

УДК 347.7

DOI <https://doi.org/10.32840/1813-338X-2023.2.5>**Р. В. Походжук**<https://orcid.org/0000-0002-6414-4797>

головний консультант Головного юридичного управління Апарату Верховної Ради України, докторант Науково-дослідного інституту приватного права і підприємництва імені академіка Ф. Г. Бурчака Національної академії правових наук України

## ХАРАКТЕРИСТИКА НЕДОБРОСОВІСНИХ КОМЕРЦІЙНИХ ПРАКТИК У КОНТЕКСТІ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

*У науковій статті аналізуються положення Директиви № 2005/29/ЄС (Директива про недобросовісні комерційні практики). Автор ставить собі за мету дослідити правову природу загальної рамки недобросовісних комерційних практик та висвітлити механізм захисту прав споживачів у контексті таких практик.*

*Зокрема вказується на три можливі підходи щодо кваліфікації комерційної практики як недобросовісної. Однак основну увагу автором приділено загальному підходу щодо кваліфікації комерційної практики як недобросовісної, який міститься у статті 5 досліджуваної Директиви. При цьому у науковій статті обґрунтовується, що недобросовісна комерційна практика, у контексті параграфу 2 статті 5 згаданої Директиви, повинна обов'язково формуватися у сукупності трьох елементів, щоб виправдати недобросовісність.*

*Крім того зазначається, що положення зазначеної статті 5 мають динамічний характер, стосуються широкого кола практик і є достатньо гнучкими, щоб охопити товари, роботи та послуги, а також методи продажу, які розвиваються та еволюціонують. Фактично згадана Директива № 2005/29/ЄС підкреслює невичерпність дій/бездіяльності, які можуть кваліфікуватися як недобросовісні комерційні практики. Водночас автором звертається увага, що недобросовісні комерційні практики, які не завдають (не можуть завдати) шкоди економічним інтересам пересічного споживача не вважаються порушенням прав споживачів. Це твердження є логічним, зокрема через те, що основним суб'єктом цих відносин є пересічний споживач, який має бути захищеним від негативного впливу, що може завдати шкоди його економічним інтересам.*

*Як висновок автор вказує про три підходи до захисту прав споживачів у контексті досліджуваної Директиви, акцентуючи увагу на загальному підході захисту, визначеному у її статті 5.*

**Ключові слова:** недобросовісні комерційні практики, захист прав споживачів, добросовісність, споживчі відносини, економічні інтереси споживача.

**Постановка проблеми.** Відповідно до статті 3 Цивільного кодексу України до загальних засад цивільного законодавства віднесено справедливість, добросовісність та розумність. Це положення презюмує, що усі дії учасників цивільних відносин мають бути справедливими, добросовісними і розумними; не є виключенням з цього правила і дії учасників договірних зобов'язань щодо укладання і виконання договорів [1, с. 35]. Проте у певних випадках учасники договірних відносин не дотримуються цього принципу, що особливо проявляється у споживчих відносинах, зокрема при укладенні договорів. Це обумовлено тим, що внаслідок характеру споживчих відносин та фактичної нерівності сторін

споживчого договору суб'єкт господарювання має більше можливостей щодо використання, зокрема недобросовісних комерційних практик стосовно споживача. У цьому контексті актуальним є дослідження питання захисту прав споживачів від недобросовісних комерційних практик.

**Метою статті** є дослідження правової природи загальної рамки недобросовісних комерційних практик та висвітлення механізму захисту прав споживачів у контексті цих практик.

**Викладення основного матеріалу.** Підписавши Угоду про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони

Україна взяла на себе зобов'язання щодо приведення вітчизняного законодавства до *acquis communautaire*, зокрема щодо захисту прав споживачів від недобросовісних комерційних практик.

На теренах Європейського Союзу знаковим документом, що покликаний визначити загальні правила щодо правового регулювання відносин недобросовісної комерційної діяльності є Директива Європейського Парламенту і Ради № 2005/29/ЄС від 11 травня 2005 року стосовно недобросовісних комерційних практик бізнесу щодо споживачів на внутрішньому ринку та внесення змін до Директиви Ради 84/450/ЄЕС, директив Європейського Парламенту і Ради 97/7/ЄС, 98/27/ЄС та 2002/65/ЄС та Регламенту Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 2006/2004 («Директива про недобросовісні комерційні практики») (далі – Директива 2005/29).

Метою Директиви 2005/29 є сприяння належному функціонуванню внутрішнього ринку та досягнення високого рівня захисту прав споживачів шляхом наближення законів, підзаконних нормативно-правових актів та адміністративних положень держав-членів стосовно недобросовісних комерційних практик, що завдають шкоди економічним інтересам споживачів (тут і далі переклад наш – Р. П.) [2]. При цьому положення цієї Директиви засновані на принципах, що стосуються широкого кола практик і є достатньо широкими, щоб охопити продукти та методи продажу, що швидко розвиваються [3].

Детальний аналіз Директиви 2005/29 свідчить, що вона спрямована на визначення основних засад, які забезпечать існування адекватних та ефективних засобів для боротьби з недобросовісними комерційними практиками враховуючи економічні інтереси споживачів. При цьому «комерційні практики бізнесу щодо споживачів» у контексті Директиви 2005/29 означають будь-які дію, бездіяльність, лінію поведінки або представництва, комерційну комунікацію, включаючи рекламу та маркетинг, що здійснюються торговцем та які прямо пов'язані із просуванням, продажем або постачанням продукту споживачам [2].

Згідно зі статтею 3 (1) Директиви 2005/29 її застосовують до недобросовісних комерційних практик бізнесу щодо споживачів, як встановлено в статті 5, до, під час і після комерційної операції стосовно продукту [2]. Тобто, вона спрямована на комплексне правове регулю-

вання споживчих відносин у контексті недобросовісних комерційних практик. За таких обставин поведінка суб'єкта господарювання та її вплив на споживача підлягають правовому регулюванню як на стадії формування волі останнього щодо придбання/непридбання товару, роботи чи послуги (фактично йдеться про переддоговірні відносини), так і після відповідного придбання. Водночас поширення Директиви 2005/29 на післядоговірні відносини свідчить про те, що шкода економічним інтересам споживача внаслідок дій/бездіяльності суб'єкта господарювання може бути завдана і після придбання товару, роботи чи послуги.

Основним базисом Директиви 2005/29 у контексті недобросовісних комерційних практик є її стаття 5, яка встановлює заборону щодо недобросовісних комерційних практик та загальну рамку їх кваліфікації. Вільям Ван Бум (Willem H. Van Boom) звертає увагу, що стаття 5 слугує певною «запобіжною сіткою», оскільки немає необхідності в подальшій перевірці статті 5, якщо практику можна класифікувати як оманливу або агресивну для застосування статті 6 і наступних [4]. Своєю чергою Г'ю Коллінз (Hugh Collins) зазначає, що наявність загального положення<sup>1</sup> полягає в тому, щоб забезпечити засоби, за допомогою яких органи правозастосування можуть боротися з новими формами недобросовісних комерційних практик, які не були передбачені законодавством. Передбачається, що загальне положення зробить законодавство «перспективним» [5]. Отже, фактично йдеться про те, що у разі, якщо комерційна практика кваліфікується як оманлива, відповідно до статей 6 і 7 Директиви 2005/29 чи агресивна, відповідно до її статей 8 і 9, то немає необхідності додатково перевіряти таку практику на відповідність статті 5 Директиви 2005/29. При цьому аналогічно, не слід перевіряти комерційну практику на відповідність статтям 5–9 Директиви 2005/29, у разі, якщо така вже визначена в Додатку I до Директиви 2005/29 «Комерційні практики, які за будь-яких обставин вважаються недобросовісними».

Такий висновок видається цілком логічним, оскільки введення споживача в оману або агресивне ставлення до нього самі по собі вважа-

<sup>1</sup> Автор характеризує недобросовісну комерційну практику у контексті Закону Великої Британії "Щодо захисту споживачів від недобросовісної торгівлі" від 2008 № 1277 (The Consumer Protection from Unfair Trading Regulations 2008 № 1277), проте суть характеристики є застосовною і до недобросовісних комерційних практик в розумінні Директиви № 2005/29/ЄС.

ються спотворенням поведінки споживача, а не законним впливом і, таким чином, суперечать вимогам професійної сумлінності. Поведінка, яка справді обманює, переслідує, надмірно впливає чи примушує, завжди порушуватиме вимоги професійної сумлінності та значно погіршуватиме здатність споживача прийняти обґрунтоване рішення. З цієї причини немає окремого посилання на перевірку професійної сумлінності чи елемент «спотворення» у визначенні «істотного спотворення» [6]. Водночас, якщо конкретна комерційна практика (певні дії чи бездіяльність) суб'єкта господарювання не охоплюється статтями 6–9 Директиви 2005/29, то до неї можна застосовувати положення статті 5 згаданої Директиви, оскільки ця стаття встановлює загальну рамку заборони недобросовісних комерційних практик. Зазначений підхід відображає невиключний перелік дій/бездіяльності суб'єкта господарювання, що можуть кваліфікуватися як недобросовісні комерційні практики.

Згідно зі статтею 5 (1)(2) Директиви 2005/29: «1. Недобросовісні комерційні практики заборонені. 2. Комерційна практика є недобросовісною, якщо вона: (а) суперечить вимогам професійної сумлінності; та (б) істотно спотворює або може істотно спотворити економічну поведінку щодо продукту пересічного споживача, до якого він потрапляє чи для якого він призначений, або пересічного члена групи, якщо комерційна практика спрямована на певну групу споживачів» [2]. Наведений параграф 1 є тим базисним принципом, який забороняє будь-які недобросовісні практики. Водночас враховуючи, що принцип має мати певну деталізацію, хоча і не обмежується цим, параграф 2 конкретизує, недобросовісну комерційну практику, *de facto* виділяючи три її обов'язкові складові елементи. При цьому вимоги, параграфу 2 статті 5 згаданої Директиви, повинні бути виконані сукупно, щоб виправдати недобросовісність [7].

Так, до першого складового елемента недобросовісної комерційної практики відноситься комерційна практика, яка суперечить вимогам професійної сумлінності. Професійна сумлінність, відповідно до пункту «h» статті 2 Директиви 2005/29, означає стандарт особливих навичок і обережності, які торговець, як обґрунтовано очікується, застосовуватиме до споживачів, та який відповідає чесній ринковій практиці та/або загальному принципу добросовісності у сфері діяльності торговця [2]. Поняття «професійна сумлінність» охоплює принципи,

які вже міцно закріпилися в законодавстві держав-членів до прийняття Директиви 2005/29, такі як «чесна ринкова практика», «добросовісність» і «належна ринкова практика». Ці принципи наголошують на нормативних цінностях, які застосовуються в конкретній сфері комерційної діяльності. Воно може включати принципи, виведені з національних і міжнародних стандартів і кодексів поведінки [3]. Таким чином, професійна сумлінність є певним засадничим явищем, яке покликано охопити чесні, належні та добросовісні ринкові практики у певній сфері бізнесу.

На переконання Г'ю Коллінза (Hugh Collins), стандарт професійної сумлінності намагається прокласти шлях між, з одного боку, простим схваленням поточних маркетингових практик, які вже можуть бути незадовільними, і, з іншого боку, нав'язуванням суб'єктивного стандарту в тому сенсі, що кожного разу, коли споживач відчуває себе обдуреним або підштовхнутим торговцем, така поведінка буде розцінена як недобросовісна. Вирішальним елементом у побудові цього середнього шляху є поняття розумних очікувань споживача, що дозволяє суду встановити об'єктивний критерій за допомогою стандарту розумності. Водночас цей критерій не потрапляє в пастку простого відображення існуючих ринкових практик, оскільки поведінка торговця швидше повинна відповідати професійним стандартам, а не стандартам звичайної людини, і ці стандарти самі повинні відповідати принципам добросовісності і чесності [8]. Наведене дозволяє зробити висновок, що суб'єкт господарювання, здійснюючи свою діяльність, повинен усвідомлювати власну відповідальність перед споживачами та сумлінно виконувати добровільно взяті на себе обов'язки щодо дотримання правил ведення господарської діяльності. З одного боку ці обов'язки мають менш моральний характер, оскільки оцінюється діяльність професійного учасника, а з іншого боку це зумовлює підвищені вимоги до такого учасника щодо здійснення ним господарської діяльності.

Отже, підхід до кваліфікації першого складового елемента недобросовісної комерційної практики, лежить в полі зору тлумачення принципів та власного розсуду суб'єкта правозастосування. Цей елемент окремо можна розглядати як оціночну категорію. При цьому оціночна категорія повинна містити певну рамку щодо її застосування, що б не вийти за межі самої себе і не призвести до перевищення захисту

споживача шляхом необґрунтованого покладення відповідальності на суб'єкта господарювання, чим йому завдаватиметься неспівмірна шкода. Відтак, доволі важливим у цих відносинах є ставлення законодавця щодо законодавчого їх регулювання, тобто встановлення певної рамки, а також її критеріїв задля мінімізації характеру оціночного поняття. Це призведе до окреслення меж для власного розсуду суб'єкта правозастосування.

До другого складового елемента недобросовісної комерційної практики відноситься комерційна практика, яка істотно спотворює або може істотно спотворити економічну поведінку щодо продукту пересічного споживача, до якого він потрапляє чи для якого він призначений, або пересічного члена групи, якщо комерційна практика спрямована на певну групу споживачів. Категорія «істотно спотворити економічну поведінку споживачів», відповідно до пункту «е» статті 2 Директиви 2005/29, означає використання комерційної практики для значного погіршення здатності споживача прийняти обґрунтоване рішення, таким чином спонукаючи споживача прийняти рішення щодо операції, яке він не прийняв би в іншому випадку. При цьому істотне спотворення пов'язане з прийняттям споживачем відповідного рішення. А «рішення щодо операції», згідно з пунктом «к» статті 2 Директиви 2005/29, означає будь-яке рішення, прийняте споживачем щодо того, чи, як і на яких умовах купувати, повністю або частково оплачувати продукт, зберігати чи розпоряджатися ним або здійснювати передбачене договором право щодо продукту, незалежно від того чи споживач вирішує діяти або утримуватися від дій [2]. Водночас другий елемент недобросовісної комерційної практики повинен існувати при обов'язковій наявності першого.

На переконання Рогіра де Врея (Rogier W. De Vrey), вирішуючи, чи слід вважати певну поведінку недобросовісною, суд повинен посылатися на стандарти, які містяться в Директиві 2005/29, національному законодавстві та прецедентному праві. Практики, які є поширеними в бізнесі, можуть бути зловживаннями, і торговці, які застосовують ці практики, можуть нести відповідальність згідно з Директивою 2005/29. Більше того, застосування поняття «професійна сумлінність» може викликати труднощі у випадку нової форми недобросовісної конкурентної практики. Для таких практик ще не визначено жодних стандартів «професійної сумлінності», тому ці нові практики

не можна виміряти цим стандартом. Таким чином, це поняття зовсім не є гнучким. Умова «професійної сумлінності» доповнюється другою умовою, яка стосується спотворення поведінки пересічного споживача. Якщо комерційна практика «імовірно істотно спотворить економічну поведінку» пересічного споживача або пересічного члена групи, на яку спрямована така комерційна практика, вона вважається недобросовісною. Це положення про «шкоду для споживача» *de facto* діє як правило *de minimis*, запобігаючи втручанням судів у практику, яка нікому не завдає шкоди [9]. Подібне міркування висловлено також авторами у праці «Rethinking EU Consumer Law», де вказано, що у разі, якщо дії торговця виявляються такими, що суперечать вимогам професійної сумлінності, то другий елемент, який потрібно показати, полягає в тому, що комерційна практика, про яку йдеться, істотно спотворює (або може істотно спотворити) економічну поведінку пересічного споживача, який підпадає під дію комерційної практики [10]. Натомість, Ян Тжасковський (Jan Trzaskowski) вказує від зворотнього, і, на його переконання, через кумулятивну вимогу суттєве економічне спотворення є законним 1) до тих пір, поки воно впливає лише на тих споживачів, які не проявляють належної обережності, і 2) у ситуаціях, коли продавець проявив належну обережність (тобто дотримувався вимоги професійної сумлінності) [11]. У контексті нашого дослідження слід погодитися з наведеними міркуваннями, оскільки для споживчих відносин загалом немає значення чи комерційна практика є недобросовісною, якщо вона не завдає (не може завдати) шкоди економічним інтересам пересічного споживача.

Отже, відповідно до наведеного, європейський стандарт «професійної сумлінності» вважається оціночним поняттям, однак його застосування у контексті Директиви 2005/29 повинно здійснюватися у взаємозв'язку із істотним впливом комерційної практики на пересічного споживача. І як слушно підмітив Брам Б. Дуйвенурде (Bram B. Duivenvoorde), Директива 2005/29 регулює комерційні практики настільки, наскільки вони потенційно можуть вплинути на економічну поведінку споживача [12].

Такий підхід підкреслює невичерпність дій/бездіяльності, які можуть кваліфікуватися як недобросовісні комерційні практики, однак самі по собі вони не вважаються порушенням прав споживачів. Кваліфікація ж комерційної прак-

тики суб'єкта господарювання, яка не завдає (не може завдати) шкоди економічним інтересам пересічного споживача, в контексті параграфу 2 статті 5 Директиви 2005/29, є алогічною та не враховує принципу пропорційності<sup>2</sup>, на якому зокрема і базується ця Директива.

До третього обов'язкового складового елемента недобросовісної комерційної практики слід віднести такого безпосередньо пов'язаного з нею суб'єкта як *«пересічний споживач»*. Так, у декларації 18 преамбули Директиви 2005/29, хоча і зазначається, що доцільно захищати всіх споживачів від недобросовісних комерційних практик, однак вказується на необхідність перевіряти вплив на умовного, типового споживача. Відповідно ця Директива бере за еталон *пересічного споживача, який є досить добре поінформованим і достатньо спостережливим та обачним, беручи до уваги соціальні, культурні та мовні фактори*, як розтлумачено Судом Європейського Союзу [2]. Наведене положення зазначеної декларації вписує в рамку Директиви 2005/29 пересічного споживача, однак не обмежується нею, а посилається на практику Суду Європейського Союзу та певні особливості, які слід враховувати при кваліфікації пересічного споживача. Відтак, розуміння пересічного споживача, передбачене у згаданій Директиві, застосовується з урахування практики Суду Європейського Союзу та національного законодавства. Враховуючи, що стандарт пересічного споживача не є безпосереднім предметом цього дослідження, його більш детально буде розглянуто в окремо.

Водночас відповідно до статті 5 (3) Директиви 2005/29 комерційні практики, які можуть суттєво спотворити економічну поведінку лише чітко визначеної групи споживачів, які є особливо вразливими до таких практик або щодо базового продукту через їхні розумові або фізичні вади, вік або довірливість у спосіб, який торговець, як очікується, міг би обґрунтовано передбачити, слід оцінювати з точки зору пересічного члена такої групи [2]. Відтак, Директива 2005/29 також містить положення, спрямовані на запобігання впливу на споживачів, чиї характеристики роблять їх особливо вразливими до недобросовісних комерційних практик.

<sup>2</sup> Зокрема у декларації 6 преамбули Директиви 2005/29 вказано, що вона не поширюється і не впливає на національні закони щодо недобросовісної комерційної практики, яка завдає шкоди лише економічним інтересам конкурентів або стосується операцій між торговцями.

Стосовно чітко визначеної групи споживачів, які є особливо вразливими та яка кваліфікується у контексті розуміння поняття «пересічний споживач» слід враховувати, що ця група має особливі характеристики, а також те, що її пересічний член, внаслідок впливу на нього недобросовісної комерційної практики, з високою ймовірністю здійснить несвідомий вибір або допустить помилку щодо придбання товару, роботи чи послуги. Тобто, вразливий споживач прийме рішення, яке б в іншому випадку не прийняв. Відтак, поведінка суб'єкта господарювання у цьому випадку повинна підлягати ретельнішій перевірці, а суб'єкт правозастосування повинен враховувати таку вразливість як додатковий фактор при кваліфікації впливу недобросовісної комерційної практики на пересічного члена визначеної групи споживачів, які є особливо вразливими.

**Висновки.** В основу досліджуваної Директиви покладено принципи добросовісності та пропорційності, що дозволяє комплексно підходити до питання захисту прав споживачів у контексті недобросовісних комерційних практик. Проте, якщо недобросовісні комерційні практики не завдали (не могли завдати) шкоди економічним інтересам споживача, то відповідно відсутнє і порушення його прав. Цей підхід є виправданим, оскільки у споживчих відносинах важливим є фактичний чи ймовірний результат від дій/бездіяльності суб'єкта господарювання, а не лише факт порушення без відповідних наслідків для споживача.

Директива 2005/29 виділяє умовно три можливі підходи щодо кваліфікації комерційної практики як недобросовісної, а саме: 1) комерційна практика визначена в Додатку I до Директиви 2005/29; 2) комерційна практика: а) підпадає під статті 6–9 і б) в будь-якому випадку змушує або ймовірно змусить пересічного споживача ухвалити рішення про операцію, яке за інших обставин він не ухвалив би; 3) комерційна практика: а) суперечить вимогам до професійної сумлінності та б) істотно спотворює або може істотно спотворити економічну поведінку щодо продукту пересічного споживача, до якого він потрапляє чи для якого він призначений, або пересічного члена групи, якщо комерційна практика спрямована на певну групу споживачів.

Водночас третій підхід є загальною рамкою, для кваліфікації недобросовісний комерційних практик та застосовується лише при

неможливості віднесення комерційної практики до перших двох. Крім того, застосування цієї загальної рамки є можливим, лише за одночасної наявності трьох її обов'язкових елементів.

### Список використаної літератури:

1. Тобота Ю. А. Принцип справедливості, добросовісності і розумності у цивільному праві : монографія / Ю. А. Тобота ; Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків : ХНПУ, 2020. 140 с. URL: <http://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/3750> (дата звернення: 10.12.2021).
2. Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council ('Unfair Commercial Practices Directive') (Text with EEA relevance). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32005L0029> (дата звернення: 25.01.2023).
3. Commission Notice – Guidance on the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market (Text with EEA relevance) C/2021/9320 GU C 526 del 29.12.2021, pagg. 1–129. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52021XC1229%2805%29> (Дата звернення: 30.01.2023).
4. Boom, W. H. van. (2016). Unfair Commercial Practices. In C. Twigg-Flesner (Ed.), *Research Handbooks in European Law* (pp. 388-405). Cheltenham: Edward Elgar. doi:10.4337/9781782547372.00025. URL: <https://hdl.handle.net/1887/45279> (дата звернення: 25.01.2023).
5. Collins, Hugh (2010) Harmonisation by example: European laws against unfair commercial practices. *Modern Law Review*, 73 (1). pp. 89-118. ISSN 0026-7961. URL: [http://eprints.lse.ac.uk/26925/1/\\_lse.ac.uk\\_storage\\_LIBRARY\\_Secondary\\_libfile\\_shared\\_repository\\_Content\\_Collins,%20H\\_Harmonisation%20example\\_Col-](http://eprints.lse.ac.uk/26925/1/_lse.ac.uk_storage_LIBRARY_Secondary_libfile_shared_repository_Content_Collins,%20H_Harmonisation%20example_Collins_Harmonisation%20example_2014.pdf)
6. Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the Internal Market and amending directives 84/450/EEC, 97/7/EC and 98/27/EC (the Unfair Commercial Practices Directive), COM (2003) 356 final, at § 57. URL: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2003:0356:FIN:EN:PDF> (Дата звернення: 13.02.2023).
7. Micklitz, Hans-W., *Unfair Commercial Practices and Misleading Advertising* (2009). Hans-W. Micklitz, Norbert Reich & Peter Rott, *UNDERSTANDING CONSUMER LAW*, pp. 61–117, Intersentia, 2009. URL: <https://ssrn.com/abstract=1630246> (дата звернення: 13.02.2023).
8. Collins, Hugh (2005) The unfair commercial practices directive. *European Review of Contract Law*, 1 (4). pp. 417–441. ISSN 1614-9920 doi: 10.1515/ercl.2005.1.4.417. URL: <http://eprints.lse.ac.uk/id/eprint/23465> (дата звернення: 02.02.2023).
9. R. De Very (2006), *Towards a European unfair competition law: A clash between legal families: a comparative study of English, German and Dutch law in light of existing European and International legal instruments*, Brill. URL: <https://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/19327/1/515.pdf> (дата звернення: 01.02.2023).
10. Howells, G., Twigg-Flesner, C., & Wilhelmsson, T. (2017). *Rethinking EU Consumer Law* (1st ed.). Routledge. URL: <https://doi.org/10.4324/9781315164830> (дата звернення: 02.02.2023).
11. Trzaskowski, J. (2016). Lawful Distortion of Consumers' Economic Behaviour: Collateral Damage Under the Unfair Commercial Practices Directive. *European Business Law Review*, 27(1), 25-49. URL: [https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/46855307/jan\\_trzaskowski\\_lawful\\_distortion\\_of\\_consumers\\_economic\\_behaviour\\_postprint.pdf](https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/46855307/jan_trzaskowski_lawful_distortion_of_consumers_economic_behaviour_postprint.pdf) (дата звернення: 02.02.2023).
12. Duivenvoorde, B. B. (2014). The consumer benchmarks in the Unfair Commercial Practices Directive. Universiteit van Amsterdam. URL: <https://hdl.handle.net/11245/1.418228> (дата звернення: 28.03.2023).

**Pozhodzhuk R. V. Characteristics of unfair commercial practices in the context of consumer rights protection**

*The article analyzes the provisions of Directive 2005/29/EC (Unfair Commercial Practices Directive). The author aims to investigate the legal nature of the general framework of unfair commercial practices and highlight the mechanism of consumer rights protection in the context of such practices.*

*In particular, three possible approaches to the qualification of commercial practice as unfair are indicated. However, the author paid primary attention to the general approach regarding the qualification of commercial practice as unfair, which is contained in Article 5 of the studied Directive. At the same time, the article substantiates that unfair commercial practice, in the context of paragraph 2 of Article 5 of the mentioned Directive, must be formed in a combination of three elements in order to justify unfairness.*

*It is further noted that the provisions of said Article 5 are dynamic in nature, apply to a wide range of practices, and are flexible enough to cover goods, works, and services as well as sales methods that develop and evolve. In fact, the mentioned Directive emphasizes the non-exhaustive nature of actions/omissions that can be qualified as unfair commercial practices. At the same time, the author draws attention to the fact that unfair commercial practices that do not (cannot) harm the economic interests of the average consumer are not considered a violation of consumer rights. This statement is logical, in particular, because the main subject of these relations is the average consumer, who must be protected from negative influences that may harm his economic interests.*

*In a conclusion, the author indicates three approaches to the protection of consumer rights in the context of the studied Directive, focusing on the general approach of protection defined in Article 5.*

**Key words:** *unfair commercial practices, consumer rights protection, good faith, consumer relations, economic interests of the consumer.*