

УДК 342.9:5.08

### **Євген ЛЕГЕЗА**

доктор юридичних наук, професор, професор кафедри публічного та приватного права Університету митної справи та фінансів, вул. Володимира Вернадського (Дзержинського), 2/4, м. Дніпро, Україна, 49000

ORCID: 0000-0001-9134-8499

Scopus Author ID: 57200152533

Researcher ID: X-9904-2019

### **Юлія ЛЕГЕЗА**

доктор юридичних наук, професор, професор кафедри цивільного, господарського та екологічного права, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», просп. Д. Яворницького, 19, Дніпро, Україна, 49005

ORCID: 0000-0002-4896-3178

Scopus Author ID: 57215790362

DOI: 10.32782/LST/2023-4-2

**Бібліографічний опис статті:** Легеза, Є., Легеза, Ю. (2023). Міжнародно-правові стандарти захисту прав споживачів. *Law. State. Technology*, 4, 9–15, doi: 10.32782/LST/2023-4-2

## **МІЖНАРОДНО-ПРАВОВІ СТАНДАРТИ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ РЕКЛАМИ**

*Метою дослідження є особливості розкриття міжнародно-правових стандартів захисту прав споживачів у сфері реклами.*

*Основний зміст. Нормами законодавства України досить повно та детально врегульовано цілий ряд правовідносин, які аналогічним чином врегульовані положеннями законодавства ЄС (звісно, з певними винятками). Більше того численними є випадки, коли положення законодавства України спрямовані на забезпечення навіть більш високого рівня захисту прав споживачів у сфері реклами, ніж це передбачено відповідними Директивами ЄС (наприклад, щодо відповідальності за неякісну продукцію, загальної безпеки продукції, кредитно-фінансові відносини, здійснення гарантійного обслуговування тощо).*

*Встановлено, що до правовідносин захисту прав споживачів у сфері реклами, які врегульовані директивами ЄС та частково нормами українського законодавства, відносять правовідносини, які стосуються лікарських препаратів, туристичних контрактів, продукції, що містить какао та шоколад і призначена для споживання, безпеки іграшок.*

*Акцентовано увагу, що узагальнення результатів дослідження дозволило сформувати цілісну картину наукового та нормативно-правового матеріалу щодо досвіду правового регулювання та управління рекламною діяльністю в Україні та країнах ЄС з метою захисту прав споживачів і сприяло його впровадженню у вітчизняну практику в умовах євроінтеграції України.*

*Зроблено висновок, що українське законодавство захисту прав споживачів у сфері регулювання рекламної діяльності наближається до європейського, але має певні недоліки на законодавчому рівні та на рівні саморегулювання і дотримання загальноприйнятих практик суб'єктами рекламної діяльності. Вітчизняне законодавство захисту прав споживачів у сфері регулювання реклами наближається до європейського, але має певні недоліки, які потребують вирішення як на законодавчому рівні, так і на рівні саморегулювання та дотримання загальноприйнятих практик, що існують серед суб'єктів рекламної діяльності захисту прав споживачів.*

*Наведені вище рекомендації щодо вдосконалення чинного регуляторного законодавства у сфері реклами, як в Україні, так і в країнах ЄС, сприятимуть удосконаленню правового регулювання захисту прав споживачів у сфері реклами як в Україні, так і в країнах ЄС.*

**Ключові слова:** *правове регулювання, міжнародно-правові стандарти, захист, права споживачів, реклама.*

### **Yevhen LEHEZA**

Doctor of Law, Professor, Professor at the Department of Public and Private Law, University of Customs and Finance, 2/4, Volodymyr Vernadsky (Dzerzhinsky) Str., Dnipro, Ukraine, 49000

ORCID: 0000-0001-9134-8499

Scopus Author ID: 57200152533

Researcher ID: X-9904-2019.

**Yulia LEHEZA**

Doctor of Law, Professor, Professor at the Department of Civil, Economic and Environmental Law, Dnipro University of Technology, 19, Dmytra Yavornytskoho avenue, Dnipro, Ukraine, 49005

ORCID: 0000-0002-4896-3178

Scopus Author ID: 57215790362

DOI: 10.32782/LST/2023-4-2

**To cite this article:** Leheza, Ye. Leheza, Y. (2023). Mizhnarodno-pravovi standarty zakhystu prav spozhyvachiv [International legal standards for the protection of consumer rights in the sphere of advertising]. *Law. State. Technology*, 4, 9–15, doi: 10.32782/LST/2023-4-2

## INTERNATIONAL LEGAL STANDARDS FOR THE PROTECTION OF CONSUMER RIGHTS IN THE SPHERE OF ADVERTISING

*The purpose of the study is to reveal the peculiarities of international legal standards for the protection of consumer rights in the field of advertising.*

*Basic content. The norms of the legislation of Ukraine regulate quite fully and in detail a number of legal relations, which are similarly regulated by the provisions of the EU legislation (with certain exceptions, of course). Moreover, there are numerous cases when the provisions of Ukrainian legislation are aimed at ensuring an even higher level of protection of consumer rights in the field of advertising than is provided for by the relevant EU Directives (for example, regarding liability for low-quality products, general product safety, credit and financial relations, implementation of warranty maintenance, etc.).*

*It has been established that the legal relations of protection of consumer rights in the field of advertising, which are regulated by EU directives and partly by the norms of Ukrainian legislation, include legal relations related to medicines, tourist contracts, products containing cocoa and chocolate and intended for consumption, safety of toys.*

*Attention is drawn to the fact that the generalization of the research results made it possible to form a holistic picture of scientific and normative-legal material regarding the experience of legal regulation and management of advertising activities in Ukraine and EU countries with the aim of protecting consumer rights and contributed to its introduction into domestic practice in the context of Ukraine's European integration.*

*It was concluded that the Ukrainian legislation on the protection of consumer rights in the field of regulation of advertising activity is approaching the European one, but has certain shortcomings at the legislative level and at the level of self-regulation and compliance with generally accepted practices by subjects of advertising activity. Domestic legislation on the protection of consumer rights in the field of advertising regulation is approaching the European one, but has certain shortcomings that need to be addressed both at the legislative level and at the level of self-regulation and compliance with generally accepted practices that exist among subjects of advertising activities for the protection of consumer rights.*

*The above recommendations on improving the current regulatory legislation in the field of advertising, both in Ukraine and in the EU countries, will contribute to the improvement of the legal regulation of the protection of consumer rights in the field of advertising both in Ukraine and in the EU countries.*

**Key words:** legal regulation, international legal standards, protection, consumer rights, advertising.

**Актуальність проблеми.** Орієнтація на європейський вектор розвитку вимагає від цивілістів України не тільки усвідомлення нових підходів до визначення проблематики наукових досліджень, а й формування нового цивілістичного мислення, сприйняття категорій та конструкцій сучасного європейського приватного права, яке впродовж більш ніж двох десятиліть формується в Європі і входить в європейську правосвідомість через призму принципу верховенства права, пріоритету прав і свобод людини, засад добросовісності та справедливості.

Міжнародні акти та Директиви ЄС в сфері захисту прав споживачів мають як загальний характер, так і конкретизовані щодо окремих правовідносин, наприклад: купівлі-продажу, виконання робіт чи надання послуг.

Директиви ЄС встановлюють загальні вимоги до захисту прав споживачів. А окремі держави, через призму цього законодавства, регулюють власні правовідносини національними нормативними актами. Але принцип балансу інтересів виробників і споживачів залишається важливою рисою захисту прав споживачів у сьгоднішній Європі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Зазначена проблема на сучасному етапі має вирішуватись опираючись на системний підхід досліджень у сфері охорони та захисту прав споживачів. За останні роки у вітчизняній цивілістичній науці проблематиці захисту прав споживачів не було приділено достатньо уваги. Окремі наукові розробки стосувалися: права на належну якість продукції – С. А. Косінова «Теоретичні проблеми захисту прав споживачів».

чів в Україні за договором купівлі-продажу» (1999 р.). Наступні дослідження проведені уже після прийняття нової редакції ЗУ «Про захист прав споживачів» від 01.12.2005 року і в умовах чинного нового Цивільного кодексу України (2003 р.). Це дисертації Г. А. Осетинської на тему: О. Ю. Єгоричевої «Цивільно-правова відповідальність за продаж споживачам товарів неналежної якості» (2014 р.); О. М. Коршакової «Захист прав споживачів житлово-комунальних послуг: цивільно-правовий аспект» (2015 р.); Г. О. Ільченко «Цивільно-правовий захист прав споживачів страхових послуг» (2016 р.); В. Я. Погребняка «Цивільно-правове регулювання відносин споживчого кредитування в Україні» (2016); Є.О Ружицької «Права споживачів за договором роздрібною купівлі-продажу» (2016 р.); У. П. Гришко «Захист прав споживачів транспортних послуг» (2017 р.); М. С. Муляр «Цивільно-правове регулювання споживчого кредитування в Україні (2019 р.)» тощо.

**Метою статті** є розкриття міжнародно-правові стандарти захисту прав споживачів у сфері реклами.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Базовим міжнародним документом є прийнята 10 грудня 1948 року Генеральною Асамблеєю ООН «Загальна декларація прав людини», яка закріплює серед інших прав, «право кожної людини на такий життєвий рівень, який є необхідним для підтримання здоров'я і добробуту її самої та її сім'ї» (Загальна декларація прав людини ООН, 1948).

Наступним важливим документом є схвалена у 1973 році на 25 сесії Консультативної асамблеї Євросоюзу «Хартія захисту споживачів» (Захист прав споживачів в Україні, 2017). В документі визначені основні права споживачів: право споживачів на захист і допомогу; на компенсацію у разі збитків; на консьюмерську інформацію та освіту; на представництво та консультацію.

На жаль, даний документ не є частиною національного законодавства. Україна не ратифікувала Хартію, хоча у позовних вимогах та самих рішеннях суду вона часто використовується. Так, у справі № 686/25972/14-ц (у цій та наступних справах збережена стилістика згідно оригіналу) про визнання кредитного договору недійсним, міськрайонний суд обґрунтував своє рішення на підставі пунктів 1.2 Резолюції Генеральної ООН від 09.04.1985 року № 39/248, Хартії захисту споживачів, схваленою Резолюцією Консультативної Європи від 17.05.1973 року № 543, Директиви 2005/29/

ЄС Європейського Парламенту та Ради від 11.05.2005 року (пункти 9, 13, 14 преамбули), та Директиви 2008/48/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 23.04.2008 року про кредитні угоди для споживачів. Саме вказуючи, що надання товарів чи послуг, у тому числі у фінансовій галузі, не має здійснюватися за допомогою прямого чи опосередкованого обману споживача, а відповідні права споживачів регламентуються як на до контрактній стадії, так і на стадії виконання кредитної угоди (Захист прав споживачів в Україні, 2017).

Хартія зобов'язує держави врахувати основні її положення в національному законодавстві. Її основна увага приділена вимогам безпеки, якості товарів, робіт та послуг. У Хартії зазначено, що будь-які обмеження, що виникають у результаті взаємодії між компаніями або монопольними постачальниками, повинні контролюватися законом в інтересах споживача. Представлення товарів або послуг, у тому числі у фінансовій сфері, не має здійснюватися з допомогою прямого або опосередкованого обману споживача. Національне законодавство має включати вимогу, щоб будь-яка реклама (як візуальна, так і слухова) не вводила в оману потенційного споживача товарів і послуг. Рекламодавець у разі необхідності зобов'язаний представляти докази якості, які містяться в рекламі. Якщо рекламодавець, не зміг на вимогу представити такі докази, то зобов'язаний за свій рахунок внести в дану рекламу відповідні корективи. Акцент на тому, що заявнику має відшкодуватися будь-якої шкода або витрати від постачальника товарів чи послуг, якщо вони виникли в результаті низької якості товарів або послуг. Для цього заявник повинен мати вільний і дешевий доступ до національної юридичної служби або судової системи. Для покупця важливим фактором є інформація, що дозволяє йому безпечно користуватися товаром або послугами, і повністю задовольнити свої потреби. Право на освіту визначає, що школярі мають отримувати такі знання, які дозволять їм протягом життя бути інформованими споживачами. У кожній державі, органи влади повинні сприяти реєстрації добровільних організацій споживачів, а також консультувати їх відповідно до законодавства. Реєстрація подібних організацій повинна включати в себе обов'язок давати споживачеві вичерпну інформацію та необхідні поради (Tylchuk et al., 2022).

Хартія зобов'язує владу держав безпосередньо або через відповідний національний консьюмерський орган провести та оприлюднити результати досліджень за якістю та

використанням товарів, їх маркуванням, ефективністю послуг та за всіма цікавими споживачам питань, а також там, де це необхідно, сприяти створенню на місцях консультативно – інформаційних центрів для споживачів, у яких можна було б отримати всю необхідну інформацію про місцеву торгівлю та сфери послуг (Tylchuk at al., 2022).

Основним міжнародним документом в сфері захисту прав споживачів є Керівні принципи захисту споживачів, які затверджені резолюцією №39/248 від 9 квітня 1985 року Генеральною Асамблеєю ООН (Керівні принципи захисту інтересів споживачів, 1985). Вони є невід’ємною частиною національного законодавства, спрямовані на захист інтересів споживачів, у статті 1, яких відзначено, що споживачі здебільшого перебувають в неординарному становищі з позиції економічних умов, рівня освіти, купівельної спроможності. Саме тому ООН визначила Пріоритетні напрями (цілі) своєї діяльності у сфері захисту інтересів і прав споживачів (Yanovytska, 2017).

Цей документ має за мету: а) обов’язкове сприяння державам у встановленні та подальшому належному забезпеченні захисту власного населення як споживача; б) створення належної структури виробництва, яке здатне задовольняти потреби споживача та його запити; в) заохочувати достатньо високий рівень належних норм поведінки осіб, які пов’язаний з виробництвом та розподілом продукції для споживачів; г) сприяння державам у боротьбі з неналежною діловою практикою, яка негативно позначається на споживачах, усіх юридичних осіб на національному і міжнародному рівнях; г) надавати допомогу щодо утворення незалежних груп споживачів; д) розширення міжнародної взаємної співпраці щодо захисту прав та інтересів споживачів; е) широко заохочувати створення позитивних ринкових умов, які б надавали споживачам альтернативний вибір продукції при нижчих цінах (Matviichuk at al., 2022).

У першу чергу, у Керівних принципах звертається увага на фізичну безпеку споживачів. Зазначено, що належна політика держави має забезпечити обов’язкову безпеку продукції при безпосередньому або дистанційному розумно можливому її використанні. Особи, які відповідають за вихід товарів на ринок, наприклад, продавці, експортери чи імпортери, а також роздрібні торговці, мають забезпечити, такі умови, щоб продукція, в період перебування у них, не стала небезпечною через неналежне зберігання. Споживачів мають бути інструктовані

щодо правильного використання продукції, а також інформовані про можливі ризики при безпосередньому чи будь-якому іншому визначеному ними можливому використанні. Однак, де це можливо, споживачі мають отримати останню найважливішу достовірну інформацію щодо безпечного використання товарів за допомогою чітких і зрозумілих міжнародних символів (позначень) (Leheza at al., 2022).

Важливим є також сприяння економічним інтересам споживачів, а у разі їх порушення, проявлення належного їх захисту. Політика урядів держав спрямовується на надання споживачам конкретних можливостей, які потрібно максимально вигідно використовувати у своїх економічних інтересах. У Керівних принципах увага приділена належним умовам щодо технічних, експлуатаційних характеристик, методів розподілу, а також добросовісної ділової практики, маркетингу, який має інформативний характер, захисту споживача від практики, що може негативно вплинути на його економічні інтереси і здійснення усвідомленого вибору під час покупки.

Акцентується увага на відповідальності виробника. Зазначено, що уряди держав мають «ввести або зберегти політику, яка чітко визначає відповідальність виробника за те, щоб товари відповідали розумним вимогам з погляду їх довговічності, придатності і надійності, і відповідали меті, для якої вони призначені, а також відповідальність торговця стежити за дотриманням цих вимог. Аналогічна політика повинна проводитися і у сфері обслуговування (Kobrusieva at al., 2021). Уряди повинні заохочувати добросовісну і ефективну конкуренцію, для того, щоб забезпечити споживачам найширший вибір товарів і послуг за мінімальними цінами тощо; залежно від конкретних умов, розробляти або сприяти розробці і застосуванню на національному і міжнародному рівнях добровільних та інших норм безпеки і якості товарів та послуг і відповідним чином їх популяризувати. Національні норми і положення про безпеку і якість товарів повинні періодично переглядатися, щоб забезпечити їх відповідність, коли це можливо, загальноновизнаним міжнародним нормам» (Керівні принципи захисту інтересів споживачів, 1985).

Керівні принципи передбачають обов’язкове розроблення програм захисту прав споживачів, відносно належного забезпечення розподілу важливих товарів і послуг у місцях, де такий розподіл ускладнений, зокрема, в сільських районах. У першу чергу задекларовано потребу створення у сільських центрах відповідних торгових мереж, складів, стимулювання розвитку спо-

живчої самопомоги і ефективніший контроль за умовами надання основних товарів і послуг в сільських районах. Зазначено, що урядам слід заохочувати всі підприємства вирішувати конфлікти із споживачами справедливо, оперативно і в неофіційному порядку, і заохочувати створення добровільних механізмів, включаючи консультативні послуги і неофіційні процедури розгляду скарг, які можуть допомогти споживачам. У свою чергу, діловим колам, в міру необхідності, організовувати конкретні і цілеспрямовані програми освіти та інформування споживачів або брати участь в їх проведенні. Враховуючи необхідність залучення споживачів в сільських районах і безграмотних споживачів, урядам слід відповідно до конкретних умов розробляти або заохочувати розробку програм інформування споживачів за допомогою засобів масової інформації. При сприянні інтересам споживачів, особливо в країнах, що розвиваються, урядам слід, в міру можливості, приділяти першочергову увагу таким важливим для здоров'я споживачів галузям, як продовольство, водопостачання і лікарські препарати (Керівні принципи захисту інтересів споживачів, 1985).

У межах міжнародної співпраці Керівні принципи зобов'язують підтримувати, розвивати, стимулювати і укріплювати механізми захисту прав споживачів; національну політику у цій сфері. Також державам слід співпрацювати для того, щоб заходи і політика, щодо захисту прав споживачів, були на високому рівні і не створювали перешкоди у міжнародній торгівлі, відповідали міжнародним торговим зобов'язанням. Слід констатувати, що ці принципи прийняті в основу ЗУ «Про захист прав споживачів» (Halaburda at al., 2021).

Важливою складовою процесу інтеграції України у ЄС є адаптація національного законодавства. 18 березня 2004 року прийнятий ЗУ «Про Загальнодержавну програму адаптації Законодавства України до законодавства Європейського Союзу» (Про Загальнодержавну програму адаптації Законодавства України до законодавства Європейського Союзу, 2004). Це стало пріоритетним напрямком зовнішньої політики.

Законодавчою основою для здійснення рекламної діяльності на зовнішньому ринку є Міжнародний кодекс реклами (далі – МКР), опублікований Міжнародною торговою палатою (далі – МТП) у Парижі (червень 1987 р.). Чинна шоста редакція була ухвалена в 1986 р. 47-ю сесією Виконавчого ради МТП і спрямована на затвердження стандартів МТП у рекламній діяльності, на створення умов, що сприяють

розвитку міжнародної торгівлі і співпраці, на захист прав споживачів та забезпечення їхньої свободи на отримання рекламної інформації (Попондопуло, 2014).

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Отже, нормами законодавства України досить повно та детально врегульовано цілий ряд правовідносин, які аналогічним чином врегульовані положеннями законодавства ЄС (звісно, з певними винятками). Більше того численними є випадки, коли положення законодавства України спрямовані на забезпечення навіть більш високого рівня захисту прав споживачів у сфері реклами, ніж це передбачено відповідними Директивами ЄС (наприклад, щодо відповідальності за неякісну продукцію, загальної безпеки продукції, кредитно-фінансові відносини, здійснення гарантійного обслуговування тощо).

До правовідносин захисту прав споживачів у сфері реклами, які врегульовані директивами ЄС та частково нормами українського законодавства, відносять правовідносини, які стосуються лікарських препаратів, туристичних контрактів, продукції, що містить какао та шоколад і призначена для споживання, безпеки іграшок.

Узагальнення результатів дослідження дозволило сформулювати цілісну картину наукового та нормативно-правового матеріалу щодо досвіду правового регулювання та управління рекламною діяльністю в Україні та країнах ЄС з метою захисту прав споживачів і сприяло його впровадженню у вітчизняну практику в умовах євроінтеграції України.

Українське законодавство захисту прав споживачів у сфері регулювання рекламної діяльності наближається до європейського, але має певні недоліки на законодавчому рівні та на рівні саморегулювання і дотримання загальноприйнятих практик суб'єктами рекламної діяльності.

Вітчизняне законодавство захисту прав споживачів у сфері регулювання реклами наближається до європейського, але має певні недоліки, які потребують вирішення як на законодавчому рівні, так і на рівні саморегулювання та дотримання загальноприйнятих практик, що існують серед суб'єктів рекламної діяльності захисту прав споживачів.

Наведені вище рекомендації щодо вдосконалення чинного регуляторного законодавства у сфері реклами, як в Україні, так і в країнах ЄС, сприятимуть удосконаленню правового регулювання захисту прав споживачів у сфері реклами як в Україні, так і в країнах ЄС.

**ЛІТЕРАТУРА:**

1. Загальна декларація прав людини ООН. Декларація, Міжнародний документ від 10.12.1948. *Голос України*. 2008. № 236.
2. Захист прав споживачів в Україні. Аналітичний огляд стану справ в системі захисту прав споживачів (досягнення 1992–2010 рр., період організаційно-правових змін 2011, 2014–2017 рр.). URL: <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/2017.ua-eu-assoc.consumer-protection.pdf>
3. Керівні принципи захисту інтересів споживачів: Резолюція Генеральної Асамблеї ООН 39/248 від 09.04.1985р. База даних «Законодавство України» URL: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995\\_903](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_903)
4. Halyna Yanovytska. Some aspects of consumer rights protection in state authorities. *Visegrad journal on human rights. Bratislava*. № 3. 2017. P. 222–227.
5. Про Загальнодержавну програму адаптації Законодавства України до законодавства Європейського Союзу: Закон України від 18 березня 2004 р. *Голос України*. 2004. № 101
6. Попондопуло В. Комерційне (торговельне) право зарубіжних країн : підручник. 2014. URL: [https://stud.com.ua/86285/pravo/dogovori\\_sferi\\_pidpriyemnitsoy\\_i\\_diyalnosti](https://stud.com.ua/86285/pravo/dogovori_sferi_pidpriyemnitsoy_i_diyalnosti) (дата звернення: 06.11.2023).
7. Halaburda, Nadiia. Leheza, Yevhen, Chalavan, Viktor. Yefimov, Volodymyr. Yefimova, Inna. 2021. Compliance with the principle of the rule of law in guarantees of ensuring the legality of providing public services in Ukraine. *Journal of law and political sciences*. Vol. 29, Issue 4, 100–121.
8. Kobrusieva, Yevheniia. Leheza, Yevhen. Rudoi, Kateryna. Shamara, Oleksandr. Chalavan, Viktor. 2021. International standards of social protection of internally displaced persons: administrative and criminal aspects. *Jurnal cita hukum indonesian law journal*. Vol 9, No 3, 461–484. DOI: <https://doi.org/10.15408/jch.v9i3.23752>
9. Leheza, Yevhen. Pisotska, Karina. Dubenko, Oleksandr. DAKHNO, Oleksandr. Sotskyi, Artur. 2022. The Essence of the Principles of Ukrainian Law in Modern Jurisprudence. *Revista Jurídica Portucalense*, December, 342–363. DOI: [https://doi.org/10.34625/issn.2183-2705\(32\)2022.ic-15](https://doi.org/10.34625/issn.2183-2705(32)2022.ic-15)
10. Matviichuk, Anatolii. Shcherbak, Viktor. Sirko, Viktoria. Malieieva, Hanna. Leheza, Yevhen. 2022. Human principles of law as a universal normative framework: Principios humanos del derecho como marco normativo universal. *Cuestiones Políticas*, 40(75), 221–231. <https://doi.org/10.46398/cuestpol.4075.14>
11. Tylchuk, Vyacheslav. Matselyk, Tetiana. Hryshchuk, Viktor. Lomakina, Olena. Sydor, Markiiian. Leheza, Yevhen. 2022. Administrative and legal regulation of public financial activity: Regulación administrativa y legal de la actividad financiera pública. *Cuestiones Políticas*, 40(72), 573–581. <https://doi.org/10.46398/cuestpol.4072.33>
12. Villasmil Espinoza, Jorge; Leheza, Yevhen; Holovii, Liudmyla. 2022. “Reflections for the interdisciplinary study of the Russian Federation’s invasion of Ukraine in 2022”/ “Reflexiones para el estudio interdisciplinario de la invasión de Ucrania por parte de la Federación Rusa en 2022” In: *Cuestiones Políticas*. Vol. 40, No. 73, pp. 16–24.

**REFERENCES:**

1. The UN General Declaration of Human Rights. Declaration, International document dated 10.12.1948. *Voice of Ukraine*. (2008). No. 236. [in Ukrainian].
2. Protection of consumer rights in Ukraine. Analytical review of the state of affairs in the consumer rights protection system (achievements 1992–2010, period of organizational and legal changes 2011, 2014–2017). Retrieved from <https://www.civic-synergy.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/2017.ua-eu-assoc.consumer-protection.pdf> [in Ukrainian].
3. Guidelines for the protection of consumer interests: Resolution of the UN General Assembly 39/248 of April 9, 1985. Database "Legislation of Ukraine" [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995\\_903](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_903)
4. Halyna Yanovytska. (2017). Some aspects of consumer rights protection in state authorities. *Visegrad journal on human rights. Bratislava*. № 3. P. 222–227.
5. On the National Program of Adaptation of the Legislation of Ukraine to the Legislation of the European Union: Law of Ukraine dated March 18, 2004. *Voice of Ukraine*. (2004). No. 101 [in Ukrainian].
6. Popondopoulo V. (2014). Commercial (trade) law of foreign countries: textbook. Retrieved from [https://stud.com.ua/86285/pravo/dogovori\\_sferi\\_pidpriyemnitsoy\\_i\\_diyalnosti](https://stud.com.ua/86285/pravo/dogovori_sferi_pidpriyemnitsoy_i_diyalnosti) (access date: 06.11.2023). [in Ukrainian].
7. Halaburda, Nadiia. Leheza, Yevhen, Chalavan, Viktor. Yefimov, Volodymyr. Yefimova, Inna. (2021). Compliance with the principle of the rule of law in guarantees of ensuring the legality of providing public services in Ukraine. *Journal of law and political sciences*. Vol. 29, Issue 4, 100–121.

8. Kobrusieva, Yevheniia. Leheza, Yevhen. Rudoi, Kateryna. Shamara, Oleksandr. Chalavan, Viktor. (2021). International standards of social protection of internally displaced persons: administrative and criminal aspects. *Jurnal cita hukum indonesian law journal*. Vol 9, No 3, 461–484. DOI: <https://doi.org/10.15408/jch.v9i3.23752>
9. Leheza, Yevhen. Pisotska, Karina. Dubenko, Oleksandr. DAKHNO, Oleksandr. Sotskyi, Artur. (2022). The Essence of the Principles of Ukrainian Law in Modern Jurisprudence. *Revista Jurídica Portucalese*, December, 342–363. DOI: [https://doi.org/10.34625/issn.2183-2705\(32\)2022.ic-15](https://doi.org/10.34625/issn.2183-2705(32)2022.ic-15)
10. Matviichuk, Anatolii. Shcherbak, Viktor. Sirko, Viktoria. Malieieva, Hanna. Leheza, Yevhen. (2022). Human principles of law as a universal normative framework: Principios humanos del derecho como marco normativo universal. *Cuestiones Políticas*, 40(75), 221–231. <https://doi.org/10.46398/cuestpol.4075.14>
11. Tylchuk, Vyacheslav. Matselyk, Tetiana. Hryshchuk, Viktor. Lomakina, Olena. Sydor, Markiiian. Leheza, Yevhen. (2022). Administrative and legal regulation of public financial activity: Regulación administrativa y legal de la actividad financiera pública. *Cuestiones Políticas*, 40(72), 573–581. <https://doi.org/10.46398/cuestpol.4072.33>
12. Villasmil Espinoza, Jorge; Leheza, Yevhen; Holovii, Liudmyla. (2022). “Reflections for the interdisciplinary study of the Russian Federation’s invasion of Ukraine in 2022”/ “Reflexiones para el estudio interdisciplinario de la invasión de Ucrania por parte de la Federación Rusa en 2022” In: *Cuestiones Políticas*. Vol. 40, No. 73, pp. 16–24.