

The article analyzes the idea of the Ministry of Justice of Moldova concerning the prosecution of domestic courts' judges as well as the prosecutors and officials who have committed violations of individual rights, which was proven.

It is noted that recognition of all the judgments of the European Court of Human Rights to be the source of law, but not only those concerning Ukraine, i.e. to give them the status – preclusion, would contribute to the formation of Ukraine as a European state with the rule of law. Such an act would further integrate the legal system of Ukraine into the European system of values and approaches to understanding the law.

Keywords: social protection, social security, social rights, the European Court of Human Rights, the liability of judges.

УДК 347.23

А. Ю. БАБАСКІН

кандидат юридичних наук

ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМИ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУ В ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ

У статті висвітлюються окремі аспекти правового регулювання реклами споживчого кредиту» в Україні. Незважаючи на те, що норми Закону України «Про споживче кредитування» від 15 листопада 2016 р. № 1734-VIII про рекламу споживчого кредиту в цілому ґрунтуються на нормах Директиви 2008/48/ЄС від 3 квітня 2008 р. «Про кредитні угоди для споживачів та про скасування Директиви Ради 87/102ЄС», норми зазначеного Закону є недосконалими. На підставі проведеного дослідження автором надані пропозиції щодо вдосконалення відповідних норм Закону.

Ключові слова: реклама, споживчий кредит, договір про споживчий кредит.

Бабаскин А. Ю. Проблемы правового регулирования рекламы потребительского кредита в законодательстве Украины

В статье освещаются отдельные аспекты правового регулирования рекламы потребительского кредита в Украине. Несмотря на то, что нормы Закона Украины «О потребительском кредитовании» от 15 ноября 2016 г. о рекламе потребительского кредита в целом основываются на нормах Директивы 2008/48/ЕС от 3 апреля 2008 г. «О кредитных договорах для потребителей и про отмену Директивы Совета 87/102ЕС», нормы указанного Закона являются несовершенными. На основании проведенного исследования автором даны предложения касательно усовершенствования соответствующих норм Закона Украины «О потребительском кредитовании».

Ключевые слова: реклама, потребительский кредит, договор потребительского кредита.

Babaskin Anatoly Yu. Problems of legal regulation of advertisement of consumer credit in the legislation of Ukraine

The article highlights some aspects of legal regulation of advertisement of consumer credit in Ukraine. Despite the fact that the Norms of the law of Ukraine “On consumer lending” dated November 15, 2016. on advertising of consumer credit in General are based on the norms of Directive 2008/48/EC of 3 April 2008 “On kreditnih agreements for consumers and about the abolition of Council Directive 87/102EC” norms specified in the Law are imperfect, and require in this regard, their improvement. On the basis of the conducted research the aut-

hor of this proposal concerning improvement of the corresponding provisions of the Law of Ukraine "On consumer credit".

Key words: *advertising, consumer credit, consumer contract.*

Характеризуючи стан правового регулювання реклами споживчого кредиту в період до набрання чинності Законом України «Про споживче кредитування» від 15 листопада 2016 р. № 1734-VIII (надалі – Закон № 1734-VIII) слід підтримати українських науковців¹, які справедливо вказували на відсутність у законодавстві України спеціальних норм, які б регулювали рекламу споживчого кредиту.

Відомо, що в Законі України «Про захист прав споживачів», у редакції від 01 грудня 2005 р. № 3161-IV (із змінами та доповненнями) відсутні норми, які б здійснювали позитивне регулювання реклами споживчих кредитів, та є лише норми щодо відшкодування збитків, завданих споживачеві недобросовісною рекламою (ст. 15).

Як наслідок, до набрання чинності Законом № 1734-VIII реклама споживчого кредиту регулювалась Законом України «Про рекламу», що діє в редакції Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про рекламу» від 11 липня 2003 р. № 1121-IV (із змінами та доповненнями). Останній на відміну від регулювання фінансових послуг із залучення коштів не містить окремих норм, які б встановлювали вимоги до реклами споживчого кредиту. Відтак цього при регулюванні останніх раніше застосовувалися: принципи реклами (ст. 7 Закону); загальні вимоги до реклами (ст. 8 Закону); поняття недобросовісної реклами (ст. 1 Закону); вимоги до реклами кредитних установ, що здійснюють залучення коштів населення (ст. 24 Закону) щодо наявності в рекламі фінансової установи номера дозволу, ліцензії, дати їх видачі та найменування органу, який видав цей дозвіл, ліцензію.

Спеціальне законодавство України, що регулює ринки фінансових послуг, зокрема закони України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» (ст. 11 Закону) та «Про банки і банківську діяльність» (ст. 54 Закону) також містять лише загальні приписи, які забороняють фінансовим установам поширення у будь-якій формі реклами, що містить неправдиві відомості про їх діяльність у сфері фінансових послуг. Лише норми ст. 15.1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», визначаючи поняття «поширення в рекламі інформації, що вводить в оману» (тобто неповних, неточних, неправдивих відомостей), дещо деталізує таке поширення, зокрема, через обраний спосіб їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання.

З огляду на викладене можна дійти висновку, що законодавство України до набрання чинності Законом № 1734-VIII регулювало рекламу споживчого кредиту неналежащим чином. Зазначений висновок підтверджується не тільки прикладами правового регулювання реклами споживчого кредиту в державах – членах ЄС, а й прикладами її правового регулювання в деяких країнах СНД.

Наприклад, ст. 28 Федерального Закону Російської Федерації «Про рекламу» встановлює, що якщо реклама послуг, пов'язаних з наданням кредиту або позики, їх використанням, погашенням кредиту або позики, містить хоча б одну умову, що впливає на його вартість, така реклама має містити всі інші умови, що визначають повну вартість кредиту (позики), які визначаються згідно з Федеральним Законом Російської Федерації «Про споживчий кредит (позику)», для позичальника та впливає на неї².

Подібні правові норми містить ст. 14 Закону Республіки Казахстан «Про рекламу» та ст. 18 Закону Азербайджанської Республіки «Про рекламу»³, які регулюють рекламу фінансових послуг, забороняють замовчувати будь-яку з істотних умов, зазначених у рекламі, договорів⁴.

За відсутності вказаного позитивного регулювання в рекламі споживчих кредитів в Україні виникли та набули поширення такі явища, як реклама безпроцентних кредитів, кредитів під нуль відсотків річних, підміна ставки відсотків річних, ставкою відсотків на день або місяць та інші негативні явища.

Таким чином, правове регулювання реклами споживчого кредиту в Україні вимагало свого вдосконалення, яке відповідно до додатку XXXVIII до глави 20 «Захист прав споживачів» розділу V «Економічне і галузеве співробітництво» Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом та його державами – членами⁵ та Комплексної програми розвитку фінансового сектору України, затвердженої постановою Правління Національного банку України від 18.06.2015 р. № 391⁶, мало відбуватися шляхом адаптації законодавства України до норм Директиви 2008/48/ЄС від 23 квітня 2008 р. «Про кредитні угоди для споживачів та про скасування Директиви Ради 87/102/ЄС»⁷ (надалі – Директива 2008/48/ЄС).

Аналізуючи Директиву 2008/48/ЄС, потрібно зазначити, що в частині регулювання реклами споживчого кредиту вона є суттєвим кроком порівняно з Директивою Ради 87/102/ЄС «Про наближення законів, постанов та адміністративних положень держав-членів щодо споживчого кредиту» від 22 грудня 1986 р.⁸, згідно з якими позитивне регулювання реклами споживчих кредитів обмежувалась вимогою, відповідно до якої, реклама споживчого кредиту, в якій була зазначена інформація про вартість кредиту, мала також включати інформацію про річну відсоткову ставку збору, у спосіб наведеного прикладу, якщо не існує інших способів.

Підхід Директиви 2008/48/ЄС до такої реклами полягає в тому, що реклама споживчого кредиту має становити стандартну інформацію, обсяг якої встановлено нормативно. Зазначена вимога поширюється лише на рекламу споживчого кредиту, яка містить відсоткову ставку або будь-які цифри щодо вартості кредиту для споживача. Увага, яку присвячено в ст. 4 Директиви 2008/48/ЄС інформації щодо вартості споживчого кредиту, є не випадковою, оскільки саме шляхом маніпуляції з інформацією про вартість споживчого кредиту і вводять в оману споживачів фінансових послуг недобросовісні рекламодавці.

Таким чином, якщо реклама містить інформацію про вартість кредиту для споживача, така реклама має містити стандартну інформацію, яка в чіткій,

зрозумілий та ясний спосіб шляхом репрезентативного прикладу вказує на: позичкову ставку, фіксовану, плаваючу або обидві з них, разом з докладною інформацією про будь-які збори, що включаються до загальних витрат споживача на кредит; загальну суму кредиту; річну відсоткову ставку платежів; у випадку кредитної угоди (овердрафт строком дії понад 3 місяці), державичлени можуть прийняти рішення, що не існує необхідності надання інформації про річну відсоткову ставку платежів; за доцільності, тривалість кредитної угоди; та ін.

Як бачиться із наведених норм Директиви 2008/48/ЄС, при її розробці було враховано, що за своїм характером реклама споживчого кредиту повинна бути репрезентативним джерелом інформації, яка не повинна містити надмірно великий обсяг відомостей про відповідну кредитну послугу. Відповідно обсяг стандартизованої інформації за Директивою 2008/48/ЄС є невеликим порівняно з обсягом «доконтрактної інформації», яку споживач має отримати відповідно до вимог статей 5, 6 цієї Директиви.

В Україні питанням регулювання реклами споживчих кредитів присвячена ст. 7 Закону № 1734-VIII⁹. Як того і вимагає Директива 2008/48/ЄС згідно зі ст. 7 Закону № 1734-VIII, вимоги щодо реклами про надання споживчого кредиту застосовуються лише у разі, якщо рекламний матеріал містить будь-які дані (цифри) щодо витрат споживача за споживчим кредитом. У такому випадку реклама додатково до загальних вимог, встановлених законодавством України про рекламу, повинна містити стандартну інформацію, у якій визначається: 1) максимальна сума, на яку може бути виданий кредит; 2) реальна річна відсоткова ставка; 3) максимальний строк, на який видається кредит; 4) у разі надання кредиту для придбання товарів (послуг) у формі оплати з відстроченням або з розстроченням платежу – розмір першого внеску.

Зазначена стандартна інформація повинна бути зрозумілою і точною. Якщо вона викладається в письмовому вигляді, то наводиться однаковим шрифтом та відображається в основному тексті реклами.

Крім названого, у рекламі щодо надання споживчого кредиту забороняється зазначати, що споживчий кредит може надаватися без документального підтвердження кредитоспроможності споживача (позичальника), або що кредит є безвідсотковим чи надається під нуль відсотків, іншу аналогічну за змістом та сутністю інформацію.

Прокоментована стаття Закону № 1734-VIII загалом відповідає положенням ст. 4 Директиви 2008/48/ЄС, що є позитивним кроком, який, з одного боку, забезпечуватиме отримання споживачами більш об'єктивної рекламної інформації щодо споживчого кредиту, а з другого – спростить споживачам доказування недобросовісності відповідної реклами як підстави для відшкодування збитків (частина перша ст. 27 Закону України «Про рекламу», частина восьма ст. 16 Закону України «Про захист прав споживачів»), оскільки остання водить споживачів в оману шляхом вибіркового замовчування окремих істотних умов договору про споживчий кредит.

Поряд із тим слід звернути увагу й на окремі недоліки норм ст. 7 Закону № 1734-VIII. По-перше, слід зазначити, що ця ст. 7 встановлює, що стандартна

інформація містить «максимальну суму», на яку може бути виданий кредит. Водночас у ст. 4 Директиви 2008/48/ЄС вимоги до зазначеної стандартизованої інформації передбачають зазначення в ній інформації про «загальну суму кредиту». Під останньою ст. 3 Директиви 2008/48/ЄС розуміє стелю або загальні суми, надані згідно з кредитною угодою. У свою чергу частина третя ст. 1 Закону № 1734-VIII визначає загальний розмір кредиту як суму коштів, які надані та/або можуть бути надані споживачу за договором про споживчий кредит. Беручи до уваги, що Директива 2008/48/ЄС та Закон 1734-VIII не надають визначення поняття «максимальна сума кредиту», а також те, що зазначене поняття фактично збігається за змістом з поняттям «загальна сума кредиту», вважаємо за доцільне замінити в Законі України «Про споживче кредитування», у частині вимог до стандартизованої інформації щодо реклами, словосполучення «максимальна сума, на яку може бути виданий кредит» словосполученням «загальна сума, на яку може бути виданий кредит».

По-друге, частина друга ст. 8 Закону № 1734-VIII для цілей обчислення реальної річної відсоткової ставки не включає до загальних витрат за споживчим кредитом, зокрема, платежі за додаткові та супутні послуги третіх осіб, пов'язані з договором про споживчий кредит.

З огляду на викладене до ст. 7 Закону № 1734-VIII слід також імплементувати положення частини третьої ст. 4 Директиви 2008/48/ЄС. Згідно з цим в ст. 7 Закону № 1734-VIII слід встановити, що якщо укладення договору про надання додаткових послуг, пов'язаних з договором про споживчий кредит (зокрема, страхування), є обов'язковим для отримання кредиту або для його отримання на рекламованих умовах, у рекламному оголошенні поряд з реальною річною відсотковою ставкою за споживчим кредитом має бути зазначено про зобов'язання споживача щодо укладення такого цивільного договору, а також про те, що вартість таких додаткових послуг третіх осіб не включається до реальної річної відсоткової ставки за споживчим кредитом.

По-третє, інша інформація, яка також має бути зазначена у стандартній рекламній інформації, є інформація про те, що споживчий кредит буде забезпечуватись іпотекою або аналогічним забезпеченням, або правом на нерухоме майно. Як відомо, на відміну від норм Директиви 2008/48/ЄС, Закон № 1734-VIII регулює споживчі кредити у сфері нерухомості, які виключені із сфери дії Директиви 2008/48/ЄС. Водночас в законодавстві ЄС відносини споживчого кредиту у сфері нерухомості регулюються окремою Директивою Європейського Парламенту та Ради № 2014/17/UE від 04 лютого 2014 р. «Про договори споживчого кредиту на придбання нерухомості та про зміну директив 2008/48/ЄС та 2014/36/UE і Регламенту (UE) № 1093/2010»¹⁰. Стаття 11 Директиви 2014/17/UE, зокрема, зобов'язує осіб, що діють на ринку іпотечних споживчих кредитів, включати в рекламу інформацію про те, що споживчий кредит буде забезпечуватись іпотекою або аналогічним забезпеченням, або правом на нерухоме майно.

З огляду на це імплементація вказаної норми Директиви 2014/17/UE також бачиться цілком доцільною.

По-четверте, слід звернути увагу на заборону надання в рекламі інформації стосовно того, що споживчий кредит є безвідсотковим, чи надається під нуль відсотків, чи іншої аналогічної за змістом та сутністю інформації.

Як зазначалось, норми ст. 4 Директиви 2008/48/ЄС встановлюють вимоги щодо зазначення в рекламі споживчого кредиту його реальної вартості. З практики споживчого кредитування в Україні відомо, що зазначення у рекламі інформації щодо безвідплатності кредиту є не єдиним способом введення в оману пересічних споживачів щодо вартості споживчого кредиту. Іншими поширеними способами введення в оману споживача є поширення реклами, яка через свій обманливий характер здатна впливати на економічну поведінку споживача, зокрема, надання недостовірної інформації щодо реальної вартості споживчого кредиту (наприклад, підміна в рекламі споживчого кредиту інформації щодо річної відсоткової ставки інформацією щодо відсоткової ставки на день, тиждень; інформування споживачів про щомісячну комісію за кредитом як про щомісячну відсоткову ставку; інформування про річну відсоткову ставку з замовчуванням комісії за кредитом тощо)¹¹.

Таким чином, оскільки застосування норм Закону № 1734-VIII, що містять вимоги до змісту реклами споживчого кредиту, зумовлені наявністю в рекламі будь-яких даних щодо витрат споживача за споживчим кредитом (інформація, що стосується вартості споживчого кредиту), норми ст. 7 Закону № 1734-VIII повинні імперативно забороняти наявність у рекламі споживчого кредиту не лише інформації щодо безоплатності споживчого кредиту (безпроцентний кредит, кредит під нуль відсотків, інша аналогічна за змістом та сутністю інформація), а взагалі будь-якої інформації, що викривлює уявлення споживача стосовно реальної річної відсоткової ставки за споживчим кредитом.

По-п'яте, ще одним аспектом реклами споживчого кредиту, на який слід звернути увагу, є відсутність у ст. 7 Закону № 1734-VIII норм, які б визначали необхідність надання рекламної інформації щодо споживчого кредиту шляхом репрезентативного прикладу (від фр. *representant* – представник), який би значно спрощував усвідомлення потенційними споживачами наведених у рекламній інформації розрахунків. Як справедливо зазначає Д. В. Мироненко, у законодавстві України поняття «репрезентативний приклад» у рекламі не використовується¹². Водночас у ЄС під репрезентативним прикладом у рекламі розуміють типовий та характерний приклад, який повинен бути таким стосовно типу кредиту, що розглядається, для того щоб зберегти можливість порівнянності пропозицій різних кредиторів¹³.

У цілях спрощення усвідомлення потенційними споживачами наведених у стандартній рекламній інформації розрахунків, реклама споживчого кредиту має надаватися у чіткій, зрозумілій, ясний спосіб шляхом репрезентативного прикладу, який має містити інформацію, зазначену у частині другій ст. 7 Закону № 1734-VIII у прив'язці до конкретного типу споживчого кредиту (кредит, кредитна лінія, кредитування рахунку тощо).

Таким чином, відсутність в ст. 7 Закону № 1734-VIII норм які б визначали необхідність надання рекламної інформації щодо споживчого кредиту шляхом репрезентативного прикладу, є недоліком цього Закону, який також потребує усунення.

По-шосте, чинна редакція ст. 24 Закону України «Про рекламу» регулює виключно рекламу фінансових послуг, пов'язаних із залученням коштів населення, або осіб, які їх надають. Поряд з тим, послуги з надання споживчих кредитів до зазначених послуг не належать, тим більше, що споживчі кредити можуть надаватись фінансовими установами за рахунок інших джерел (власних коштів кредитодавця, коштів, залучених від юридичних осіб, тощо). Як наслідок застосування норм частини першої ст. 24 Закону № 1734-VIII до реклами споживчого кредиту можливе лише в порядку аналогії закону (ст. 8 ЦК України). Оскільки в Законі України «Про рекламу» досі немає статті, яка б комплексно регулювала рекламу фінансових послуг та фінансової діяльності, вважаємо, що частину другу ст. 7 Закону № 1734-VIII доцільно доповнити пунктом, згідно з яким така реклама повинна містити номер ліцензії кредитодавця, дату її видачі та найменування органу, який видав таку ліцензію, якщо інше не встановлено законом.

1. Вімка Ю. В. Правове регулювання споживчого кредиту: стан та перспективи // *Фінанси України*. – 2013. – № 10. С. 77-78; *Онїщенко О. В.*, Степанова Б. О. Сучасні тенденції розвитку та проблемні питання споживчого кредитування в Україні // *Юридичний вісник*, 4 (37) 2015. С. 111; *Позребняк В. Я.* Розвиток доктрини та законодавчого регулювання відносин споживчого кредитування // *Науковий вісник Херсонського державного університету*. – Вип. 4. Т. 1. – 2015. С. 124; **2.** *О рекламе*: Федеральний Закон Российской Федерации от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakonrf.info/zoreklame/28/> **3.** *О рекламе*: Закон Республики Казахстан от 19 декабря 2003 г. № 508-II [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1045608&pos=235;-194 **4.** *О рекламе*: Закон Республики Азербайджан от 15 мая 2015 г. № 1281-IVQ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=83040 **5.** *Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, та його державами-членами, з іншої сторони* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://sta-sumy.gov.ua/data/material/000/072/115110/Uгода_pro_asots_aty_uu.pdf **6.** *Комплексна програма розвитку фінансового сектору України, затверджена постановою Правління Національного банку України від 18.06. 2015 р. № 391.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/docscatalog/document?id=18563297> **7.** *Директива Європейського парламенту та Ради Європейського Союзу 2008/48/ЄС від 23 квітня 2008 р. «Про кредитні угоди для споживачів та про скасування Директиви Ради 87/102/ЄС»* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_b19 **8.** *Директива Ради 87/102/ЄЕС «Про наближення законів, постанов та адміністративних положень держав-членів щодо споживчого кредиту»* від 22 грудня 1986 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_350 **9.** *Про споживче кредитування*: Закон України від 15 листопада 2016 р. № 1734-VIII // *Голос України* від 10 грудня 2016 р. № 236; **10.** *Директива Європейського Парламенту та Ради № 2014/17/UE від 04 лютого 2014 р. «Про договори споживчого кредиту на придбання нерухомості та про зміну директив № 2008/48/CE та 2014/36/UE та Регламенту (UE) № 1093/2010* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=elx%3A32014L0017> **11.** *Охрименко І. Б.* Споживчий кредит в Україні: реалії та перспективи розвитку: дис. канд. екон. наук. Київ : 2015. С. 275; **12.** *Мироненко Д. В.* Правові аспекти споживчого кредитування в Україні та Європі: Сучасний стан та перспективи розвитку // *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*, 2013. № 2 (5). С. 67; **13.** *Study on the Calculation of the Annual Percentage Rate of Charge for Consumer*

Credit Agreements : Final R3port / European Commission Directorate General. – 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ec.europa.eu>.

Babaskin Anatoly Yu. Problems of legal regulation of advertisement of consumer credit in the legislation of Ukraine

The article highlights some aspects of legal regulation of advertisement of consumer credit in Ukraine. Despite the fact that the norms of the law of Ukraine “on consumer lending” dated November 15, 2016, advertising of consumer credit in General based on the provisions of Directive 2008/48/EC of 3 April 2008 “On kreditnih agreements for consumers and repealing Council Directive 87/102EC” norms specified in the Law are imperfect, and require in that respect to improve them. On the basis of the conducted research the author of this proposal to improve the relevant provisions of the law of Ukraine “on consumer credit”, including those proposed for the implementation of article 7 of the Law of Ukraine “on consumer crediting” the provisions of part 3 of article 4 of Directive 2008/48/EC regarding the fact that if you contract for the provision of additional services related to the agreement about a consumer loan (for example, insurance) is mandatory for creditary obtain the advertised conditions in a promotional advertisement by head interest rate for the mortgage loan must be specified about the obligations of the consumer on conclusion of such a civil contract, and also about the fact that the cost of such additional third party services are not included in the real annual interest rate on the mortgage loan. Consumer credit in the field of real estate falls within the scope of the Law of Ukraine “on consumer credit”. At the same time he is excluded from the scope of Directive 2008/48/EC and falls within the scope of Directive 2014/17/UE dated 04 February 2014. It is therefore proposed to Supplement article 7 of the Law of Ukraine “on consumer crediting” the provisions of article 11 of the Directive 2014/17/UE under which lenders are required to include in advertising of consumer credits in the market of mortgage lending information about the fact that the loan will be secured by a mortgage or similar security or right in immovable property. It is proposed to Supplement article 7 of the Law of Ukraine “on consumer crediting” provision, which prohibits advertising any information that distorts the view of the consumer about the real annual interest rate and total cost of credit for consumers. The author also proposes to Supplement article 7 of the Law of Ukraine “on consumer crediting” provisions under which, in order to simplify the understanding of potential consumers is given in standard form of the promotional information should be clear, understandable and given in a representative example, which must contain the information in accordance with part 2 statii 7 of the Law of Ukraine “On consumer crediting” in relation to a particular type of consumer credit. It is also proposed to Supplement this article of the Law the provisions under which such advertising must contain the license number of the lender, date of issue, name of authority who issued it, unless otherwise provided by law.

УДК 347.44

М. В. ВЕНЕЦЬКА,
кандидат юридичних наук

**ВТІЛЕННЯ ПРИНЦИПІВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОГОВІРНОГО ПРАВА
В УКРАЇНСЬКОМУ ЦИВІЛЬНОМУ ЗАКОНОДАВСТВІ**

Стаття присвячена аналізу відповідності загальних засад цивільного законодавства України, передусім Цивільного кодексу України, у сфері регулювання договірних відносин положенням принципів європейського договірного права, зокрема Принципам