

УДК 351.741:343.1

DOI <https://doi.org/10.32844/2618-1258.2022.6.24>

ПОНОМАРЕНКО М.В.

**ПОНЯТТЯ ТА АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗАХИСТУ ПРАВ  
СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ РЕКЛАМИ****CONCEPTS AND ADMINISTRATIVE AND LEGAL PRINCIPLES OF PROTECTION  
OF CONSUMER RIGHTS IN THE SPHERE OF ADVERTISING**

Статтю присвячено дослідженню та визначенню категорії поняття адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами. Дане поняття на сьогоднішній день, характеризується малодослідженістю і немає чіткого закріплення на законодавчому рівні. У статті досліджено окремі позиції науковців щодо правової природи та сутності таких понять як «адміністративно-правовий захист» та «адміністративно-правові засади». На підставі проведеного аналізу схожих категорій та понять, створено авторське визначення поняття «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів» саме у сфері реклами. Під час наукового дослідження розглянуто позиції вітчизняних науковців щодо змісту адміністративно-правових засад. Проаналізовано керівні засади та принципи захисту прав споживачів закріплені, в резолюції Генеральної Асамблеї Організації Об'єднання Націй. Відповідно до Керівних принципів, основним змістом економічної політики будь-якої держави повинно бути створення таких ринкових відносин, які б надавали споживачам найбільший вибір якісних товарів та послуг за низькими цінами. Керівні принципи набули неабиякого значення для урядів більшості держав як розвинених, так і тих, що розвиваються, у сфері розробки і реалізації конюмерської політики. Вони вказали на важливість і необхідність надання в системі Організації Об'єднання Націй систематичної допомоги у справі методології і відпрацювання механізмів конюмеризму; підтвердили настанову на активізацію міжнародного співробітництва в галузі політики, що орієнтована на захист прав й інтересів споживачів. Кожен уряд повинен визначити свої власні першочергові завдання в сфері захисту інтересів споживачів відповідно до економічних і соціальних умов країни і потреб свого населення, а також з урахуванням недоліків і переваг запланованих заходів. На підставі розглянутих принципів закріплених у резолюції Генеральної асамблеї Організації Об'єднання Націй «Про керівні принципи для захисту інтересів споживачів» встановлено їх визначальну роль для розуміння змісту поняття «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів» саме у сфері реклами. Запропоновано авторське визначення поняття «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами» закріпити на законодавчому рівні.

**Ключові слова:** адміністративно-правові засади, захист прав споживачів, споживач у сфері реклами, адміністративно-правовий захист, керівні засади захисту прав споживачів ООН.

The article is devoted to the study and definition of the category of the concept of administrative and legal principles of consumer rights protection in the field of advertising. Today, this concept is characterized by little research and there is no clear confirmation at the legislative level. The article examines individual positions of scientists regarding the legal nature and essence of such concepts as "administrative-legal protection" and "administrative-legal principles". Based on the analysis of similar categories and concepts, an author's definition of the concept of "administrative and legal principles of consumer rights protection" was created specifically in the field of advertising. During the scientific research, the positions of domestic scientists regarding

the content of administrative and legal principles were considered. The guiding principles and principles of consumer rights protection enshrined in the resolution of the General Assembly of the United Nations were analyzed. According to the Guidelines, the main content of the economic policy of any state should be the creation of such market relations that would provide consumers with the largest choice of quality goods and services at low prices. The guiding principles have become very important for the governments of most countries, both developed and developing, in the field of development and implementation of consumer policy. They indicated the importance and necessity of providing systematic assistance in the United Nations system in the field of methodology and working out the mechanisms of consumerism; confirmed the guideline on the activation of international cooperation in the field of policy aimed at protecting the rights and interests of consumers. Each government must determine its own priority tasks in the field of consumer protection in accordance with the economic and social conditions of the country and the needs of its population, as well as taking into account the shortcomings and advantages of the planned measures. guiding principles for the protection of consumer interests" established their defining role for understanding the meaning of the concept of "administrative and legal principles for the protection of consumer rights" specifically in the field of advertising. It is suggested that the author's definition of the concept of "administrative and legal principles for the protection of consumer rights in the field of advertising" be fixed at the legislative level.

**Key words:** *administrative and legal principles, protection of consumer rights, consumer in the field of advertising, administrative and legal protection, guiding principles of UN consumer rights protection.*

**Вступ.** Одним з основних завдань України є формування сприятливих умов для реалізації інтересів суспільства і держави, всебічного і гармонійного розвитку демократичної держави, яка дбає про захист своїх громадян на всіх рівнях і сферах життя, враховуючи європейські норми та цінності. Запорукою щасливого, незалежного, вільного суспільства є захист та повага прав та інтересів, честі й гідності споживачів як громадян з боку держави.

У розвинених країнах державна споживча політика визначає загальну економічну політику і слугує індикатором задоволення населення діями державної влади. Одною із важливих функцій держави є забезпечення населення якісними товарами та послугами на споживчому ринку, пріоритет захисту життя і здоров'я та безпеки громадян від неякісної продукції. Українське законодавство, на сьогоднішній день, не містить точного поняття адміністративно-правові засади захисту прав споживачів саме у сфері реклами. Були проведені загальні дослідження категорій «адміністративно-правовий захист» та «адміністративно-правові засади». Визначення цих понять у такій вузькій сфері дослідження як захист прав споживачів реклами наразі не було здійснено. Тому завданням автора на даному етапі стало саме розкриття змісту зазначених правових категорій та виведення авторського визначення «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами».

**Постановка завдання.** Метою статті є здійснення правового аналізу категорій «адміністративно-правовий захист» та «адміністративно-правові засади» розкриття змісту зазначених правових категорій та виведення авторського визначення «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами».

**Огляд літератури.** Дослідженням та визначенням категорій «адміністративно-правовий захист» та «адміністративно-правові засади» у широкому та вузькому сенсі займалися такі відомі науковці як, М.В. Вітрук, В.В. Галунько, Є.О. Гіда, М.І. Матузов, О.О. Обущак, З.В. Ромовська, Б.Ю. Тихонов, Любімова С.Ю, Кожура Л.О, Ю.М. Кириченко, В.В. Чумак, М.І. Пелех. Д.А. Євдокимов, О.М. Резнік, Н.С. Панова, В. Авер'янов, О. Александров, Т. Аріфходжаєва, О. Бородін, І. Дахова, Б. Мельниченко, В. Сіверін.

**Результати дослідження.** Для визначення сутності вище зазначеного питання необхідно розглянути і порівняти поняття адміністративно-правовий захист та адміністративно-правовий захист прав споживачів. Ст. 42 Конституції України проголошує: держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів [1]. Невід'ємним та вагомим елементом захисту загальних прав і свобод людини є сфера захисту споживчих прав громадян. Забезпечення захисту прав споживачів повинно бути спрямоване не лише на конкретного суб'єкта (громадянина, чії права були порушені), а й на вдосконалення соціального клімату в державі в цілому.

Під адміністративно-правовим захистом прав і свобод людини і громадянина слід розуміти – сукупність застосовуваних у порядку, врегульованому нормами адміністративного права, засобів, спрямованих на здійснення уповноваженими на те органами (посадовими особами), а також особами та громадянами відповідних процесуальних дій (процедур). Адміністративно-правовий захист – це сукупність способів, прийомів і різних процесуальних дій, встановлених у законному порядку, за допомогою яких здійснюється відновлення порушеного права особи [2].

На думку Кожури Л.О., під категорією адміністративно-правовий захист слід розуміти організаційно-правову діяльність органів публічної адміністрації, яка здійснюється на основі адміністративно-правових норм, підкріплена системою правових гарантій; сутністю якої є забезпечення та захист за допомогою правових засобів прав осіб від протиправних діянь з притягненням правопорушників до юридичної відповідальності [3].

В.В. Галунок розглядає адміністративно-правовий захист як динамічні (активні) дії публічної адміністрації, спрямовані на відновлення порушених прав, свобод та законних інтересів фізичних і юридичних осіб, усунення перешкод щодо їх здійснення засобами адміністративного права з можливістю застосування заходів адміністративного примусу та притягнення винних до адміністративної відповідальності [4, с. 247].

Натомість адміністративно-правовий захист прав споживачів можна розуміти як сукупність врегульованих нормами права засобів та способів спрямованих на вирішення уповноваженими на те органами (посадовими особами) відповідних процесуальних та інших правових дій, у встановленому законом порядку, за допомогою яких здійснюється захист та відновлення порушених прав споживачів у сфері реклами.

Для подальшого дослідження цієї категорії необхідно з'ясувати сутність поняття «адміністративно-правові засади». Згідно з академічним тлумачним словником поняття «засада» – це вихідне, головне положення, принцип, основа світогляду, правило поведінки; спосіб, метод здійснення чого-небудь [5].

Ю.В. Нестеряк пише, що основоположні засади державної інформаційної політики як і державної політики в будь-якій іншій сфері, формуються на основі вивчення законодавчого досвіду демократичних держав і власного досвіду, осмислення конкретних процесів суспільного життя, стаючи по суті їх реальним відображенням. Набуваючи сили конституційних норм, законів і підзаконних актів, основоположні засади державної політики сприяють оптимізації дій суспільства та держави, політичних сил і окремого індивіда, мають ознаки вимог і забезпечують вибір у прийнятті рішень, виходячи із загальнонародських і національних інтересів [6].

Так, наприклад, адміністративно-правові засади публічного управління є керівними началами його нормативно-правового врегулювання, інституційної визначеності суб'єктів його реалізації та їх адміністративно-правового статусу, здійснення правореалізаційної діяльності у цій сфері [7, с. 40]. Адміністративно-правові засади становлять, на думку окремих науковців, вихідні положення, принципи, нормативно-керівні начала, які закріплюють законності суспільного життя [8, с. 31].

С.С. Бандурка вважає, що набувши нормативного закріплення, такі правові начала стають визначальними для категоріального окреслення ключових для певної сфери суспільних відносин понять, що дає змогу повною мірою відобразити правову реальність; такі начала стосуються нормативного врегулювання суспільних відносин, інституційної визначеності суб'єктів, що володіють визначальними для певної сфери функціями, нормативного закріплення їх правового статусу [9]. На думку науковців, доповнює систему таких засад інструментально-технологічний елемент, який відображає форми та методи функціонування суб'єктів реалізації адміністративно-правових норм [10].

Любімова С.Ю. під адміністративно-правовими засадами розуміє сукупність закріплених у нормах адміністративного права параметрів (характеристик) суспільного явища та правовідносин, що потребують урегулювання за допомогою адміністративно-правових засобів. Зміст адміністративно-правових засад включає в себе такі складові: 1) категоріальний (передбачає висвітлення понять і ознак явища, змодельованих у правових актах, порівняння її з правовим і соціальним буттям і формування науково-правової категорії, що адекватно відображає правову реальність) 2) нормативний (пов'язаний із систематизацією нормативно-правових актів, які містять правову основу регулювання відповідних суспільних відносин, та виокремлення серед них тих, що містять адміністративно-правові норми, а також їх подальшим аналізом); 3) інституційний (стосується окреслення системи суб'єктів відповідних правовідносин, визначення серед них основних і головних, характеристики їх адміністративно-правового статусу, розкриття

особливостей координації і взаємодії, у тому числі й у міжнародних відносинах); 4) інструментально-технологічний елемент (стосується форм (правотворчої, правозастосовної (регулятивної і правоохоронної)) і методів (правових і неправових) діяльності суб'єктів реалізації норм адміністративного права) [10, с. 211].

Отже, враховуючи вище наведені позиції науковців можемо сформулювати визначення поняття «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами».

На думку автора, адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами – це сукупність керівних начал (характеристик), засобів, способів закріплених у нормах адміністративного права, спрямованих на відновлення та захист порушених прав споживачів, як суб'єктів правовідносин у сфері реклами, що потребують урегулювання та вирішення уповноваженими на те контролюючими органами та посадовими особами за допомогою адміністративно-правових засобів.

Надоданок до загальної характеристики слід також звернути увагу і на види адміністративно-правових засобів захисту прав людини і громадянина. Виділяють такі види адміністративно-правових засобів захисту прав людини і громадянина: конституційне право особи на звернення і оскарження; судовий захист і контроль; діяльність органів прокуратури та представництва інтересів особи прокурором в адміністративному судочинстві [11].

Так, наприклад, О.В. Марченко під «адміністративно-правовими засобами забезпечення рекламних послуг» пропонує розуміти сукупність взаємопов'язаних актів управлінської діяльності відповідних органів державної влади, що зосереджені в контролі за дотриманням та притягненням до відповідальності рекламодавців, виробників та розповсюджувачів рекламної продукції за порушення законодавства про рекламу [12, с. 332].

Тож «адміністративно-правові засоби захисту прав споживачів реклами» можемо розглядати як сукупність взаємопов'язаних актів управлінської діяльності органів державної влади та відповідних контролюючих органів, на які покладено функції контролю, захисту та дотримання законодавства у сфері захисту прав споживачів реклами та притягнення порушників до відповідальності встановленої законом.

Основним документом, на якому базуються принципи споживчої політики, є Керівні принципи для захисту інтересів споживачів, які були прийняті Генеральною Асамблеєю ООН у квітні 1985 року. Означені принципи було закріплено в Україні профільним Законом «Про захист прав споживачів» та іншими нормативно-правовими актами. Ці питання знайшли своє відображення і закріплення в міжнародно-правових нормах. Так, зокрема, загальні принципи захисту прав споживачів закріплені у резолюції Генеральної асамблеї ООН «Про керівні принципи для захисту інтересів споживачів»: захист споживачів від шкоди їхньому здоров'ю і безпеці; сприяння економічним інтересам споживачів і захист цих інтересів; доступ споживачів до відповідної інформації, необхідної для компетентного вибору відповідно до індивідуальних запитів і потреб; освіта споживачів; наявність ефективних процедур розгляду скарг споживачів; свобода створювати споживчі та інші відповідні групи або організації, можливість для таких організацій висловлювати свою точку зору в процесі ухвалення рішень, що зачіпають їхні інтереси [13].

Отже, Керівні принципи набули неабиякого значення для урядів більшості держав як розвинених, так і тих, що розвиваються, у сфері розробки і реалізації консюмерської політики. Вони вказали на важливість і необхідність надання в системі ООН систематичної допомоги у справі методології і відпрацювання механізмів консюмеризму; підтвердили настанову на активізацію міжнародного співробітництва в галузі політики, що орієнтована на захист прав й інтересів споживачів. Спільні заходи надають країнам світу можливість використовувати взаємний досвід та уникати непотрібного дублювання зусиль. Відповідно до Керівних принципів, основним змістом економічної політики будь-якої держави повинно бути створення таких ринкових відносин, які б надавали споживачам найбільший вибір якісних товарів та послуг за низькими цінами. Особливу увагу в Керівних принципах приділено найменш соціально захищеним верствам населення, зокрема жителям сільських регіонів [14, ст.37].

Україна також підписала цю резолюцію і дотримується даних принципів. Ці ж принципи так само стосуються і захисту прав споживачів у сфері реклами.

Кожен уряд повинен визначити свої власні першочергові завдання в сфері захисту інтересів споживачів відповідно до економічних і соціальних умов країни і потреб свого населення, а також з урахуванням недоліків і переваг запланованих заходів. ООН закріплює такі керівні засади захисту прав споживачів у тому числі і у сфері реклами, яких повинні дотримуватись уряди: фізична безпека; сприяння економічним інтересам споживачів і захист цих інтересів; норми

безпеки і якості споживчих товарів і послуг; система розподілу основних споживчих товарів і послуг; заходи, що дозволяють споживачам отримати компенсацію; програми освіти та інформування; заходи щодо конкретних галузей; міжнародна співпраця.

Відповідно до резолюції Генеральної Асамблеї ООН «Про керівні принципи для захисту інтересів споживачів» уряди повинні розробляти, укріплювати або продовжувати активну політику захисту інтересів споживачів із врахуванням викладених нижче керівних принципів. При цьому кожен уряд повинен визначити свої власні першочергові завдання в сфері захисту інтересів споживачів відповідно до економічних і соціальних умов країни і потреб свого населення, а також з урахуванням недоліків і переваг запланованих заходів [13].

Враховуючи вище зазначені положення можна зробити висновок проте, що керівні начала та принципи зазначені у резолюції Генеральної Асамблеї ООН «про керівні принципи для захисту інтересів споживачів» мають визначальне значення для розуміння змісту категорії адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами так як являються частиною законодавства яким керується держава і в тому числі контролюючі органи та посадові особи, як представники влади, при вирішенні питання щодо захисту порушених прав споживачів реклами. На підставі проведеного наукового дослідження в цій статті, пропонуємо закріпити визначене поняття «адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами» на законодавчому рівні.

**Висновки.** Отже, на підставі проведеного аналізу категорій і понять можемо визначити адміністративно-правові засади захисту прав споживачів у сфері реклами як сукупність керівних начал (характеристик), засобів, способів закріплених у нормах адміністративного права, спрямованих на відновлення та захист порушених прав споживачів, як суб'єктів правовідносин у сфері реклами, що потребують урегулювання та вирішення уповноваженими на те контролюючими органами та посадовими особами за допомогою адміністративно-правових засобів. Зміст адміністративно-правових засад захисту прав споживачів у сфері реклами складають керівні принципи, закріплені як у міжнародному законодавстві, так і в національному. Кожна держава самостійно визначає свої власні першочергові завдання в сфері захисту інтересів споживачів у сфері реклами відповідно до економічних і соціальних умов країни і потреб свого населення, дотримуючись міжнародних норм та принципів у формуванні курсу державно-правової політики у сфері захисту прав споживачів реклами.

#### Список використаних джерел:

1. Конституція України: Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141 URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96%D0%B2%D1%80#Text>
2. URL:[https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D1%96%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D1%96\\_%D0%B7%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8\\_%D0%B7%D0%B0%D1%85%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2\\_%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B8\\_%D1%96\\_%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D1%8F%D0%BD%D0%B8%D0%BD%D0%B0](https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D1%96%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D1%96_%D0%B7%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8_%D0%B7%D0%B0%D1%85%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2_%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B8_%D1%96_%D0%B3%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D1%8F%D0%BD%D0%B8%D0%BD%D0%B0)
3. Кожура Л.О. Адміністративно-правовий захист та охорона. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2015. Вип. 35(1.2). С. 119-122. URL:[http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvuzhpr\\_2015\\_35%281.2%29\\_31](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvuzhpr_2015_35%281.2%29_31)
4. Галуцько В.В. Адміністративне право України: [навчальний посібник] : [у 2-х томах] [В.В. Галуцько, В.І. Олефір, М.П. Пихтін та ін.]; за заг. ред. В.В. Галуцька. Херсон: ПАТ «Херсонська міська друкарня», 2011. Т. 1: Загальне адміністративне право. – 320 с.
5. Словник УА. Портал української мови та культури. URL:<https://slovyk.ua/index.php?swrd=%D0%B7%D0%B0%D1%81%D0%B0%D0%B4%D0%B8>
6. Нестеряк Ю.В. Нормативно-правові основи державної інформаційної політики України в умовах розвитку інформаційного суспільства. *Теорія та практика державного управління*. Вип.4 (39). 2012. С. 111-119
7. Личенко І.О. Адміністративно-правові засади публічного управління в Україні. *The Journal of Eastern European Law / Журнал східноєвропейського права*. 2020. № 78. URL: [http://easternlaw.com.ua/wp-content/uploads/2020/07/Lychenko\\_78.pdf](http://easternlaw.com.ua/wp-content/uploads/2020/07/Lychenko_78.pdf)
8. Назаров В.В., Омельяненко Г.М. Кримінальний процес України: підручник. Київ: Юрична думка, 2008. 548 с.

9. Бандурка С. С. Адміністративно-правові засади діяльності приватного підприємства. *Право.ua*. 2017. № 2. С. 80-85. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/pravo\\_2017\\_2\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/pravo_2017_2_15).
10. Любімова С.Ю. Сутність адміністративно-правових засад діяльності приватних підприємств. *Вісник ХНУВС*. 2012. № 1 (56) С. 210-218. URL:[http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhnuvs\\_2012\\_1\\_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhnuvs_2012_1_34)
11. Адміністративне право України (загальна частина) : навч. посіб. [Остапенко О. І. Ковалів М. В., Єсімов С. С. та ін.]; [Вид. 2-е, доп.] Львів : СПОЛІОМ, 2021. 616 с.
12. Марченко О.В. Проблеми адміністративно-правового забезпечення рекламних послуг в Україні : монографія. Харків : Панов, 2016. 504 с.
13. Резолюція 39/248 Генеральної Асамблеї ООН «Керівні принципи для захисту інтересів споживачів»: ООН; Резолюція, Принципи, Міжнародний документ від 09.04.1985 URL: <https://www.unian.ua/consumers/356993-rezolyutsiya-generalnoji-asambleji-onn-kerivni-printsipi-dlya-zahistu-interesiv-spojivachiv.html>
14. Н. Г. Салухіна, О. М. Язвінська, О. І. Башкатова. Захист прав споживачів : Навч. посіб. К. : МАУП, 2007. С. 382

УДК 342.951

DOI <https://doi.org/10.32844/2618-1258.2022.6.25>

ПРИСТАЯ М.М.

## ПРАВОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗАКЛАДУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я В УКРАЇНІ

### HEALTH CARE INSTITUTIONS LEGAL FEATURES IN UKRAINE

У статті досліджено правові характеристики закладу охорони здоров'я в Україні, які повинні бути врегульовані на рівні закону у зв'язку із підвищеною їх значущістю.

Правовими ознаками закладу охорони здоров'я є наявність статусу юридичної особи, форма власності, організаційно-правова форма, напрямок діяльності – медичне обслуговування, порядок утворення закладу охорони здоров'я та управління ним.

Залежно від форми власності заклади охорони здоров'я утворюються та функціонують як державні, комунальні, приватні чи засновані на змішаній формі власності. За організаційно-правовою формою заклади охорони здоров'я державної власності можуть утворюватися та функціонувати як державні некомерційні підприємства або державні установи. За організаційно-правовою формою заклади охорони здоров'я комунальної власності можуть утворюватися та функціонувати як комунальні некомерційні підприємства або комунальні установи. Заклади охорони здоров'я приватної власності не обмежені у виборі організаційно-правової форми. Наразі нормативного визначення комунального некомерційного підприємства у законодавстві немає, проте особливості такого роду організаційно-правової форми господарювання виводять із положень Господарського кодексу.

Порядок утворення закладів охорони здоров'я є також правовою характеристикою, що визначається та повинна визначатися нормами права. Більше того, Основи законодавства встановлюють необхідність визначення порядку створення та припинення закладів охорони здоров'я на рівні саме закону, а не підзаконного нормативного акту.