична наука та практика: виклики сучасних євроінтеграційних процесів : міжнародна науково-практична конференція, 27–28 листопада 2015 р. — Paneuropiska vysoka skola, Fakulta prava, Bratislava. — С. 20.
8. Конституція України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. — 1996. — № 30. — Ст. 141.
9. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2657-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 48. — Ст. 650.
10. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023-12 // Відомості Верховної Ради УРСР. — 1991. — № 30. — Ст. 379.
11. Цивільний кодекс України : Закон, Кодекс від 16 січня 2003 р. № 435-IV // Відомості Верховної Ради України. — 2003. — № 40. — Ст. 356.
12. Про засади державної мовної політики : Закон України від 3 липня 2012 р. № 5029-VI // Відомості Верховної Ради України. — 2013. — № 23. — Ст. 218.
13. Кодекс України про адміністративні правопорушення : Закон, Кодекс від 7 грудня 1984 р. № 8073-X // Відомості Верховної Ради УРСР. — 1984. — № 51. — Ст. 1122.

Стаття надійшла до редакції 03.03.2016.

Mykytenko L. Paradigm of ensuring consumer rights to information.

Background. Consumers that purchase, order or use products that are sold in Ukraine, to meet their personal needs have a right to necessary, accessible, accurate and timely information about the product, its quantity, quality, range, that enables conscious and competent choice, and about its manufacturer (performer, seller). Producer (performer, seller) alone must determine the right amount of information, mindful of its responsibility for the incomplete information provided by law. However, in the current legislation Ukraine there is no single interpretation of the term «necessary, accessible, accurate and timely information», which has certainly a negative impact on consumer protection, as it's difficult to interpret ambiguous law nature of such information. That is why arises the issue of paradigm of consumer right to obtain information about products due to imperfect legal definition of this category. The right to information guarantees the customer complete, accessible, accurate and timely information about the products. Clarification of the definitions in legislation will allow consumers to fully exercise their right to receive information about products.

The aim of this article is the correlation analysis of the concept of «necessary, accessible, accurate and timely information» about the products and provide recommendations on improvement of legislation of consumer protection.

Materials and methods. Analysis of the current consumer legislation was conducted using formal and logical method that made it possible to detect discrepancies, contradictions and gaps currently existing in Ukraine's legislation to protect consumer rights to information. The method of sociological research was applied in the characteristics of the ways to ensure adequate consumer protection, establishing laws to protect consumer rights.

Results. The right of citizens to information about the quality of goods is the social and economic rights, its implementation is possible primarily through an appropriate level of material production and social relations in society. The state takes the responsibility to establish for manufacturers specific requirements for the quality of goods

and oblige producers and sellers to provide citizens with all the information about the extent of useful and other properties of the products offered to consumers. It exercises it through appropriate laws and the creation of special control over product quality and consumer protection and so on.

Consumers that purchase, order or use products that are sold in Ukraine, to meet their personal needs have a right to necessary, accessible, accurate and timely information about the product, its quantity, quality, range, and its manufacturer (performer, seller). Given the fact that consumers aren't professionals in the commercial sphere and don't have special knowledge that can help them make a competent choice of products, there is a need for interpretation of the law concepts such as the «necessary information», «accessible information», «accurate information» and «timely information» about the products.

Conclusion. *In this study improvements to the legal regulation of relations in this field, the essence of which is specifying definition «necessary, accessible, accurate and timely information about products» were suggested. Given this, it is useful to supplement Article 1 of the Law of Ukraine «On Consumer Rights Protection» with clarification of the meaning of «necessary, accessible, accurate and timely information about the product».*

Keywords: consumer; consumer rights; product information; necessary, accessible, accurate and timely information.

REFERENCES

1. Ivanenko L. M. Zahyst prav spozhyvachiv : pidruchnyk / L. M. Ivanenko, O. M. Jazvins'ka — Kyi'v : Jurinkom Inter, 2014. — 496 s.
2. Shebuldajeva I. V. Osnovy spozhyvchyh znan' : navch. posib. / I. V. Shebuldajeva — K. : Znannja, 2000. — 180 s.
3. Dudla I. O. Zahyst prav spozhyvachiv : navchal'nyj posibnyk / I. O. Dudla. — K. : Centr uchb. lit-ry, 2007. — 448 s.
4. Havronjuk N. I. Zakonodatel'stvo Ukrainy o tovgovle : v 3 ch. / N. I. Havronjuk, N. I. Mel'nik. — K. : Blic-Form, 1997. — Ch. 2. — 512 s.
5. Melanchuk T. V. Informacija pro tovar jak skladova prava spozhyvacha na nalezhnu jakist' produkcii' / T. V. Melanchuk // Prav. visn. Ukrai'n. akad. bankiv. spravy. — 2009. — № 1. — S. 74–79.
6. Mykytenko L. A. Pravove znachennja zahystu prav spozhyvachiv v systemi rozgljadu proektu Zakonu Ukrai'ny «Pro vnutrishnju tovgivlju» / L. A. Mykytenko // Visn. gosp. sud-va. — 2011. — № 6. — S. 5–18.
7. Mykytenko L. A. Pravovi problemy zahystu prav spozhyvachiv v Ukrai'ni, ta shljahy i'h realizacii' / L. A. Mykytenko // Jurydychna nauka ta praktyka: vyklyky suchasnyh jevointegracijnyh procesiv : mizhnarodna naukovo-praktychna konferencija, 27–28 lystopada 2015 r. — Paneuropska vysoka skola, Fakulta prava, Bratislava. — S. 20.
8. Konstytucija Ukrai'ny vid 28 chervnja 1996 r. № 254k/96-VR // Vidomosti Verhovnoi' Rady Ukrai'ny. — 1996. — № 30. — St. 141.
9. Pro informaciju : Zakon Ukrai'ny vid 2 zhovtnja 1992 r. № 2657-XII // Vidomosti Verhovnoi' Rady Ukrai'ny. — 1992. — № 48. — St. 650.
10. Pro zahyst prav spozhyvachiv : Zakon Ukrai'ny vid 12 travnja 1991 r. № 1023-12 // Vidomosti Verhovnoi' Rady URSR. — 1991. — № 30. — St. 379.
11. Cyvil'nyj kodeks Ukrai'ny : Zakon, Kodeks vid 16 sichnja 2003 r. № 435-IV // Vidomosti Verhovnoi' Rady Ukrai'ny. — 2003. — № 40. — St. 356.
12. Pro zasady derzhavnoi' movnoi' polityky : Zakon Ukrai'ny vid 3 lypnja 2012 r. № 5029-VI // Vidomosti Verhovnoi' Rady Ukrai'ny. — 2013. — № 23. — St. 218.
13. Kodeks Ukrai'ny pro administratyvni pravoporushennja : Zakon, Kodeks vid 7 grudnja 1984 r. № 8073-X // Vidomosti Verhovnoi' Rady URSR. — 1984. — № 51. — St. 1122.