Санкт-Петербургский государственный университет

***Кисляк Захар Сергеевич***

**Выпускная квалификационная работа**

**Юридическая ответственность операторов цифровых платформ за трансграничное нарушение прав потребителей**

Уровень образования: магистратура

Направление 40.04.01 Юриспруденция

Основная образовательная программа BM.5814.2018 «Международное публичное право»

Научный руководитель: доцент кафедры международного права, кандидат юридических наук

Карандашов Иннокентий Игоревич

Рецензент: Белоус Ольга Евгеньевна, помощник судьи, Девятый кассационный суд общей юрисдикции

Санкт-Петербург

2021 год

Оглавление

Введение3

Глава 1. Цифровые платформы и их операторы: понятие, виды и правовой статус10

§1 Понятие и виды цифровых платформ10

§2 Понятие и виды операторов цифровых платформ14

§3 Правовой статус оператора цифровой платформы16

Глава 2. Правовое регулирование деятельности операторов цифровых платформ и их отношений с потребителями 21

§1 Правовое регулирование деятельности операторов цифровых платформ в национальных правовых системах21

§2 Правовое регулирование деятельности операторов цифровых платформ в региональных и субрегиональных интеграционных объединениях32

§ 3 Нормы права, применимые к отношениям между потребителями и операторами цифровых платформ39

 Глава 3. Механизмы защиты прав потребителей в трансграничных спорах с операторами цифровых платформ43

§1 Определение юрисдикции по спорам между потребителем и оператором цифровой платформы43

§2 Юрисдикционные соглашения между потребителем и оператором цифровой платформы и их оспаривание в российских судах55

§3 Онлайн-разрешение споров между потребителем и оператором цифровой платформы60

Заключение65

Список использованных источников67

**Введение**

Одним из самых обсуждаемых изменений двадцать первого века, безусловно, является «Четвертая промышленная революция»[[1]](#footnote-1). Научные дискусси относительно существования такого явления, как «Четвертая промышленная революция» практически сошли на нет, так как переход на полностью автоматизированное цифровое производство уже не кажется чем-то фантастическим[[2]](#footnote-2). Четвертая промышленная революция породила новые бизнес и коммуникационные цифровые структуры платформенного типа[[3]](#footnote-3).

 Одной из таких структур цифровой экономики являются цифровые платформы *(далее - ЦП)*. ЦП позволяют эффективно решать задачи в разных предметных областях, быть полезными как для представителей власти, бизнеса, гражданского общества, так и для научно-образовательного сообщества[[4]](#footnote-4). ЦП производят сейчас переворот в сфере торговли, появившись на рынке совсем недавно. Появление нового типа взаимодействия между людьми повлияло на перемещение всех форм коммуникаций, обмена информацией в рамки ЦП.

ЦП используются во многих сферах бизнеса, государственного управления, для коммуникации между людьми. В настоящей работе речь пойдет об интернет - площадках, предоставляющих свои услуги потребителям со всего мира.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что современная экономика и социум трансформируются благодаря появлению и развитию цифровых платформ. Одной из ключевых проблем для юридической науки выступает создание правового базиса, регулирующего эту часть правоотношений, так называемое «платформенное право». Стоит отметить, что в электронным способом совершается довольно много трансграничных сделок между потребителями и компаниями, представленными с помощью цифровых платформ. Потребительские споры разрешаются с помощью онлайн процедур урегулирования споров, национальными судами. По моему мнению, именно механизмы международного частного права оказывается наиболее востребованным при регулировании соответствующих отношений.

Большинство самых крупных ЦП, действующих в сфере торговли, зарегистрированы сегодня в США и Китае[[5]](#footnote-5). Не редки случаи, когда при нарушении прав потребителей возникают вопросы о применимом праве, юридической ответственности и т.д.

При этом вопрос о юридической ответственности операторов ЦП лишь в последнее время стал нормативно закрепленным в национальных правовых системах. Развитием потребительского рынка с помощью ЦП активно занимаются и интеграционные объединения, вырабатывая на своём уровне определенную политику для пользователей-потребителей.

Типичная модель потребительских отношений, когда слабой стороной является потребитель, нашла свое отражение в сделках с участием ЦП. Это создает определенные преимущества для профессионального субъекта сделки.

Цифровые платформы создают определенные наборы правил, которые принимает или не принимает пользователь. Органами принуждения же могут выступать онлайн - системные администраторы, обладающие правом на применение механизма «изгнания»из цифровой платформы. При этом нормотворцами в этой среде выступают сами онлайн - образования, которым пользователи фактически делегируют задачу разработки правил, упорядочивающих онлайн - коммуникацию. Управление цифровыми платформами является, наряду с трансграничными сделками, той областью, в которой преобладает частное нормотворчество[[6]](#footnote-6).

Лицом, организующим деятельность ЦП, является оператор цифровой платформы, в его функции входит: координация деятельности ЦП, определение политики цифровой платформы в отношениях с её пользователями и т.д. Нередки случаи, когда права потребителя, при его взаимодействии с ЦП оказываются нарушенными. В подобном случае потребителю требуется обратиться к пользовательскому соглашению, электронное «подписание» которого является обязательным условием для заключения сделки.

Так как ключевыми провайдерами интернет - коммуникации выступают цифровые платформы, создающие свои наборы правил пользования и поведения на платформах, а также администрирующие споры, в литературе формулируется концепт права мировых торговых площадок, или «платформенного права»[[7]](#footnote-7), подвидами которого становятся eBay-law[[8]](#footnote-8), Walmart law и так далее.

Данная работа посвящена изучению возможности и пределов юридической ответственности операторов ЦП. С одной стороны, в ситуации, когда потребитель приобретает товар или услугу в рамках ЦП, оператор является посредником между исполнителем и конечным пользователем. С другой - в определенных ситуациях оператора ЦП несёт ответственность за жизнь и здоровье потребителей и не может быть освобождён от ответственности. Национальное право государств по-разному подходит к регулированию этого вопроса. Заключая онлайн - контракт потребитель вынужден присоединяться к условиям пользовательского соглашения, которое зачастую ставит его в положение слабой стороны.

 Целью работы является исследование особенностей и проблем, связанных с привлечением операторов цифровых платформы к юридической ответственности, вследствие нарушения прав потребителей. Центральный вопрос данного исследования, для меня следующий: допускается ли установление юридической ответственности операторов ЦП, учитывая их «посреднеческий» характер деятельности? Помимо прочего, целью исследования является выявление эффективных механизмов защиты прав потребителей в ходе заключения трансграничных сделок на цифровых платформах. Необходимо обратить особое внимание на внутренне нормативную базу ЦП, с помощью которой устанавливается применимое право и место разрешения споров.

В качестве объекта исследования в данной работе выступают отношения, возникающие между оператором ЦП и конечным пользователем, в процессе заключения трансграничных сделок. Здесь же стоит отметить и двойственную природу цифровых платформ. Так, ЦП может выступать в качестве программного обеспечения или брать на себя роль исполнителя услуги (например, компании - агрегаторы).

Предмет исследования включает в себя нормы права, регулирующие ответственность операторов ЦП за нарушение прав потребителей. При этом необходимо исследовать не только национальное законодательство государств, но право интеграционных объединений.

В качестве основных задач настоящего исследования можно выделить следующие:

-выявление моделей взаимодействия между оператором ЦП и потребителем;

-характеристика оператора ЦП как субъекта, организующего деятельность цифровой платформы и её работников;

-изучение моделей правового регулирования ЦП: теоретически - правовой анализ;

-выявление норм права, регулирующих привлечение операторов ЦП к юридической ответственности, в рамках государств и интеграционных объединений;

-характеристика пользовательских соглашений, содержащих оговори о применимом праве и месте разрешения споров;

-описание и выявление существующих и возможных механизмов защиты прав потребителей при заключении ими трансграничных сделок.

Методологическую основу исследования составляют как общенаучные, так и частнонаучные методы исследования, в том числе логический, системно-структурный, метод анализа, историко-правовой, сравнительно-правовой, метод толкования права, а также иные.

Эмпирическую базу настоящего исследования составляет законодательство различных государств, право интеграционных объединения, судебные решения, как национальных, так и международных судебных органов, а также учебная и научная литература. Кроме того, особенностью настоящего исследования является широкое изучение внутренней нормативно-правовой базы ЦП.

Теоретическая значимость настоящего исследования заключается в том, что сформулированные выводы и предложения могут быть полезными в рамках дальнейшего исследования цифровых платформ. Выводы и умозаключения, изложенные в данной работе могут быть использованы при характеристике механизмов защиты прав потребителей в отношениях с цифровыми платформами.

Данная тема исследовалась такими учеными, как: Мажорина М.В., Алексеева Е.В., Канашевским В.А., Резником Р.С, Сергеевой О.В., Муратовой О.В., Ивановым А.А. и другими.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования сформулированных выводов, рекомендаций, а также систематизированной информации при разработке пользовательских соглашений, разрешении трансграничных споров с участием потребителей и цифровых платформ, создании внутренних онлайн - механизмов разрешения споров.

 Наиболее существенные выводы, сделанные по результатам исследования, отражены в следующих положениях, выносимых на защиту:

1. Вопрос ответственности операторов цифровых платформ перед потребителями в каждом случае может решаться по-разному и зависит это, в - первую, очередь от того, каким правоотношением связан потребитель и оператор цифровой платформы. Возможные договорные связи напрямую зависят от законодательства страны, где зарегистрирована цифровая платформа. Чаще всего, выбор типа правоотношений остается за оператором цифровой платформы. Разнообразие правовых взаимоотношений, которые мы видим на практики, по моему мнению, является не чем иным, как попытка минимизировать налоговые риски.

2. Отсутствие государственного регулирования цифровых платформ создало благоприятные условия для формирования внутреннего законодательства цифровых платформ.

3. Оператор цифровой платформы является полноценной стороной сделки и может выступать в качестве субъекта ответственности перед потребителем. Проведенное мною исследование доказывает, что оператора далеко не всегда выполняет роль посредника при заключении, его роль не только в предоставлении программного обеспечения.

3.Право интеграционных объединений, регулирующее ответственность операторов цифровых платформ, на сегодняшний день самое прогрессивное.

4. Наиболее объективным будет являться применение права, которое обеспечило бы потребителю наиболее высокий уровень защиты, как потенциально слабой стороне правоотношения.

5. Применение норм права государства, где проживает потребитель зависит от того направлена ли деятельность оператора на страну его проживания.

6. Развитие lex elctronica способствовало появлению онлайн - арбитражей, иначе говоря, ODR-процедур. Процедура онлайн - разрешения споров имеет ряд преимуществ перед классическим судебным механизмом, избавляя потребителей от множества вещей, которые сейчас только препятствуют защите их прав.

**Глава 1. Цифровые платформы и их операторы: понятие, виды и правовой статус**

**§1. Понятие и виды цифровых платформ**

В силу новизны исследуемого объекта, цифровым платформам нельзя дать какое-то однозначное определение. Дифференциация платформ на их виды имеет значение для потребителей, в процессе реализации трансграничных сделок.

По причине широкого распространения интернета и мобильных устройств, развития высоких технологий, ЦП находят практическое применение во многих сферах общественной жизни.

ЦП порождают и определенные правовые явления, которые свойственны исключительно им. Можно смело утверждать, что киберпространство стало частью нашей повседневной жизни, ЦП помогают людям в реализации их прав. Это ставит перед учеными вопрос о формировании платформенного мышления[[9]](#footnote-9). Развитие ЦП напрямую зависит от развития интернета, если ранее ЦП ограничивались поисковыми платформами (Google), платформами для коммуникации (Skype, WhatsApp), то сейчас ЦП используются даже для целей осуществления внутренней политики государства.

ЦП имеют ряд колоссальных преимуществ перед предприятиями, осуществляющими конвейерное производство[[10]](#footnote-10). Это связано со снижением транзакционных и иных издержек для их пользователей. Вместе с тем, не стоит забывать про определенные риски, связанные с использованием ЦП (проблема защиты персональных данных, злоупотребление правом со стороны производителей и т.д.).

Природу цифровых платформ можно раскрыть через такие термины, как: экономика по требованию[[11]](#footnote-11), экономика приложений, всеобщая «уберизация» (the Uberizatiоn оf everything)[[12]](#footnote-12).

Термин экономика по требованию, подразумевают под собой современную бизнес - модель, в которой товары и услуги предоставляются на основе доступа, а не права собственности[[13]](#footnote-13).

Поскольку ключевыми субъектами данных отношений являются интернет - платформы, создающие свои правила пользования и поведения, в литературе формируется концепция «платформенного права» (the Law of platform)[[14]](#footnote-14). Ставшие популярными не столь давно, ЦП требуют урегулирования многих спорных вопросов. Однако, сама категория ЦП настолько нова, что устойчивое понятие ЦП в науке окончательно не сформировалось.

В самом упрощенном виде, ЦП - это совокупность онлайновых цифровых механизмов, алгоритмы которой обслуживают организацию и структуру экономической и социальной деятельности[[15]](#footnote-15). Существуют и другие определения цифровых платформ для целей различного правого регулирования[[16]](#footnote-16).

 ЦП представляет собой полностью виртуальную конструкцию, объективные признаки цифровых платформ не имеют явного физического воплощения. Европейская комиссия дает определение ЦП, опираясь на их функциональное назначение, как «поисковые системы, социальные сети, платформы для электронной коммерции, магазины покупки приложений, сайты сравнения цен»[[17]](#footnote-17). По моему мнению, для изучения ЦП и составления политики их использования, наиболее удобным будет использовать широкое определение, включающее ряд характерных признаков[[18]](#footnote-18).

Единым для всех ЦП является создание основы для предоставления или агрегирования услуг и контента от поставщиков услуг к конечным пользователям.

ЦП активно используются и на потребительских рынках, таких как: реализация приобретения товаров и услуг, бронирование отелей, услуги такси, аренда недвижимости, а также во многих других отраслях.

Вопрос создания специального правового регулирования для киберпространства в науке является неоднозначным. Так, например, Фрэнк Г. Истербрук, считает, что необходимо позволить участникам развивающегося киберпространства самостоятельно принимать решения и формировать соответствующую практику[[19]](#footnote-19). Действительно, с развитием киберправа формируются и новые подходы к правовому регулированию уже привычных вещей.

Основным критерием для классификации всех ЦП является их функциональное назначение:

-Поисковые ЦП (например, Google, Яндекс).

-Коммуникационные платформы (Facebook, Twitter, Instagram).

-ЦП для покупки приложений (Apple Store, Google play).

-Медиа - платформы (Deezer, Amediateka).

-Краудсорсинговые ЦП (платформы совместного использования) (Uber, BlablaCar, AirBnB).

-Государственные ЦП (Портал государственных услуг РФ, Умный город).

-Инфраструктурные ЦП (агрегирование других ЦП).

-Торговые ЦП (Amazon, EBay, Etsy) и т.д.

Для подробного раскрытия термина «оператор цифровой платформы», необходимо продолжить описание видов ЦП, остановившись на анализе их структуры. Помимо классификации ЦП по отраслевому критерию нужно обратить внимание и на разграничение ЦП по типу бизнес - модели, которая лежит в основе их деятельности.

*Таблица 1*[[20]](#footnote-20)

|  |  |
| --- | --- |
| **Модель ЦП** | **Содержание бизнес - модели** |
| **Децентрализованная**(AirBnB и др.) | Владелец (поставщик) актива устанавливает условия и предлагает актив непосредственно пользователю. ЦП сводит между собой потребителей и производителей, облегчая заключение договора и взимая при этом свою комиссию.  |
| **Централизованная**(Zipcar, Rent the Runway и др.) | Оператор ЦП сам владеет активом и устанавливает цены. Платформа имеет больший контроль над продукцией, чем децентрализованная платформа.  |
| **Гибридная**(Uber, Lyft и др.) | Владельцы активов предлагают услугу с ценой и стандартами, установленными ЦП. Владение и риск децентрализованы, а стандартизация и уровень обслуживания централизованы.  |

ЦП предоставляют возможность потенциальным покупателям и продавцам заключить договор. В отличие от обычных сайтов, собирающих справочную информацию, ЦП позволяют покупателю оплатить товар или услугу без перехода на сайт производителя.

Более подробного изучения заслуживают два типа ЦП, которые действуют по типу децентрализованной и гибридной бизнес - модели. Общим для компаний, действующих по этим моделям, является то, что они выступают в роли информационных «посредников». В качестве признака отличающего такие ЦП от простых информационных посредников стоит отметить возможность подобного рода компаний принимать оплату от потребителей без перехода на сайт производителя.

Цифровые платформы представляют собой совершенно новое явление, еще не имеющее нормативного определения. Тем не менее, их можно классифицировать по таким критериям, как функциональное назначение или бизнес - модель по которой они осуществляют свою деятельность.

Приведенные критерии имеют практическое значение, так как от их установления исполнение договора, ответственность сторон и многое другое.

**§2. Понятие оператора цифровой платформы**

Под «оператором ЦП» следует понимать компанию, обслуживающую ту или иную ЦП.

Каждая торговая ЦП создана юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем, занимающимися обслуживанием конкретного интернет - ресурса. Данное исследование будет посвящено тем ЦП, чья деятельность носит трансграничный характер.

Одним из первых отечественных авторов, давших определение ЦП, был А.А. Иванов под бизнес - агрегатором он понимает «коммерческую организацию создающую инфраструктуру, которая позволяет производителям и потребителям заключать договоры разного типа друг с другом посредством мобильных устройств и приложений для сети Интернет оформляющих все этапы договорного процесса - от первоначального волеизъявления одной из сторон до исполнения уже заключенного договора»[[21]](#footnote-21). Это определение в достаточной степени отражает процесс взаимодействия ЦП и её пользователей.

Прорывом в законодательстве о защите прав потребителей можно считать вступление в силу Федерального закона **«**О внесений изменений в Закон Российской Федерации **«**О защите прав потребителей**».** Данный закон ввел на потребительский рынок новую категорию участников: компании - агрегаторы. Закон устанавливает ответственность «владельцев агрегатов информации о товарах и услугах» за недостоверную информацию об услуге, товаре или продавце. С компаний - агрегаторов можно требовать возврата денежных средств, компенсации убытков. Но самое главное, что законодательно определено понятие «владельца агрегатора».

Владелец агрегатора - это организация либо индивидуальный предприниматель, являющиеся владельцами сайта или программы, которые предоставляют потребителю в отношении определенного товара возможность одновременно ознакомиться с предложением продавца о заключении договора купли-продажи товара, заключить такой договор, а также произвести предварительную оплату путем перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов[[22]](#footnote-22). Задача таких компаний - предоставление информации для потребителя, они выступают посредниками между продавцом и клиентом.

Но не только российский законодатель обращает внимание на столь новое явление, как ЦП В 2016 году европейскими учеными был опубликован Проект обсуждения Директивы об онлайн - посреднических платформах, данный проект был посвящен случаям, когда договоры на поставку товаров, услуг или цифровой контент заключаются между поставщиком и клиентом с помощью онлайн - посредника-платформы. В соответствии со ст. 2 Проекта Директивы онлайн-посредническая платформа представляет собой информационную услугу, которая доступна через Интернет или аналогичные цифровые средства, позволяющие клиентам заключать договоры с поставщиками товаров, услуг или цифрового контента. Под это определение не подпадают те платформы, которые только идентифицируют и направляют клиентов к этим поставщикам, предоставляя их сайты или контактные данные, то есть речь идет о сайтах, предоставляющих справочную информацию.

Под оператором платформы понимается трейдер, промежуточная платформа. Трейдером в соответствии с Проектом Директивы является любое физическое или юридическое лицо, независимо от принадлежности к частной или государственной собственности, действующее в целях, касающихся его торговли, бизнеса, ремесел или профессии в отношении договоров, охватываемых настоящей Директивой[[23]](#footnote-23).

Термин «оператор» стал российским аналогом европейского термина «трейдер» и используется применительно к тем же правоотношениям.

**§3. Правовой статус оператора цифровой платформы**

От гражданско-правовой модели взаимодействия оператора цифровой платформы и потребителя зависит исполнение договора, ответственность сторон.

Как уже было отмечено бизнес - модель по которой действует та или иная ЦП создает и соответствующие правовые связи между потребителями, производителями и оператором. Такой «треугольный» характер связей является признаком свойственным отношениям с участием ЦП.

Вместе с выявлением правовых связей представляется возможным определить и статус каждого из участников правоотношений, в том числе и оператора ЦП. При использовании того или иного цифрового ресурса каждый пользователь заключает своего рода договор с компанией - агрегатором. В практической деятельности такого рода договоры называются «пользовательскими соглашениями» или «лицензионными договорами». Правовой основой для таких соглашении является та или иная гражданско-правовая конструкция.

А.А. Иванов в своей статьей исследуя компании - агрегаторы выделяет следующие модели договорных отношений потребителя с ЦП: 1) модель представительства; 2) модель комиссии; 3) модель передачи товаров; 4) смешанная модель; 5) модель sui generis[[24]](#footnote-24).

Содержание заключаемого гражданско-правового договора и определяет статус, в котором будет действовать оператор ЦП. Рассмотрим каждую из указанных моделей, указав особенности статуса оператора ЦП в каждом случае.

Во-первых, модель представительства. Согласно модели представительства, используется договор поручения или агентский договор по модели поручения. Ярким примером ЦП, действующей по этой схеме, является «Uber-такси». В п.2 Пользовательского соглашения сказано, что компания Uber не функционирует как транспортная компания, а перевозки осуществляются сторонними подрядчиками, которые не являются работниками Uber[[25]](#footnote-25). Данная схема заключения договора освобождает агрегатора от ответственности[[26]](#footnote-26) по исполнению договора, поскольку стороны заключают договор от собственного имени, а ЦП лишь связующее звено.

Во-вторых[[27]](#footnote-27), модель комиссии, по мнению А. А. Иванова, согласно ей обе стороны (производитель и потребитель) заключают договор комиссии с агрегатором, однако при участии потребителя как контрагента двойная комиссия невозможна, поскольку в данном случае она не является коммерческой, то есть агрегатор не является лицом, постоянно и самостоятельно представляющим от имени предпринимателей при заключении ими договоров в сфере предпринимательской деятельности, так как потребитель является физическим лицом, чья деятельность не связана с предпринимательской деятельностью.

В-третьих[[28]](#footnote-28), модель передачи товаров, выполнения работ, оказания услуг. По мнению А.А. Иванова, эта модель подразумевает заключение различных договоров, когда каждая сторона, кроме потребителя выполняет свою собственную функцию не являющуюся посреднической. В качестве примера автор называет: услугу бизнес - агрегатора, состоящая в подборе нужного производителя, регламентации его деятельности и контроле за качеством.

Далее необходимо перейти к наиболее распространенному типу взаимодействия между потребителем и ЦП - смешанной модели взаимодействия.

Смешанная модель[[29]](#footnote-29) возможна в следующих комбинациях:

1) производитель (потребитель) заключает договор поручения с бизнес - агрегатором, а последний заключает основной договор с потребителем (производителем) от имени производителя (потребителя). Как видно из этой схемы ЦП освобождается от контроля за качеством исполнения основного договора. При этом бизнес-агрегатор имеет договор с потребителем (производителем), обеспечивающий допуск последнего к сетевой инфраструктуре заключения договоров.

2) Бизнес - агрегатор обязуется по поручению производителя (потребителя) вступить в договорные отношения с потребителем (производителем), заключив с ним основной договор. В таком случае, ЦП начинает нести ответственность за исполнение основного договора. На сегодняшний день данный тип взаимодействия наиболее популярен у ЦП. Он позволяет производить расчеты между потребителем и производителем. ЦП при этом взимает определенную комиссию за свое посредничество.

3) Производитель заключает основной договор с бизнес - агрегатором, а последний заключает аналогичный договор с потребителем, возлагая исполнение на третье лицо - производителя. Хорошо видно, что в таком случае, ЦП полностью контролирует исполнение основного договора, а значит и несёт ответственность по нему. Платежи по основному договору также проходят через ЦП.

В качестве последней, А. А. Иванов выделяет модель sui generis[[30]](#footnote-30), которая существует как идея, в соответствии с которой должна быть отражена ее специфика, которая выражается в особом порядке согласования волеизъявлений в рамках сетевой инфраструктуры и которую нельзя раскрыть с точки зрения имеющихся договорных моделей.

Я полагаю, что А.А. Ивановым не была отмечена еще одна модель взаимодействия, получившая в последнее время большое распространение, это модель - коммерческой концессии[[31]](#footnote-31).

Оператор, как правообладатель ЦП заключает договор коммерческой концессии с пользователем и согласно ст. 1027 Гражданского Кодекса РФ *(далее - ГК РФ)* обязуется предоставить ему за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау). Далее пользователь, заключивший договор коммерческой концессии с правообладателем, заключает агентский договор[[32]](#footnote-32) с производителем, в соответствии с которым действует от имени производителя.

В конечном итоге, для оказания услуг, агент заключает договор с потребителем (например, водитель такси заключает договор с пассажиром). Поскольку все перечисленные субъекты осуществляют свою деятельность в рамках ЦП, они обязаны заключать с пользовательское соглашение (лицензионный договор) о целевом использовании платформы.

Вопрос ответственности операторов ЦП перед потребителями в каждом случае может решаться по-разному и зависит это, в - первую, очередь от того, каким правоотношением связан потребитель и оператор ЦП. Возможные договорные связи напрямую зависят от законодательства страны, где зарегистрирована ЦП. Чаще всего, выбор типа правоотношений остается за оператором ЦП. Разнообразие правовых взаимоотношений, которые мы видим на практики, по моему мнению, является не чем иным, как попытка минимизировать налоговые риски. Так, например, компания Uber вынуждена осуществлять свою деятельность в России через договор коммерческой концессии для того, чтобы выплачивать меньше налогов в бюджет Российской Федерации.

**Глава 2. Правовое регулирование деятельности операторов цифровых платформ и их отношений с потребителями.**

 **§1. Правовое регулирование деятельности цифровых платформ в национальных правовых системах.**

 Повсеместное внедрение цифровых платформ в экономическую деятельность государств, обуславливает и создание соответствующего правового базиса для обеспечения их деятельности. В рамках настоящей работы будут проанализированы только ЦП, осуществляющие свою деятельность на потребительском рынке.

 На сегодняшний день сложилась ситуация, при которой ЦП осуществляют свою деятельность в некотором вакууме, а большинство созданных норм были выработаны в ходе их саморегулирования. Директива Еврокомиссии *(далее - Директива)* определила, что определение ЦП должно вытекать из её отраслевой принадлежностью[[33]](#footnote-33).

. В рамках настоящей работы будут исследоваться те ЦП участниками, которых являются граждане-потребители. Потребителями такие лица будут являться в том случае, если они вступают в отношения с юридическими лицами или индивидуальными предпринимателями. Юридические лица или индивидуальные предприниматели могут быть производителями товара, а могут являться посредниками между пользователями ЦП. Наибольший интерес для моего исследования представляют именно те правоотношения, где участвует потребитель, ЦП и лицо производящее товар, либо оказывающее услугу.

Основной целью ЦП является агрегация информации. В отношении подобного рода платформ законодатели многих стран используют понятие - компании - агрегаторы.

Стоит отметить, что поскольку данная работа посвящена нарушению прав потребителей, то и субъекты исследуемых отношений будут соответствующими. Как известно, потребителем может быть только физическое лицо, а нормы законодательства о защите прав потребителей буду действовать только в том случае, если контрагентами физических лиц будут юридические лица или индивидуальные предприниматели.

Но несколько иным образом это регулируется в Директиве Европейского Союза, которая регулирует вопросы ответственности информационных посредников[[34]](#footnote-34).

По мнению авторов Директивы, пользователем, то есть, потребителем может быть не только физическое, но и юридическое лицо. Концепция Директивы Европейского Союза заключается в том, что граница между потребителями и предпринимателями, как пользователей продукции, предоставляемой на сайтах, платформах агрегаторов, в цифровом мире все больше стирается, поэтому платформа должна быть доступна, и открыта всем пользователям одинаково, независимо от статуса. Это означает, что правила о потребительских гарантиях также будут распространяться на всех пользователей без исключения.
 Такая позиция имеет право на существование, тем более, что и в российской практике понимание термина "потребитель" претерпевает некоторые изменения. Например, в ряде нормативно-правовых актов указывается, что как физические, так и юридические лица могут выступать в качестве потребителей. Сферами законодательства, где применяется такой широкий подход в отношении термина «потребитель» являются: газоснабжение[[35]](#footnote-35), электроэнергетика[[36]](#footnote-36), защита конкуренции[[37]](#footnote-37) и т.д.

На мой взгляд, это обоснованно лишь отчасти и не учитывает того, что потребитель-это, прежде всего слабая сторона в правоотношении. В свою очередь предприниматель - это профессиональный участник рынка, который не может пользоваться всеми правами потребителя. Именно узкого подхода в отношении потребителей придерживается и Организация Объединенных Нации *(далее - ООН)*.

В п.3 Руководящих принципов ООН указано, что потребитель в широком смысле означает физическое лицо, независимо от его гражданства действующее в первую очередь для личных, семейных или домашних нужд[[38]](#footnote-38). По мнению составителей Руководящих принципов ООН, должно презюмироваться, что потребители зачастую находятся в неравном положении с точки зрения материального достатка, уровня образования и переговорных возможностей.

При проведении данного исследования под потребителем будет пониматься физическое лицо, желающие приобрести товар или услугу для личных, семейных или домашних нужд.

 В Директиве Еврокомиссии был поставлен ряд лаконичных, но важных вопросов по дальнейшему развитию ЦП. Во-первых, каким образом будет происходить правовое регулирование ЦП, а во-вторых, кем оно будет осуществляться. Комиссией было предложено три варианта развития законодательства в этой сфере. Я рассмотрю варианты развития законодательства о ЦП, которые были предложены Комиссией, в том числе, проанализирую и другие возможные пути развития.

1) Правовое регулирование цифровых платформ, исходящее от государства.

 Законодательство должно формироваться сверху вниз, то есть после того, как законодательными органами государств будет оценен вклад ЦП в экономическую деятельность страны, они получат должное правовое регулирование. Именно таким путем сейчас регулируются цифровые права граждан в Российской Федерации. В ст.141.1. ГК РФ, впервые были закреплены цифровые права граждан[[39]](#footnote-39). Например, в Великобритании действует национальный закон, регулирующий деятельность ЦП различного типа[[40]](#footnote-40).

 Таким же способом действует правительство Королевства Нидерландов, поэтапно разрабатывая законопроекты о регулировании цифровой экономики и в том числе ЦП[[41]](#footnote-41). На мой взгляд, подобная нисходящая законодательная деятельность поможет внести единообразие в регулирование цифровой экономики. Неопределенность, действующего законодательства затрудняет доступ к рынкам и ограничивает инвестиционные возможности платформ[[42]](#footnote-42).

 2) Цифровые платформы как саморегулируемые организации**.**

Исходя из самой природы ЦП, можно сделать вывод, что в некоторой своей части они являются саморегулируемыми организациями, и вот почему: на каждой ЦП в обязательно должны быть определенные документы, позволяющие вести им свою деятельность. В зависимости от типа ЦП перечень таких документов может различаться, но, как правило, это: Пользовательское соглашение, Политика конфиденциальности, Политика возврата. Более подробно об этих документах будет рассказано позднее, пока же ограничимся тем, что на их основе ЦП устанавливает сферу своей деятельности, объем ответственности перед пользователями и многое другое. Обычно платформы утверждают, что на них не должно распространяться постороннее вмешательство со стороны пользователей и государственных органов.

 Саморегулирование может быть установлено со стороны государства, международных организаций или крупных ЦП[[43]](#footnote-43), которое определяют вектор развития «платформенной экономики». Здесь нужно оговориться, что на рынке ЦП установлена монополизация нескольких крупных гигантов, которые определяют политику развития ЦП по всему миру. Саморегулирование далеко не новое явление, поскольку им руководствуются во многих сложных областях таких, как: финансы, энергетика и другие.

 Ярким примером саморегуляции выступает американская компания EBay. Деятельность компании EBay основана на принятых в рамках компании политиках, которые появляются в сообществе EBay и фактически имеют транснациональную природу[[44]](#footnote-44). Рассмотрение возможности использования политики EBay возникает, когда речь заходит о выборе применимого права. Автономность системы e-Bay может быть артикулирована в случае, когда один и тот же потребительский спор решается в национальном суде или с использованием механизмов разрешения споров e-Bay: в первом случае применимы императивные нормы законодательства о защите прав потребителей, во втором — политики e-Bay[[45]](#footnote-45).

 В иностранной литературе можно встретить обоснование концепта «право eBay» (Law оf eBay, или eBay law)[[46]](#footnote-46), который фактически артикулирует спор среди экспертов киберправа (cyberlaw) относительно того, нужна ли / возможна ли автономная правовая юрисдикция киберпространства или законы отдельных государств могут быть приспособлены для обеспечения регулирования глобальной информационной инфраструктуры.

 Рассматривая ЦП более подробно, мы можем увидеть, что саморегулирование в полной мере используется операторами ЦП. Операторы ЦП самостоятельно определяют условия предоставления своих услуг, позиционируют себя в том или ином статусе. На сайте компании Uber в пользовательском соглашении сказано: «компания Uber не обеспечивает осуществление перевозок или логистических услуг и не функционирует как транспортная компания, и что такие перевозки или логистические услуги предоставляются сторонними подрядчиками, которые не являются сотрудниками компании Uber»[[47]](#footnote-47).

 Конечно, саморегуляция ЦП может ограничиваться в судебном[[48]](#footnote-48) и законодательном порядке[[49]](#footnote-49). Процесс саморегулирования помогает разным ЦП действовать независимо друг от друга, но в тоже самое время позволяет устанавливать единые экономические стандарты ведения деятельности[[50]](#footnote-50).

 Несомненным плюсом саморегуляции является так называемая «информационная асимметрия», то есть ЦП легче составлять «Пользовательское соглашение» в ситуации, когда информация о функционировании этой платформы находится в исключительном ведении оператора ЦП.

 С другой стороны, издание ЦП собственных норм и правил не избавляет их от необходимости следовать национальному праву того государства, где они функционируют. На многих ЦП можно выбрать «Пользовательское соглашение» в зависимости от того, в какой юрисдикции находится пользователь. Примером того, как ЦП подстраивается под государственное регулирование является цифровая платформа глобального фрилансинга - Upwork[[51]](#footnote-51). Платформа установила минимальный уровень заработной платы для лиц, работающих через их платформу, включив сюда все юрисдикции.

 В сфере негосударственного регулирования цифровых платформы лидируют США. Так, представителями бизнес - сообщества и провайдеров интернет-услуг были предложены следующие документы:

1) Кодекс онлайн-бизнес-практик, разработанный Бюро по улучшению деловой практики[[52]](#footnote-52). В Кодексе закреплен, в том числе принцип удовлетворенности потребителей. В документе содержится рекомендация об обращении к «неформальным» механизмам урегулирования споров: подразумеваются «третейские суды с рекомендательным решением» или «условно обязательный арбитраж».

2) Руководящие принципы альтернативных способов разрешения споров - соглашение между Всемирной организацией потребителей и организацией Глобальный диалог бизнеса по вопросам электронной торговли. В руководящих принципах содержится рекомендация избегать «обязательного арбитража» до возникновения спора, «если такое обязательство приведет к лишению потребителя права на подачу иска в суд».

3) Разработанный в рамках Американской арбитражной ассоциации Протокол должного ведения процесса с потребителем[[53]](#footnote-53), содержащий 15 принципов разрешения потребительских споров: справедливости; предоставления доступа к информации об ADR-процедурах; независимости и беспристрастности; равенства и соревновательности сторон; сохранения права на обращение в суд мелких тяжб (мировой суд); разумной стоимости ADR-процедур; согласования удобного для обеих сторон места проведения очных заседаний.

 Подводя итог, нужно отметить, что в саморегулировании ЦП есть безусловные плюсы, но если ЦП будут полностью освобождены от внешнего вмешательства со стороны государства, это может быть чревато тем, что они будут действовать с целью установления барьеров и недопущения на рынок конкурентов. По моему мнению, саморегулирование ЦП необходимо рассматривать в качестве альтернативы, но при этом чистые формы саморегулирования нежелательны.

3) Совместное регулирование деятельности цифровых платформ, с участием государств и операторов цифровой платформы.

 Базовым элементом, с которого начинается подобная регуляция, является сотрудничество и консенсус между ЦП и контролирующими органами. Такое взаимодействие означает, что органы государственной власти на всех этапах деятельности ЦП сопровождают их. Примеры такого взаимодействия можно наблюдать между ЦП в сфере предоставления жилья и соответствующими государственными органами. Так, например, Королевство Нидерландов подписало соглашение с ЦП «Айренби» (Airbnb) о взаимопомощи по контролю за целевым использованием жилья[[54]](#footnote-54).

 Подобные двусторонние заключения не редкость, они заключаются, как в целях упрощения государственного контроля, так и для защиты прав потребителей. В 2016 г. было заключено соглашение между компанией «Яндекс.Такси» и Министерством Транспорта Московской области[[55]](#footnote-55). В результате подписания этого соглашения об информационном взаимодействии, пассажиры получили гарантию, что они пользуются услугами легального перевозчика, получившего государственное разрешение.

 Такие примеры наглядно демонстрируют, что в сфере платформенного права сложно создать единое регулирование. При этом процесс взаимодействия должен быть непрерывным, поскольку цифровое право развивается и находится в процессе становления.

 Обмен данными - это еще один процесс взаимопомощи, который постоянно происходит между ЦП и контролирующими органами. В нормах сообщества Фейсбук («Facebok») установлен запрет на продажу определенных видов товаров, которые либо запрещены к продаже совсем, либо могут отчуждаться только при наличии специальной лицензии[[56]](#footnote-56).

 В качестве одного из самых ярких примеров сотрудничества ЦП и государственных органов можно называть соглашение между Миланом и сервисом по аренде жилья - Эйрбиэнби (Airbnb)[[57]](#footnote-57). Правительство Милана утверждает, что такое соглашение позволит жителям сдавать свои дома через Эйрбиэнби при условии, что Эйрбиэнби передает данные о каждой сделке государственным органам, а также соглашается на сотрудничество по другим условиям.

 Необходимость подобных соглашений, на мой взгляд, очевидна, если ЦП будут находиться исключительно в режиме саморегулирования, то неизбежно и злоупотребление со стороны ЦП. Уже сейчас во внутренних документах ЦП очень сложно найти какие-либо гарантии их финансовой ответственности перед потребителями. Существуют подобные соглашения и между ЦП и международными организациями, например, между Международным олимпийским комитетом и Эйрбиэнби [[58]](#footnote-58). Данное соглашение создает новый стандарт помещения, от которого выиграет государство, принимающее Олимпийские игры, болельщики, спортсмены и т.д.

 Возвращаясь к защите прав потребителей, нужно заметить, что совместное регулирование положительным образом влияет на защиту их прав. Зачастую контролирующие органы действуют именно в интересах потребителей, как слабой стороны.

4) Регулирование деятельности цифровых платформ на международном уровне.

 Деятельность ЦП уже давно вышла за пределы какого-то одного государства. Благодаря развитию интернета и транспортной логистики многих стран, мы сегодня можем получить услугу или заказать товар практически из любой другой страны. В соответствии со многими мировыми исследованиями, самые популярные интернет площадки зарегистрированы в одних и тех же юрисдикциях[[59]](#footnote-59). При изучении место регистрации ЦП, мною была выявлена закономерность, согласно которой многие ЦП выбирают себе юрисдикцию исходя из их отраслевой направленности ресурса. Так, например, основным местом нахождения торговых интернет - площадок является Китай и США; крупнейшие магазины мобильных приложений выбирают в качестве своего европейского представительства Ирландию, такие как: Airbnb, Google, Apple т.д.

 В каждом случае, выбор той или иной юрисдикции обосновывается налоговыми льготами, упрощением ведения бизнеса. На сегодняшний день в мире насчитывается несколько государств, чьи национальные законы дают определенные преимущества при ведении бизнеса с помощью ЦП. Так, например, в Литве и Беларуси установлены специальные налоговые режимы для компании, разрабатывающих программное обеспечение[[60]](#footnote-60). Кроме того, учитываются такие факторы, как: специальный режим для начинающих компаний, социальные взносы за работников и т.д.

 Крупные цифровые платформы создают пространство для заключения, изменения, прекращения трансграничных контрактов. Сделки потребителей и ЦП все чаще носят трансграничный характер. Однако, акторы не спешат формировать те или иные межгосударственные соглашения, которые бы внесли ясность в правовое поле операторов ЦП и потребителей. Национальное регулирование может способствовать лишь развитию ЦП, как формы ведения бизнеса, но едва ли будет эффективной для механизма защиты прав потребителей.

 По моему мнению, появление межгосударственных соглашений о регулировании деятельности ЦП лишь вопрос времени, сейчас же можно отметить становление права на доступ в интернет в качестве неотъемлемого права человека. Оно требует самостоятельного правового закрепления и регулирования, что обусловлено переходом реализации многих неотъемлемых прав граждан в виртуальную реальность[[61]](#footnote-61).

Полагаю, что сейчас преждевременно говорить о создании особой системы норм международного права в этой области, поскольку участники цифровых отношений должны сами сформировать практику в результате их совместной деятельности.

Необходимо отметить, что, на мой взгляд, ученые ЕС заложили правильную основу для рассмотрения ответственности оператора ЦП. Для того, чтобы добиться привлечения оператора ЦП к гражданско - правовой ответственности, нужно доказать, что он выполняет не просто посредническую функцию. Оператор ЦП является полноценной стороной сделки и может выступать в качестве субъекта ответственности.

Безусловно, формирование правового базиса для цифровых платформ находится лишь в начале своего пути. Но уже сейчас можно заметить насколько фрагментарно образуется правовая база для цифровых платформ. Государства, международные организации, операторы цифровых платформ пытаются урегулировать вновь возникающую область цифрового права. По моему мнению, самым эффективным «информационная асимметрия», то есть, ситуация, когда в ситуации, когда информация о функционировании этой платформы находится в исключительном ведении оператора ЦП. В таком случае, только оператора ЦП занимается разработкой внутренней документации ЦП.

 **§ 2 Правовое регулирование деятельности операторов цифровых платформ в региональных и субрегиональных интеграционных объединениях**

Интеграционные объединения закрепляют возможность привлечения к ответственности операторов цифровых платформ в своих нормативно-правовых актах. Из-за цели создать единое цифровое пространство, интеграционные объединения, на сегодняшний день обладают самым прогрессивным законодательством в области «платформенного права».

 Рассмотрение данной параграфа будет напрямую связано с тем, что мною было рассмотрено ранее. Речь пойдет о совместном регулировании деятельности ЦП, однако, вторым субъектом, который может быть регулятором будет не государство, а интеграционное объединение *(далее – ИО).*

Система норм цифрового и платформенного права получило даже большое распространение именно в ИО, а не в отдельных государствах. Полагаю, что связано это с желанием создать единое цифровое пространство на территории того или иного объединения. Одна из целей создания единого цифрового пространства в ИО - это принятие законодательной базы для функционирования цифровой экономики. ИО стремятся к развитию цифровых трансграничных услуг, каналов цифровой торговли между государствами-членами.

 При создании подобной нормативной базы остается важным сохранить достаточный простор для частной инициативы и действия автономных сил в рамках единого рынка. Также можно отметить тенденцию к созданию региональных блоков с едиными внутренними правилами, которые, в свою очередь, могут претендовать на конкуренцию с другими подобными блоками или постепенное поглощение менее конкурентоспособных.

 Стоит заметить, что долгое время положения о защите прав потребителей не выходили за рамки национального законодательства. По мнению О.В. Муратовой, глобализация торговли указала на необходимость выработки транснационального подхода к регулированию электронной коммерции, унификации и гармонизации соответствующих правовых инструментов[[62]](#footnote-62).

 В рамках своего исследования мне бы хотелось подробно изучить те ИО, чьи решения нацелены именно на развитие цифрового платформенного права.

Серьезные шаги в этом направлении были предприняты Комиссией ООН по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ), в рамках которой был разработан, в частности, Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле 1996 г., имеющий целью облегчение ведения торговли с использованием электронных средств путем предоставления в распоряжение национальных законодателей свода признанных на международном уровне норм, направленных на устранение правовых препятствий для электронной торговли и повышение ее юридической предсказуемости[[63]](#footnote-63). В Типовом законе ЮНСИТРАЛ не упоминается об ответственности операторов цифровых платформ.

Законодательство, разработанное на основе или под влиянием Типового закона ЮНСИТРАЛ об электронной торговле, принято в общей сложности в 151 юрисдикции в 72 государствах, в том числе в Австралии, Канаде, Китае, Колумбии, Франции, Индии, Иране, Ирландии, Мексике, Пакистане, Словении, Великобритании, США[[64]](#footnote-64).

Наиболее активно законодательство о цифровых платформах развивается и в Европейском союзе *(далее – ЕС).* Принятые ЕС акты касаются, как правило, онлайн - контрактов в частности Директива № 93/13/ЕЭС Совета Европейских сообществ от 5 апреля 1993 г. «О несправедливых условиях в договорах с потребителями», Директива N 2011/83/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского союза от 25 октября 2011 г. «О правах потребителей», Регламент № 593/2008 Европейского парламента и Совета Европейского союза от 17 июня 2008 г. «О праве, подлежащем применению к договорным обязательствам («Рим I»)», Регламент № 1215/2012 Европейского парламента и Совета Европейского союза от 12.12.12 «О юрисдикции, признании и исполнении судебных решений по гражданским и коммерческим делам».

Указанные акты ЕС регламентируют минимальные требования для защиты прав потребителей в условиях цифровой торговли.

 В 2000 г. ЕС была принята Директива об электронной коммерции, её целью является устранение препятствий для трансграничных онлайн - услуг в ЕС и обеспечение правовой определенности для бизнеса и граждан[[65]](#footnote-65). Многие современные понятия, которые сегодня используются в цифровой экономике, впервые были закреплены именно там.

 В указанной Директиве раскрывается и механизм ответственности посредников, то есть операторов ЦП. При соблюдении определенных условий операторы освобождаются от ответственности. Во-первых, они должны как можно скорее отключить, или запретить доступ к незаконному контенту, во-вторых, ответственность исключается у тех лиц, которые выполняют только технические функции и пассивную роль в отношении размещенного контента. Опубликованная Директива ЕС и прилагающиеся к ней академические исследования освободили оператора ЦП от какой-либо ответственности[[66]](#footnote-66).

В рамках ЕС операторы ЦП освобождаются от ответственности за неисполнение основного обязательства, так как являются посредниками. Толкование этих правоотношений, таким образом, приведет к необоснованному снятию с оператора ЦП какой-либо ответственности.

 Учеными Европейского союза был сделан интересный вывод, о том, что операторы ЦП должны принять на себя ответственность в том случае, если они повлияли на решение потребителя заключить сделку с ЦП[[67]](#footnote-67). Разумеется, ведение маркетинговой политики, а также репутация цифровой платформы оказывают на потребителя эффект. Зачастую потребитель не подозревает, что сделка на самом деле совершается с третьим лицом, платежеспособность которого может быть весьма ограниченна.

 Проводя анализ законодательства о ЦП в рамках ЕС, мною было отмечено, что основные положения рассчитаны именно на совместное регулирование ЕС и цифровых платформ. Под совместным регулированием стоит понимать ситуацию, когда правовая база ЕС будет дополняться нормативными актами, принятыми в рамках самих цифровых платформ. Это позволит создать благоприятную для потребителей ситуацию, когда законодательство ЕС и цифровых платформ будет дополнять друг друга. Меры, предпринимаемые Евросоюзом по поддержке процессов цифровизации экономики и общества, можно считать объективным требованиям современного инновационного развития.

Тенденцией последних актов ЕС является регулирование разрешения споров онлайн. Необходимость развивать механизмы урегулирования споров в режиме онлайн применительно к трансграничным электронным сделкам была признана и ЮНСИТРАЛ, которая в 2010 г. инициировала создание третьей рабочей группы для разработки правовых стандартов по разрешению споров «с низкой стоимостью и большими объемами», возникающих при осуществлении электронной коммерции в секторах B2B и B2C[[68]](#footnote-68).

 Несмотря на передовой характер инициатив ЕС, это не единственное ИО в котором наблюдается формирование законодательства о цифровых платформах. Так в ЕЭС за последние несколько лет активно развивается цифровое законодательство[[69]](#footnote-69). Однако, на сегодня это развитие сосредоточено на создание единой цифровой среды на территории всего ЕЭС. Создание единой цифровой среды призвано: обеспечить единый цифровой документооборот, увеличить количество трансграничных сделок потребителей на территории ЕЭС и т.д.

 Евразийская экономическая комиссия в сфере защиты прав потребителей сформулировала ряд ключевых основ для взаимодействия потребителей и ЦП[[70]](#footnote-70). Принятый в итоге рекомендательный акт позволяет странам согласовать политику в сфере защиты прав потребителей при реализации товаров дистанционным способом. Учитывая рекомендательный характер рассматриваемого документа, можно проанализировать некоторые его положения, касающиеся, ответственности операторов ЦП.

 Так, в ст.13 и ст.14 устанавливается общая норма ответственности продавца за неполное предоставление информации о товаре, за нанесение потребителю ущерба[[71]](#footnote-71). Замечу, что документ предусматривает лишь ответственность продавца, но не онлайн - посредника, который сводит вместе продавца и потребителя. Помимо прочего, акт носит рекомендательный характер, и содержание его норм подтверждает это[[72]](#footnote-72). Государства сами вправе определять объем ответственности операторов ЦП и продавцов.

 В результате принятия рекомендательного акта в Республики Беларусь – установлены четкие требования к информации, которая должна размещаться в Интернет - магазине и порядок ее размещения. В Российской Федерации – предпринята попытка разрешить проблему с идентификацией продавца в сети Интернет (с января 2019 года агрегатор информации несет ответственность перед потребителем)[[73]](#footnote-73). Такие государства, как Республика Казахстан, Кыргызская Республика проводит работу по созданию правовых основ регулированию деятельности интернет - площадок[[74]](#footnote-74).

 Еще одним ИО, где были приняты вызовы цифровой экономики, является Североамериканский союз[[75]](#footnote-75). В результате создания Североамериканского союза было принято «Североамериканское соглашение о свободной торговле»[[76]](#footnote-76) *(далее - НАФТА)*, но с 2020 года вступило в силу новое соглашение, заменяющее НАФТА - «Соглашение между Соединенными Штатами Америки, Мексиканскими Соединенными Штатами и Канадой»[[77]](#footnote-77) *(далее - Соглашение)*. Одна из причин принятия нового документа, регулирующего деятельность ИО, это появление сектора цифровой экономики[[78]](#footnote-78).

Недостатком, объединяющим право ЕЭС и НАФТА, является отсутствие регламентированных процедур онлайн - разрешения споров. Так в США действует единый медиационный закон - Uniform Mediation Act[[79]](#footnote-79). Этот документ сумел объединить более 2,5 тысяч разных законодательных актов, направленных на регуляцию медиации в США. В зарубежных странах данная медиационная процедура пользуется большей популярностью, чем в РФ, поскольку стоимость судопроизводства значительно выше. В настоящее время в Государственной Думе РФ рассматривается законопроект, который предполагает введение порядка досудебного урегулирования спора онлайн между потребителем и продавцом товара или услуги[[80]](#footnote-80).

К сожалению, из-за консервативности законодательных и судебных систем в различных государствах разрешение споров онлайн сейчас больше используется в качестве вспомогательного инструмента. Полагаю, что развитие законодательной базы, регулирующей вопросы онлайн споров, происходит крайне низкими темпами, что обусловливает редкое применение интернет - технологий при разрешении споров.

 При подробном изучении положений нового соглашения и положений, касающихся цифровой торговле, можно сделать определенные выводы. Соглашение ограничивает ответственность ЦП за сторонний контент, который платформы размещают или обрабатывают[[81]](#footnote-81). Это исчерпывающее регулирование, которое прописано в соглашении относительно ЦП.

Таким образом, страны Североамериканского союза считают, что ЦП будучи посредниками между продавцом и потребителем не должны быть привлечены к ответственности.

**§ 3. Нормы права, применимые к отношениям между потребителями и операторами цифровых платформ**

Оператор цифровой платформы должен нести ответственности за нарушение прав потребителей, поскольку он выполняет не только посреднические функции.

Особенно хорошо это прослеживается на примере таких платформ, как служба заказа такси Uber и платформа по бронированию жилья Airbnb. Главная идея этих платформ свести вместе потенциальных потребителя и исполнителя. В свою очередь ЦП - это лишь посредник между ними. При формировании внутренней нормативно-правовой базы, ЦП исходят из того, что между контрагентами заключается договор возмездного оказания услуг, но при этом они состоят в «партнерских отношениях». Это означает, что заказывая такси, вы не ищете профессионального водителя, а готовы довериться человеку, у которого есть транспортное средство и соответствующее мобильное приложение. Аналогично происходит и с платформой по бронированию жилья. В случаях, когда вы используете ЦП, вы прибегаете к услугам таких же людей, жилье которых может не соответствовать требованиям установленным законом. Из этого следует, что водители такси не считаются работниками таксопарка, а жилье, предоставляемое через Airbnb, не является гостиничным номером и не может отвечать требованиям, предъявляемым в гостиницах.

Исходя из этой логики, у оператора есть только посреднические функции по предоставлению программного обеспечения[[82]](#footnote-82).

Заключая онлайн - контракт потребитель выражает свое согласие с условиями договора присоединения, размещенного на веб - сайте цифровой платформы. Кроме того, большое значение имеют положения указанного договора присоединения на статус оператора цифровой платформы. Во многом, именно исходя из того, как позиционирует себя оператор цифровой платформы и решался о привлечении его к ответственности.

Для подтверждения всего вышеупомянутого, необходимо обратиться к судебной практике. Примеры судебной практики имеют довольно разрозненный характер и чаще всего связаны с нарушением прав потребителей со стороны компаний - агрегаторов и цифровых торговых площадок. Учитывая специфику ЦП можно выделить несколько категорий прав потребителей, которые нарушаются наиболее часто:

-Право потребителя на информацию;

-Право потребителя на качество товара, работы, услуги;

-Право потребителя на защиту своих прав в судебном порядке.

 Первыми судебными делами, которые повлияли на последующее формирование судебной практики, были прецеденты по установлению статуса ЦП. В 2017 году вопросы правового статуса транспортного агрегатора - Uber рассматривал Европейский Суд по правам человека[[83]](#footnote-83). Рассматриваемое дело не было связано с ответственностью операторов ЦП, а касалось антимонопольного регулирования и применения некоторых законодательных актов к компании Uber.

В своем решении Европейский суд указал, что, оказывая услуги по перевозке пассажиров, компания Uber, таким образом, является транспортной компанией. Примечательно, что пользовательское соглашение компании Uber в то время содержало оговорку: «Компания Uber не является транспортной компанией...», конечно, это снимало с них ответственность при предъявлении требований о ненадлежащем качестве оказания услуг.

Подход Европейского суда по этому делу был воспринят и российской правоприменительной практикой. В деле Такси «Престиж» суд пришел к выводу, что между диспетчерской службой (по сути, агрегатором информации) и перевозчиком сложились отношения, урегулированные агентским договором[[84]](#footnote-84). Водитель такси ООО «Престиж» осуществляя перевозку, нарушил правила дорожного движения, что в итоге привело к дорожно-транспортному происшествию и смерти пассажира. Кроме того, при заключении сделки потребитель полагал, что на противоположной стороне выступает именно ООО «Престиж». Такая квалификация отношений повлияла на решение вопроса о привлечении к ответственности. Верховный суд пришел к выводу о необходимости привлечения оператора ЦП к ответственности в связи с ненадлежащей перевозкой пассажира.

Вывод из этого судебного решения плавно трансформировался в решение по делу гражданки Гращенковой против Яндекс.Такси[[85]](#footnote-85). В результате использования сервиса Яндекс.Такси, гражданка Гращенкова попала в аварию и получила серьезные травмы и из-за того, что компания Яндекс.Такси не выплачивала никакой компенсации она была вынуждена обратиться в суд с иском о возмещении вреда, причинённого здоровью и компенсации морального вреда.

При рассмотрении спора ответчик ссылался на то, что «Яндекс.Такси» – это только программное обеспечение, которое связывает пользователей с таксопарками и диспетчерскими службами. По мнению агрегатора, он занимается исключительно оказанием безвозмездных информационных услуг, при этом ответственность за качество и безопасность перевозки несёт непосредственно водитель.

Своим итоговым решением суд признал ответственность оператора ЦП, поскольку именно он с помощью своего программного обеспечения выступал, как организатор поездки. Отличительно чертой почти всех судебных дел является указание операторов ЦП на то, что они лишь предоставляют программное обеспечение[[86]](#footnote-86).

Подводя промежуточный итог обзора судебной практики с участием потребителей и операторов ЦП, необходимо отметить следующее. Если компания влияет на выбор потребителя при совершении им сделки, например, путем ведения активной рекламной компании то, операторы ЦП должны принять на себя ответственность в случае возникновения деликта. Связано это с тем, что репутация компании, а также маркетинговая политика оказывают определенный эффект на потребителя. Зачастую потребитель даже не подозревает, что сделка заключается им не с ЦП, а с третьим лицом. Из этой же позиции исходят и судебные органы, имея в виду, то, что исполнитель действует в интересах ЦП и от её имени, следовательно, оператор несёт гражданско-правовую ответственность за действия своего «работника». Нужно отметить, что подобный подход применим не только к компаниям-агрегаторам, оказывающим услуги по перевозке, но и к другим аналогичным ЦП.

Мною было проанализировано право ИО, касающееся деятельности операторов ЦП, а также механизм привлечения их к гражданско-правовой ответственности. На мой взгляд, международно-правовое регулирование цифровой экономики на уровне самых крупных интеграционных объединений на сегодняшний день самое прогрессивное.

Во-первых, это позволяет создать единое цифровое пространство между странами, которое будет полезно, как для потребителя, так и для государств-членов. Во-вторых, это создание системы контроля качества за поставляемой продукцией. В-третьих, создание третейской системы рассмотрения споров по искам потребителей. Здесь я имею в виду ситуации, когда в случае возникновения спора, потребитель должен обращаться в суд по месту нахождения ответчика - ЦП. Чаще всего, этот судебный орган находится вне юрисдикции потребителя, о чем в «Пользовательском соглашении» делается оговорка о месте разрешения споров[[87]](#footnote-87).

**Глава 3.** **Механизмы защиты прав потребителей в трансграничных спорах с операторами цифровых платформ.**

**§1. Определение юрисдикции по спорам между потребителями и операторами цифровой платформы**

Прежде чем приобрести товар или услугу на той или иной цифровой платформе потребитель должен принять условия внутренних документов оператора ЦП. Первым документом, с которым сталкивается потребитель, является «Публичная оферта», затем – «Пользовательское соглашение» и «Политика обработки персональных данных». Таким образом, пользователь заключает онлайн-контракт с оператором ЦП.

Положения онлайн-контракта, закрепляют нормы о применимом праве и месте разрешения споров. У потребителя отсутствует реальная возможность выбора применимого права и места разрешения споров, в момент, когда он вступает в правоотношения с оператором цифровой платформы. Поэтому, суды зачастую признают подобные соглашения недействительными[[88]](#footnote-88).

Заключение онлайн-контрактов возможно тремя различными способами[[89]](#footnote-89):

-shrink-wrap;

-click-wrap;

-browse-wrap;

В случае shrink-wrap контракты заключаются, как правило, при покупке программного обеспечения, разработанного специализированными компаниями. Условия лицензионного соглашения вступают в силу для потребителя при открытии сжатой упаковки пакета программного обеспечения[[90]](#footnote-90).

Под click-wrap понимается соглашение, заключаемое в электронном виде в Интернете с помощью щелчка одной из сторон по кнопке «Я согласен», сопровождающей текст такого соглашения[[91]](#footnote-91).

Когда условия договора доступны для ознакомления по ссылке на веб-сайте, но от пользователя не требуется выражать согласия с его условиями в явной форме, такая ситуация подпадает под понятие browse-wrap[[92]](#footnote-92).

В научной среде отдельно изучается вопрос о том, насколько онлайн-контракт, заключенные методом «click-wrap» и «browse-wrap» соответствуют требованиям доступности информации[[93]](#footnote-93).

При заключении трансграничного договора стороны вправе включить соответствующие положения об органе, компетентном разрешать спор, и подлежащем применению праве, что является проявлением автономии воли сторон.

Важность этих документов сложно переоценить, поскольку они помогают оператору ЦП избежать административных штрафов и возможных гражданско-правовых исков. В последнее время за рубежом получает распространение практика изучения таких документов банками и налоговыми службами. Связано это с тем, что они хотят узнать больше о функционировании ЦП и убедиться в благонадежности компании.

Объем и виды внутренних документов оператора ЦП, по сути, не ограничены ни по объему, ни по их разновидности.

Определенный перечень документов должен присутствовать на сайте, вне зависимости от того насколько это большая по количеству пользователей цифровая платформа.

Во-первых, Политика конфиденциальности*(далее - Политика)*. «Оператор обязан опубликовать или иным образом обеспечить неограниченный доступ к документу, определяющему его политику в отношении обработки персональных данных, к сведениям о реализуемых требованиях к защите персональных данных»[[94]](#footnote-94). Данный документ должен содержать подробные сведения об операторе ЦП, о принципах, на основе которых осуществляется обработка персональных данных и многое другое.

Во-вторых, Пользовательское соглашение*(далее - Соглашение)*.Соглашение между Пользователем и оператором ЦП является ключевым документом в их взаимоотношениях, тем более, если Соглашение включает в себя «Публичную оферту». Соглашение регулирует процесс взаимодействия между пользователями и оператором ЦП, устанавливает ограничение ответственности, применимое право, подсудность спора и многое другое.

Это далеко не исчерпывающий перечень документов для ЦП, зачастую можно также встретить: Политику возврата, Отказ оператора ЦП от ответственности, Публичную оферту и так далее.

Особый интерес при изучении прав потребителей в цифровом мире представляют Пользовательские соглашения и Политики конфиденциальности. В рамках настоящего исследования я не буду подробно останавливаться на правовом регулировании персональных данных, поскольку это не относится к тем правам физических лиц, которые считаются потребительскими. По этой причине я остановлюсь на изучении Пользовательских соглашений.

На формирование судебной практики прямое влияние оказывают именно те положения о применимом праве и месте разрешения споров, которые отражаются операторами ЦП в Соглашениях.

Определение подлежащего применению права может рассматриваться как один из наиболее проблемных вопросов в области международного частного права, что объясняется связью с более чем одной юрисдикцией. Для более детального изучения необходимо обратиться к Соглашениям некоторых цифровых платформ.

Первое из рассмотренных мною Соглашений регулирует взаимодействие пользователей и оператора ЦП в рамках социальной сети Instagram. Так, в предложенном ими Соглашении указано: «Если вы являетесь потребителем, к любым претензиям, искам и спорам между вами и нами, возникающим из настоящих Условий или в связи с ними («спор»), применяются законы страны вашего проживания, и вы можете решить спор в любом компетентном суде такой страны, которому он подсуден. Во всех прочих случаях вы соглашаетесь, что спор должен решаться исключительно в федеральном окружном суде Северного округа штата Калифорния или в суде штата, находящемся в округе Сан-Матео...»[[95]](#footnote-95).

В Соглашении, которое размещено на сайте бронирования жилья Airbnb в п.22 «Условия предоставления услуг Airbnb» описывается применимое право и место разрешения споров:«**Вы вместе с нами выражаете согласие с территориальной подсудностью и персональной юрисдикцией суда Сан-Франциско, штат Калифорния... Соглашение толкуется в соответствии с законами штата Калифорния и Соединенных Штатов Америки без учета норм коллизионного права**»***.***

Такие коллизионные привязки, как, например, место заключения договора или место его исполнения, активно применяются различными правопорядками. В данном случае очевидна ограниченность коллизионных привязок географическими факторами. Напротив, безграничный характер сети Интернет заставил юридическое сообщество задуматься о пригодности традиционных подходов к коллизионному регулированию нового поколения договоров - онлайн-контрактов[[96]](#footnote-96).

**Следующим примером является Соглашение, взятое с сайта** AliExpress:«Настоящие Условия регулируются законодательством Китайской народной республики, если вы заключаете соглашение с компанией HANGZHOU ALIBABA ADVERTISING CO., LTD; стороны настоящего соглашения настоящим признают, что народный суд района Юйхан города Ханчжоу Китайской Народной Республики обладает исключительной юрисдикцией в отношении урегулирования споров»[[97]](#footnote-97).

В результате проведенного исследования я пришел к выводу, что все Соглашения можно условно поделить на несколько групп:

1) Соглашения, которые в качестве применимого права выбирают государство регистрации компании, а в качестве судебного органа суд этого государства. Именно таких оговорок в пользовательских соглашениях большинство (Amazon, Instagram).

2) Пользовательские соглашения, где оператор цифровой платформы варьирует применимое право в зависимости от региона, где проживает потребитель (Uber).

3) Те немногие пользовательские соглашения, где применимым правом признается государство, где проживает потребитель (Facebook).

После анализа даже некоторых Соглашений возникает вопрос о том, насколько справедливой может считаться необсуждаемая оговорка о выборе применимого права в онлайн-контракте с участием потребителя? Изучение доктрины позволяет сделать вывод о наличии двух подходов к разрешению этого вопроса: договорный и предметно-содержательный[[98]](#footnote-98).

В соответствии с первым подходом положения о выбранном праве будут иметь силу в том случае, если продавец предпринял достаточные усилия для того, чтобы до заключения договора привлечь внимание потребителя к данном положению. Данная позиция характерна больше для национальных судов США[[99]](#footnote-99). По сути, речь здесь идёт о надлежащем информировании потребителя. Суды в Российской Федерации и европейских странах больше обращают внимание на достаточное информирование потребителя, когда речь заходит о привлечении оператора ЦП к ответственности[[100]](#footnote-100).

Предметно-содержательный подход обеспечивает большую защиту прав потребителей. Именно предметно-содержательный подход отражен в Регламенте Рим I[[101]](#footnote-101). В соответствии со ст. 6 (2) Регламента Рим I стороны могут выбрать право, подлежащее применению к потребительскому договору. Однако этот выбор не может повлечь за собой лишение потребителя защиты, предоставляемой ему положениями, от которых не разрешается отступать посредством соглашения согласно праву, которое при отсутствии выбора подлежало бы применению, т.е. праву страны, где потребитель фактически проживает. На мой взгляд, такой подход особенно важен в ситуации, когда у потребителя нет возможности выбора, подлежащего применению права. Национальная судебная практика признает оговорки о применимом праве недействительными в тех случаях, когда из-за них защита прав потребителей становится затруднена[[102]](#footnote-102).

Законодательство ЕС, как и российское законодательство, на мой взгляд, презюмируют, что наиболее благоприятным защитным механизмом для потребителя будет право страны его фактического проживания[[103]](#footnote-103).

Полагаю, что наиболее объективным будет являться применение права, которое обеспечило бы потребителю наиболее высокий уровень защиты, как потенциально слабой стороне правоотношения.

**1.1. Выявление направленности деятельности операторов цифровых платформ на потребителей как основание установления юрисдикции**

Одним из решающих факторов при установлении юрисдикции в споре с участием потребителя и оператора ЦП является установление критериев направленности деятельности. Если действия оператора направлены на национального потребителя, то и спор подлежит рассмотрению в национальном суде этого государства.

Предположим, что существенные условия сделки, которые размещает оператор ЦП на своем сайте, написаны на английском языке. Заходя на подобный сайт, потребитель может не определить существенные условия сделки в силу незнания языка. Но из внешнего оформления сайта ему понятно, что именно и за какую цену он может приобрести. Да, в рассматриваемом случае оператор ЦП не будет целенаправленно рассчитывать на российского потребителя, но позволяет ли это лишить самого потребителя права на защиту в российских судебных органах?

Совершая сделку на сайте с полностью иноязычным оформлением, потребитель, безусловно, не может знать всех существенных условий сделки, которые необходимы для совершения акцепта[[104]](#footnote-104). Но внешнее оформление сайта, в целом, даёт ему общее представление о возможном товаре/услуге.

Ко всем цифровым платформам, ориентированным на российского потребителя, применяется п.1 ст.1212 Гражданского кодекса РФ. В приведенной статье указано, что заключение пользовательского соглашения не является препятствием для применения судом средств защиты прав потребителя, предоставляемых императивными нормами права страны места жительства потребителя, при соблюдении одного из следующих условий:

- профессиональная сторона осуществляет свою деятельность в стране места жительства потребителя, и договор связан с такой деятельностью профессиональной стороны;

-профессиональная сторона любыми способами направляет свою деятельность на территорию страны места жительства потребителя или территорию нескольких стран, включая территорию страны места жительства потребителя, и договор связан с такой деятельностью профессиональной стороны[[105]](#footnote-105).

В этой норме фиксируется правило о том, что выбор применимого права в потребительских договорах возможен, однако он не может повлечь за собой лишение потребителя защиты его прав, предоставляемой императивными нормами права страны места его жительства[[106]](#footnote-106).

Это означает, что если у иностранного оператора ЦП на территории РФ есть постоянное представительство или же его сайт содержит информацию, направленную на российского потребителя, то в таком случае гражданин РФ вправе защитить свои нарушенные права в соответствии с российским законодательством и в российском суде.

В связи с увеличением взаимодействия потребителей и ЦП данная норма была несколько конкретизирована в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ «О применении норм международного частного права» 2019 г[[107]](#footnote-107). В п.45 этого Постановления дается определение того, что означает деятельность, направленная на российского потребителя[[108]](#footnote-108). Профессиональная сторона, то есть продавец считается, направляющей свою деятельность на территорию страны места жительства потребителя, в том случае, когда оператор ЦП поддерживает сайт в сети Интернет, кроме того, содержимое этого сайта свидетельствует о его ориентации на потребителя из соответствующей страны. Судом могут приниматься в расчет и иные доказательства, например, наличие цен на русском языке, указание контактных телефонов с российскими кодами и так далее.

После опубликования вышеупомянутого постановления пленума Верховного Суда, Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека *(далее - Роспотребнадзор)* сформулировала более развернутые критерии направленности деятельности ЦП на территорию Российской Федерации. Деятельность продавца (исполнителя) может рассматриваться таковой в случае, если:

- продавцом (исполнителем) используется русскоязычная версия Интернет-сайта или, исходя из содержания такого сайта, следует, что информация о товарах (услугах) предназначена для потребителей, владеющих русским языком или языком народов Российской Федерации;

- продавцом (исполнителем) используется доменное имя сайта, связанное с Россией или субъектом Российской Федерации (.ru, .рф., .su, .москва, moscow и т.п.);

- обеспечена возможность осуществления расчетов в российских рублях или с использованием платежных инструментов, доступных только российским потребителям;

- эквайринг продавца (исполнителя) осуществляется российским банком или небанковской кредитной организацией;

- предусмотрена возможность исполнения заключенного на Интернет-сайте продавца (исполнителя) договора на территории России (доставка товара, оказание услуги или пользования цифрового контента на территории России);

- размещена реклама на русском языке, отсылающая к соответствующему Интернет-сайту продавца;

- имеются иные обстоятельства, явно свидетельствующие о намерении продавца заключить договор купли-продажи (возмездного оказания услуг) с российским потребителем[[109]](#footnote-109).

Позиции Верховного Суда РФ и Роспотребнадзора стали обобщением разрозненной до этого судебной практики.

Так, Московский городской суд отменил определение нижестоящего суда об отказе в принятии к рассмотрению иска к компании Wargaming Group Limited, зарегистрированной на Кипре, которая на момент рассмотрения жалобы являлась владельцем и администратором сайтов www.worldoftanks.ru и www.wargaming.net.ru.

Судом было установлено, что оператор ЦП осуществлял распространение в Интернете информации, направленной на привлечение внимания российских пользователей. Компания использовала русифицированный сайт www.worldoftanks.ru, где «.ru» – национальный домен верхнего уровня для Российской Федерации, что само по себе свидетельствует о цели привлечения потребителей из числа граждан РФ. Московский городской суд указал, что по выбору истца (потребителя) иск к Wargaming Group Limited в соответствии с положениями ст. 402 Гражданского процессуального кодекса РФ может быть рассмотрен российским судом[[110]](#footnote-110). Хотя нужно отметить, что данная точка зрения не находит повсеместного подтверждения. Некоторые ученые утверждают, что включение в содержание направленной деятельности факта осуществления деятельности в доменной зоне ".ru", который является доменом верхнего уровня для России, способствует как ограничению потребителя в средствах защиты, так и необоснованному расширению оснований предоставления потребителю специальных механизмов защиты[[111]](#footnote-111).

Годом ранее Московский городской суд посчитал правомерным рассмотрение российским судом иска к нидерландской компании Booking.com.B.V. Суд установил, что компания распространяла в Интернете рекламу своих услуг, направленную на привлечение внимания российских потребителей (онлайн-бронирование отелей и апартаментов, авиабилетов, автомобилей, ресторанов), у нее есть офис в России и стороны не заключили соглашение о подлежащем применению праве[[112]](#footnote-112).

Данные критерии применяются не только в спорах с участием потребителей и ЦП, но и в аналогичных спорах, где рассматривалась трансграничная защита прав потребителей[[113]](#footnote-113).

Так, Верховный Суд РФ подтвердил свою позицию, отметив, что заявление гражданина РФ о расторжении договора на оказание медицинской услуги к белорусской клинике, подлежит принятию и рассмотрению российским судом. Верховный Суд РФ отметил, что нижестоящие суды не учли наличие на сайте ответчика (белорусской компании) информации на русском языке, а также то, что цены были указаны в российской валюте[[114]](#footnote-114).

Не смотря на активное применение критериев, предложенных в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ «О применении норм международного частного права» 2019, я считаю, что они не в полной мере защищают права потребителей. Разработанные критерии не в полной мере защищают потребителей, когда те приобретают товар на ЦП не содержащей русскоязычной версии[[115]](#footnote-115).

Ситуации с отсутствием русскоязычной версии сайта и его внутренних документов возникают довольно часто. В иностранной доктрине было отмечено, что язык сайта и используемая валюта расчетов в ряде случаев могут демонстрировать намерение профессиональной стороны заниматься маркетингом в конкретной стране. Если в данной стране используется весьма специфический язык или валюта, то он может быть принят во внимание при решении вопроса о том, что профессиональная сторона целенаправленно ориентирована на данную страну[[116]](#footnote-116).

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что защита прав потребителя ставится в зависимость от определения критериев деятельности оператора цифровой платформы. В процессе формирования «платформенного права» возник новый способ правового регулирования трансграничных правоотношений – пользовательское соглашение.

**§ 2. Юрисдикционные соглашения между потребителем и оператором цифровой платформы и их оспаривание в российских судах**

Отдельную категорию разбирательств составляют споры, в которых операторы ЦП являются организациями, зарегистрированными за рубежом. При заключении подобного рода сделок для российского потребителя существует несколько «подводных камней».

Во-первых, в случае возникновения конфликта между потребителем и оператором ЦП большую роль играет надлежащее уведомление сторон спора. Далеко не всегда у потребителя есть возможность найти юридический адрес оператора ЦП, чтобы уведомить его надлежащим образом, тем более, если его пользовательское соглашение составлено исключительно на английском языке, а потребитель, например, из Российской Федерации.

Сторонам недостаточно лишь направить письмо по электронной почте, нужно руководствоваться международными договорами в этой области. Вопросы извещения сторон по гражданскому делу, имеющих место нахождения за границей, урегулированы Гаагской конвенцией о вручении за границей судебных и внесудебных документов по гражданским и торговым делам 1965 года *(далее - Гаагская конвенция)*[[117]](#footnote-117). Так, в случае обращения в суд потребителя с иском к иностранной компании российский суд обязан обратиться с запросом о выполнении судебного поручения в центральный орган запрашиваемого государства-участника Гаагской Конвенции 1965 года[[118]](#footnote-118).

Во-вторых, отсутствие представительства на территории Российской Федерации. Долгие годы судебная практика придерживалась того мнения, что иски российских потребителей к иностранным цифровым платформам не принимались, суд обосновывал это тем, что ответчик находится на территории иностранного государства и не имеет на территории России имущества, органа управления, филиала или представительства[[119]](#footnote-119).

Практическая значимость этого теста подтверждалась и на более высоком судебном уровне, однако, связано это было с коммуникационными цифровыми платформами. В 2020 г. Постановлением мирового судьи судебного участка №374 Таганского района г. Москвы было вынесено решение о привлечении Facebook Inc. к административной ответственности[[120]](#footnote-120). Оператор ЦП, то есть, компания Facebook Inc. была привлечена к ответственности за нарушение законодательства о персональных данных[[121]](#footnote-121).

Как известно, право на защиту персональных данных не относится к правам потребителей, но внимания заслуживает сам факт привлечения оператора ЦП к ответственности. Компания Facebook Inc. не имеет на территории Российской Федерации своего представительства, а, следовательно, не может осуществлять обработку персональных данных российских граждан[[122]](#footnote-122). Суд обратил внимание на то, что функционал социальной сети Facebook существует на русском языке, служба поддержки оператора ЦП русскоязычная, пользовательское соглашение составлено на русском языке. Эти и многие другие элементы показывают, что социальная сеть Facebook направлена на российских пользователей.

Результатом, изменившейся судебной практики в отношении дел против иностранных цифровых платформ стало еще одно резонансное дело против социальной сети Facebook, но на этот раз в суд обратились сами потребители. В своих исковых требованиях истцы просили «запретить немотивированную блокировку аккаунта и удаление аккаунтов, предоставить пользователям возможность обжалования действий администрации социальной сети, а также запретить сбор и анализ персональных данных пользователей без их согласия»[[123]](#footnote-123).

Верховный суд признал нарушением отказ нижестоящих судов принять к рассмотрению данный иск. Помимо прочего, высшей судебной инстанцией было указано, что спор вытекает из договора пользования социальной сетью, исполнение по которому должно осуществляться по месту нахождения пользователя, то есть на территории Российской Федерации[[124]](#footnote-124). Следовательно, отказ судов рассматривать это дело противоречит нормам процессуального права.

По моему мнению, наиболее справедливым является применение права, которое обеспечило бы потребителю самый высокий уровень защиты, даже если это право, навязано профессиональной стороной ответчиком, что особенно актуально при заключении онлайн-контрактов, когда потребитель лишен возможности согласовать условия договора[[125]](#footnote-125).

Отличительной чертой уже рассмотренных мною дел было то, что заявители (потребители) обращались в суд с оспариванием положения договора между потребителем и оператором ЦП, устанавливающим подсудность споров.

В п. 1 ст. 16 Закона РФ «О защите прав потребителей» указано, что условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными законами или иными нормативно-правовыми актами РФ в области защиты прав потребителей, признаются судом недействительными[[126]](#footnote-126). Данный вывод был раскрыт в одном из определений Конституционного Суда РФ[[127]](#footnote-127), где было отмечено, что если потребитель решил в судебном порядке разрешить спор с оператором ЦП, зарегистрированным в иностранной юрисдикции, но при этом пользовательским соглашением установлена другая подсудность (например, суд штата Калифорнии) и данное положение договора не оспаривается потребителем как недействительное, положение договора об иностранной подсудности будет являться действующим[[128]](#footnote-128). Это означает, что суд будет обязан вернуть такое исковое заявление, как неподсудное российскому суду.

Важным элементом для защиты прав потребителя является предварительное оспаривание им тех положений пользовательского соглашения, которые устанавливают подсудность иностранного судебного органа. В качестве обязательных положений искового заявления потребителя в этом случае стоит выделить:

- требование о применении к отношениям из оферты/пользовательского соглашения с оператором ЦП (иностранным юридическим лицом) положений Закона «О защите прав потребителей». Аналогичного подхода придерживается и Верховный Суд РФ, закрепляя необходимость предварительного оспаривания потребителем положений об иностранной подсудности[[129]](#footnote-129);

- требовать признания положений о договорной подсудности иностранному суду недействительными, как противоречащих Закону «О защите прав потребителей»;

- обоснование наличия у российского суда компетенции рассматривать данный спор с участием оператора ЦП, действующего в качестве иностранного юридического лица.

Стоит обратить внимание и на то, что установление договорной подсудности в пользовательских соглашениях с потребителями, очевидно, нарушает права последних. Судебная практика по аналогичным делам позволяет сделать вывод[[130]](#footnote-130), что для российских юридических лиц это влечет ответственность по ст. 14.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях[[131]](#footnote-131). Заявителем по такого рода делам выступала Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия населения.

Оператор ЦП может быть привлечен к гражданско-правовой ответственности. Исходя из анализа судебной практики, а также самой природы ЦП, оператор не выполняет лишь посреднические функции. Являясь полноценной стороной правоотношения, оператор обеспечивает исполнение самой сделки и является непосредственной стороной правоотношения.

Но даже в том случае, если спор между потребителем и оператором ЦП будет разрешен в пользу потребителя, то финальной проблемой является исполнение судебного решения на территории иностранного государства (по месту регистрации оператора ЦП). Конечно, этот фактор в совокупности подготовкой искового заявления, направлением документов в другое государство, уплата пошлины – всё это экономически невыгодно для потребителя.

**§ 3. Онлайн - разрешение споров между потребителями и оператором цифровой платформы**

Увеличение арбитражных соглашений, заключаемых между потребителями и операторами ЦП, повлекло развитие электронных коммерческих арбитражей. Судебное разбирательство в таком случае происходит в сети Интернет и осуществляется с помощью искусственного интеллекта. Разрешение споров онлайн может происходить, как в рамках самой платформы, где и совершалась сделка, так за её пределами.

ЦП может приобретать такое программное обеспечение, которое позволяет разрешать споры онлайн с помощью определенных алгоритмов, а может прибегать к услугам специально созданных для этого ресурсов. Так, цифровая платформа Modria была специально создана для разрешения споров между потребителями и оператором ЦП в пределах компании eBay. Сейчас же Modria предоставляет услуги по онлайн-разрешению споров практически на всех онлайн-площадках США.

Из доктрины следует, что если императивные стандарты защиты прав потребителей окажутся неэффективными в рамках цифровой экономики, то самым простым способом будет создание системы либерализованной мировой торговли, основанной на саморегулировании[[132]](#footnote-132). В этой же связи учеными высказывается мнение о применении концепции lex mercatoria к отношениям с участием потребителей.

Пытаясь унифицировать нормы lex mercatoria, ученые выделяют отдельные их группы: lex constructions (строительное право), lex maritima (морское право), lex petrolea (право нефтяных транзакций) и др[[133]](#footnote-133). Lex electronica, одна из таких групп.

Развитие электронной коммерции стало причиной появления lex electronica, под которой понимается система норм международно-правового характера, регулирующих отношения, возникающие в связи с совершением транснациональных сделок в электронной среде, устанавливаемая участниками таких отношений с учетом намерений сторон и сравнительно-правового анализа, учитывающего текущее состояние сферы электронной торговли[[134]](#footnote-134). По моему мнению, к таким нормам могут относиться принципы lex mercatoria; международные акты, акты интеграционных объединений. В дополнение к этому в lex electronica может входить и практика разрешения аналогичных споров. Развитие lex electronica связано с тем, что сфера коммерческих отношений требует не только оперативного разрешения споров, но и зачастую специальных технических знаний.

В силу различных причин защита прав потребителей в трансграничных спорах затруднена, и оператор ЦП чаще всего уходит от ответственности. В качестве средств правовой защиты прав потребителя предлагается рассмотреть: lex mercatoria и онлайн-разрешение споров (ODR-процедура).

Развитие lex electronica повлияло на развитие такого института разрешения потребительских споров, как онлайн - разрешение споров.[[135]](#footnote-135).

Некоторые пользовательские соглашения содержат оговорки о разрешении споров путем применения альтернативного и онлайн-разрешения споров (ADR-, ODR-процедур) и посредством арбитража. Из трех указанных видов разрешения споров особый интерес представляет механизм разрешения споров онлайн (ODR), который довольно часто используется операторами цифровых платформ[[136]](#footnote-136).

Российскими учеными проведен анализ пользовательских соглашений, являющихся, по сути, договорами присоединения компаний платформенного типа, таких как Google, eBay, Amazon, в условиях которых предусмотрено не только применение иностранного права и юрисдикция иностранных судов, но и оговорки о разрешении споров как посредством применения ADR-, ODR-процедур, так и посредством арбитража[[137]](#footnote-137).

Процедуры ODR набирают популярность в рамках всех видов цифровых платформ. В случае возникновения конфликтов между пользователями, eBay рекомендует использовать систему ODR. Методика администрирования сделок и разрешения споров, вытекающих из них, сконструирована на платформе eBay так, что позволяет некоторым авторам квалифицировать eBay в качестве самостоятельной юрисдикции, судебного органа и даже некоего образования, которое может считаться обладающим суверенной властью, понимаемой в самом широком смысле, над онлайн-жизнями пользователей[[138]](#footnote-138).

 Оставив за рамками рассмотрения вопрос о беспристрастности такого суда, нужно отметить, что ODR-процедуры положительно сказываются на защите прав потребителей с учетом трансграничного характера сделок.

Действительно, по моему мнению, онлайн-процедуры разрешения споров могут помочь в решении таких вопросов, как: уведомление сторон спора, исполнение судебного решения, юридическая помощь для потребителей.

По результатам своего исследования я пришел к выводу, что национальные суды допускают привлечение операторов цифровых платформ к гражданско-правовой ответственности. Безусловно, это зависит от некоторых взаимосвязанных элементов, таких как: модель договорных связей между оператором ЦП и потребителем, влияние оператора ЦП на потребителя при заключении сделки, оговорка о применимом праве, национальное законодательство в сфере защиты прав потребителей. Кроме того, отсутствие представительства той или иной цифровой платформы на территории РФ, значительно усложняет защиту прав потребителей.

Но даже в том случае, когда ответственность оператора ЦП будет установлена, у потребителя есть сложности с исполнением такого решения. Все это приводит к тому, что у потребителя фактически отсутствует возможность защитить свои права с помощью традиционных юридических механизмов.

На мой взгляд, процедура разрешения споров онлайн может быть тем самым искомым инструментом защиты прав потребителей при трансграничных сделках. Так, например, оператор цифровой платформы может заключить договор с ресурсом по разрешению онлайн-споров, предварительно внеся денежные средства на счет платформы по разрешению споров. В таком случае исполнение решения не будет зависеть от действий оператора ЦП. Это лишь один из возможных вариантов, который позволяет реализовать онлайн-разрешение споров для защиты прав потребителей.

**Заключение**

Вопрос ответственности операторов цифровых платформ перед потребителями в каждом случае может решаться по-разному и зависит это, в первую очередь, от того, каким правоотношением связан потребитель и оператор цифровой платформы. Оператор цифровой платформы является полноценной стороной сделки и может выступать в качестве субъекта ответственности перед потребителем. Возможные договорные связи напрямую зависят от законодательства страны, где зарегистрирована цифровая платформа. Чаще всего, выбор модели взаимодействия остается за оператором цифровой платформы. Разнообразие правовых взаимоотношений, которые мы видим на практике, по моему мнению, является не чем иным, как попыткой операторов ЦП минимизировать налоговые риски.

По моему мнению, формирование правового базиса для цифровых платформ находится лишь в начале своего пути. Но уже сейчас можно заметить, насколько фрагментарно образуется правовая база для цифровых платформ. Государства, международные организации, операторы цифровых платформ пытаются урегулировать вновь возникающую область цифрового права. В попытке создать некий порядок в цифровой среде, все перечисленные субъекты лишь еще сильнее запутывают правоприменителей. На мой взгляд, «информационная асимметрия», будет самым эффективным способом регулирования в данной ситуации. Напомню, что «информационная асимметрия» предполагает разработку правовой базы лишь со стороны одного субъекта – оператора ЦП.

Анализ права интеграционных объединений показал, что на сегодняшний день, правовая база интеграционных объединений - это самое прогрессивное правовое регулирование в области цифрового права. Это позволяет создать единое цифровое пространство между странами, которое будет полезно, как для потребителя, так и для государств-членов. Кроме того, некоторые из интеграционных объединений рассматривают создание третейской системы разрешения споров, что значительно поможет потребителям в отстаивании их прав.

Защита прав потребителей в трансграничных спорах с участием цифровых платформ может быть затруднена на всех ее этапах, но в особенности на этапе исполнения решения в иностранной юрисдикции. В этой связи процедура онлайн-разрешения споров имеет ряд неоспоримых преимуществ перед традиционным судебным механизмом, но именно в сфере защиты прав потребителей. Развитие lex electronica способствовало появлению онлайн-арбитражей, или ODR-процедур. Процедура разрешения споров онлайн переносит разбирательство спора в киберпространство и при определенных условиях может избавить потребителя от необходимости принудительно исполнять решение, вынесенное по результатам такой процедуры, в иностранной юрисдикции. В этом плане дальнейшее совершенствование этих процедур и их широкое внедрение в отношения операторов ЦП с потребителями, несомненно, будет содействовать более эффективной защите прав последних.

**Список использованных источников**

**1. Нормативные правовые акты и иные официальные документы**

***1.1. Международные нормативно-правовые акты и иные официальные документы***

# 1) Конвенция о вручении за границей судебных и внесудебных документов по гражданским или торговым делам (заключена в г. Гааге 15.11.1965) // СПС «КонсультантПлюс».

2) Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions. Online Platforms and the Digital Single Market. Opportunities and Challenges for Europe // European commission. 2016.

3)European Commission, ‘Public Consultation on the Regulatory Environment for Platforms, Online Intermediaries, Data and Cloud Computing and the Collaborative Economy’ (2015) 5, https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-regulatoryenvironmentplatforms-online-intermediaries-data-and-cloud.

4) Директива 2000/31/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза "О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции (Директива об электронной коммерции)" (Принята в г. Люксембурге 08.06.2000) // СПС «КонсультантПлюс».

5) Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей, утв. Резолюцией Генеральной Ассамблеей ООН от 22.12.2015 № 70/186.

6) Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле (Принят в г. Нью-Йорке 28.05.1996 - 14.06.1996 на 29-й сессии ЮНСИТРАЛ) // СПС «КонсультантПлюс».

7) Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce')- https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32000L0031.

8) Соглашение между Соединенными Штатами Америки, Мексиканскими Соединенными Штатами и Канадой, 2018- https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/united-states-mexico-canada-agreement/agreement-between.

9) Регламент (ЕС) № 593/2008 Европейского парламента и Совета от 17 июня 2008 г. о праве, подлежащем применению к договорным обязательствам («Рим I»).

10) Commission Staff Working Document, ‘A Single Market Strategy for Europe: Analysis and Evidence’, SWD (2015) 202 final, 6 - https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-single-market-strategy-europe-analysis-and-evidence-swd2015-100-final.

11) Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии
от 21.11.2017 г. № 27
«Об общих подходах к проведению государствами - членами Евразийского
экономического союза согласованной политики в сфере защиты
прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг)
дистанционным способом«- https://www.alta.ru/tamdoc/17rk0027/.

12) Поощрение и защита права на свободу мнений и их свободное выражение Записка Генерального секретаря Организация Объединенных Наций A/66/290 Генеральная Ассамблея 2016.

***1.2. Нормативно-правовые акты и иные официальные документы Российской Федерации***

1) Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

# 2) Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 30.12.2020) // СПС «КонсультантПлюс».

3) Федеральный закон «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 29.07.2018 N 250-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

4) Федеральный закон от 31.03.1999 № 69‑ФЗ (ред. от 26.07.2017) «О газоснабжении в Российской Федерации». Ст. 2 // СЗ РФ. 1999. № 14. Ст. 1667.

5) Федеральный закон от 26.03.2003 № 35‑ФЗ (ред. от 29.07.2017) «Об электроэнергетике». Ст. 2 // СЗ РФ. 2003. № 13. Ст. 1177.

# 6) Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 № 2300-1 // СПС «КонсультантПлюс».

# 7) Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

8) О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» и Федеральный закон «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» в части создания правовой основы для развития системы альтернативных онлайн - механизмов урегулирования споров - https://sozd.duma.gov.ru/bill/1138398-7.

# 9) Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 08.12.2020) «О персональных данных» // СПС «КонсультантПлюс».

10) Распоряжение правительства РФ от 4 июня 2019 года №1197-р, Доклад о развитии цифровой интернет - торговли, ЕЭК, 2019 // СПС «КонсультантПлюс».

11) Информация Минюста России О порядке составления и исполнения запросов о вручении документов и получении доказательств по гражданским или торговым делам в рамках Конвенции о вручении за границей судебных и внесудебных документов по гражданским или торговым делам 1965 года, Конвенции о получении доказательств по гражданским или торговым делам 1970 года и Конвенции по вопросам гражданского процесса 1954 года // СПС «КонсультантПлюс».

***1.3. Нормативно-правовые акты и иные официальные документы иностранных государств***

1) Закон Республики Казахстан от 25 июня 2020 года № 347-VI «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам регулирования цифровых технологий»- https://online.zakon.kz/Document/?doc\_id=34230083.

2) Проект Закона Кыргызской Республики "Об электронной коммерции" - http://www.mineconom.gov.kg/ru/discussion/9#.

3) Digital Economy Act, United Kingdom 2017- https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2017/30/part/6/crossheading/online-social-media-platforms.

4) Uniform Mediation Act, USA (Last Revised or Amended in 2003)- http://fedim.ru/wp-content/uploads/2014/07/UNIFORM\_MEDIATION\_ACT\_en.pdf.

***2. Материалы судебной практики***

***2.1. Международная судебная практика***

1) Постановление Суда ЕС (Большая палата) от 20.12.2017 по делу N C-434/15 "Профессиональная ассоциация элитных такси (Asociacion Profesional Elite Taxi) против Общества с ограниченной ответственностью "Убер Системс" Испании (Uber Systems Spain SL)" // СПС «КонсультантПлюс».

***2.2. Материалы судебной практики Российской Федерации***

1) Определение Конституционного Суда РФ от 17.01.2012 N 145-О-О "Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Величковского Л.Б на нарушение его конституционных прав статьями 28, 29, 32, 33 и 222 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации" // СПС «КонсультантПлюс».

2) Обзор судебной практики по делам, связанным с защитой прав потребителей финансовых услуг (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 27.09.2017) // СПС «КонсультантПлюс».

3) Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 09.07.2019 N 24 «О применении норм международного частного права судами Российской Федерации»-http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_328771/.

3) Постановление Верховного Суда РФ от 1 июня 2016 г. N 308-АД16-628 по делу № А53-19933/2015.

4) Определение Верховного Суда РФ от 13 марта 2015 № 307-АД14-7301.

5) Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 09.01.2018 № 5-КГ17-220 // СПС «КонсультантПлюс».

6) Апелляционное определение Верховного Суда РФ от 15 декабря 2020 г. № 34-КГ20-6-К3.

7) Определение Верховного Суда РФ от 09.06.2020 г. №5-КГ20-49.

8) Постановление Президиума Московского городского суда от 18 сентября 2018 г. по делу № 44г-259/18.

9) Апелляционное определение Московского городского суда от 22 сентября 2017 г. по делу № 33-25854/17.

10) Апелляционное определение Саратовского областного суда от 20.11.2018 по делу № 33-8489/2018.

11) Постановление мирового судьи судебного участка № 374 Таганского района г. Москвы, № 05-0168 / 374/2020 от 13.02.2020.

12) Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 09.01.2018 № 5-КГ17-220 // СПС «КонсультантПлюс».

13) Решение Тушинского районного суда по делу № 02-1153/2018 от 15.06.2018 // СПС «КонсультантПлюс».

14) Определение Седьмого кассационного суда общей юрисдикции от 09.01.2020 № 88-672/2020 // СПС «КонсультантПлюс».

***2.3. Материалы судебной практики иностранных государств***

1) Spreadex Ltd v Cochrane [2012] EWHC 1290 (Comm) (18 May 2012). Available at: http://www.bailii.org/ew/cases/EWHC/Comm/2012/1290.html.

2) Kershenbaum v Buy.com, Inc 2010 WL 3800339 (Cal App 4 Dist).

Hubbert v Dell Corp 835 NE 2d 113 (III App Ct 2005).

3) Caspi v The Microsoft Network, LLC 323 NJ Super 118, 732 A 2d 528 (NJ App Div 1999).

4) Hines v Overstock.com Inc. 668 F Supp 2d 2009; Hubbert v Dell Corp 835 NE 2d 113 (III App Ct 2005).

***3. Специальная литература***

***3.1. Книги***

1) Абрамова Е.Н., Аверченко Н.Н., Грачев В.В. [и др.]. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации. Часть третья: учеб.-практ. комментарий / под ред. докт. юрид. наук, проф. А.П. Сергеева. Изд. 2-е, перераб. и доп. М.: Проспект, 2016.

2) Гришаев С.П. Постатейный комментарий к части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации // СПС «КонсультантПлюс».

3) Савельев А .И . Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование. М .: Статут, 2014. 543 с.

4) Шваб К. Четвертая промышленная революция / пер. с англ. М.: Эксмо, 2016. стр.13.

5) Easterbrook F. H. Cyberspace and the Law of the Horse // University of Chicago Legal Forum. 1996. Vol. 1996. Р. 207.

6) Hill Jonathan. Cross-Border Consumer Contracts. Oxford University Press, 2008. P. 193.

# 7) Maniruzzaman, A. F. M. The Lex Mercatoriaand International Contracts: A Challenge for InternationalCommercial Arbitration? American University International Review.– 1999.–Vol.14, iss. 3.– P.657–734.

# 8) Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace E. Katsh, M. Katsh, J. Rifkin, 2001. p. 105.

9) Tang Zheng S. Electronic Consumer Contracts in the Conflict of Laws. Hart Publishing, 2009. P. 170.

***3.2. Статьи***

1) Гуторович О.В. Четвертая промышленная революция и её возможные последствия - Дискурс №6, 2018.

2) Канашевский В .А . Коллизионное регулирование договоров с участием потребителей // Международное публичное и частное право . 2016 . N 4 . С . 22–25.

3) Сергеева О.В. Влияние цифровизации на регулирование преддоговорных отношений // Право. Журнал высшей школы экономии, №3, 2020.

4) Мажорина М.В. Киберпространство и методология международного частного права // Право. Журнал Высшей школы экономики. 2020. N 2. С. 230 - 253.

5) Алексеева Е.В. Защита потребителей при трансграничной электронной торговле // Академический вестник. 2013. N 1 (23). С. 16 - 23.

14) Мажорина М.В. Сетевая парадигма международного частного права: конкурирование концепции // Актуальные проблемы российского права. 2019. № 4. С. 140 - 159.

6) Ершова Т.В., Хохлов Ю.Е. Цифровые платформы для исследований и разработок // Сетевая организация рыночно-ориентированных исследований разработок НТИ и цифровой экономики: проект концепции» / Агентство стратегических инициатив, АНО «Цифровая экономика», РВК. М., 2017.

7) Гелисханов И.З., Юдина Т.Н., Бабкин А.В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2018. Т. 11, № 6. С. 22–36.

8) Азизкулов Д. М. Цифровая экономика: понятие, особенности и перспективы на российском рынке // Вектор экономики. – 2018. – № 3 (21). – С. 62.

9) Иванов А.А. Бизнес-агрегаторы и право // Закон. 2017. N 5. // СПС «КонсультантПлюс».

10) Егорова М. А. Развитие норм о доминирующем положении в четвертом антимонопольном пакете // Юрист. 2016. № 7. С. 10—14.

11) Муратова О.В. Концепция транснационального потребительского права в современном мире // Lex Russica. 2019. №7 (152).

12) Резник Р.С. Договоры с участием потребителя в международном частном праве: Дис. ... канд. юрид. наук. М., 2018. С. 125.

13) Школяр Н. Новое НАФТА: свободная торговля под прицелом протекционизма, РСМД- https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/united-states/novoe-nafta-svobodnaya-torgovlya-pod-pritselom-protektsionizma/.

14) Kenney М., Zysman J. The Rise of the Platform Economy // Issues in Science and Technology. 2016. Vol. 32. No. 3. Pp. 61, 65.

15) Schiek D. Private rule-making and European governance - issues of legitimacy // European Law Review. 2007. 20 (1). P. 3.

16) Katyal S.K., Grinvald L.C. Platform Law and the Brand Enterprise // Berkeley Technology Law Journal. 2017. Vol. 32. P. 1135 - 1182.

17) Gonzalez A.G. eBay Law: The legal implications of the C2C electronic commerce model // Computer Law & Security Review. 2003. Vol. 19. Iss. 6 December. P. 468 - 473.

18) Katsh E., Rifkin J., Gaitenby A. E-Commerce, E-Disputes, and E-Dispute Resolution: In the Shadow of "eBay Law" // Ohio State Journal on Dispute Resolution. 2000. Vol. 15. N 3. P. 705 - 734.

# 19) Pieter Nooren Should We Regulate Digital Platforms? A New Framework for Evaluating Policy Options // Электронный ресурс- https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/poi3.177.

20) Digitalisation, online platforms and competition law: an overview of regulatory developments in the Netherlands (2019), Mariska van de Sanden, Tialda Beetstra (Bird & Bird, The Netherlands)/December 2, 2019 /1 Comment- http://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2019/12/02/digitalisation-online-platforms-and-competition-law-an-overview-of-regulatory-developments-in-the-netherlands-2019/.

21) Schultz Т. Private legal systems: what cyberspace might teach legal theorists  // Yale Journal of Law and Technology. 2008. Vol. 10. Рp. 168, 173—176.

22) [Van Bael Bellis](https://www.mondaq.com/Author/820584/Van-Bael-Bellis-Van-Bael-Bellis?article_id=190226) ECJ Rules that Information Provided via Website or Hyperlink Does Not Meet Requirements of Consumer Distance Contracts' 06.08.2012 // http://www.mondaq.com/x/190226/Consumer+Law/Van+Bael+Bellis.

25) Christopher Koopman et al. ‘The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change’ (2014) Mercatus Working Paper, 1.

26) Hayes D . (1997) The Enforceability of Shrink-wrap License Agreements On-Line and Off-Line . Fenwick & West LLP . Электронный ресурс - http://euro .ecom .cmu .edu/program/law/08-732/Transactions/ShrinkwrapFenwick .pdf.

27) Reich N. Transnational Consumer Law-Reality or Fiction? // Penn State International Law Review. 2009. Vol. 27. P. 861.

28) Patrikios, A. Resolution of Cross-border E-Business Disputes by Arbitration Tribunals on theBasis of Transnational Substantive Rules of Law andE-Business Usages: The Emergence of the LexInformatica / A. Patrikios // 21st BILETA Conference:Globalisation and Harmonisation in Technology Law.April 2006, Malta.– [S. l.]: British& Irish Law,Education and Technology Association, 2006.– 39 p.

29) Ortiz, A. L. Arbitration and IT / A. L. Ortiz// Arbitration International.– 2005.– Iss. 3.– P. 343–360.

30) Freeman S. ‘Uberization’ of Everything Is Happening, but Not Every ‘Uber’ Will Succeed  // Электронный ресурс - http:// www.huffingtonpost.ca/2015/04/01/uberization-uber-of-everything\_n\_6971752.html.

31) Busch Christoph and  Hans and  Aneta and Zoll Fryderyk. The Rise of the Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer Law? Электронный ресурс - https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\_id=2754100.2016.

**4. Интернет - ресурсы**

1) Экономика в телефоне, Российская Газета №29 (1008). Электронный ресурс - https://rg.ru/2015/07/28/telefon.html.

2) Юридическая информация. UBER ML B.V. Условия и положения // Электронный ресурс - https://support-uber.com/legal/tos?lang=ru.

3) Amazons underlines guiding principles on digital economy taxation. Электронный ресурс - https://transferpricingnews.com/amazon-underlines-guiding-principles-on-digital-economy-taxation/.

4) Сайт Uber. - Электронный ресурс - URL: https://support-uber.com/legal/tos?lang=ru.

5) Только без рук. Посредника между пассажиром и такси признали транспортной компанией Электронный ресурс URL: https://rg.ru/2018/01/22/agregatora-taksi-priznali-transportnoj-kompaniej.html.

6) Правительство Московской области. Электронный ресурс-https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/organy/oblastnoy-mintrans-podpisal-soglashenie-s-kompaniey-yandekstaksi-ob-informacionnom-vzaimodeystvii-20160526.

7) Правила торговли Facebook. Электронный ресурс-https://ru-ru.facebook.com/policies/commerce.

8) Соглашение между правительством Милана и Эйренби https://sharingcitiesalliance.knowledgeowl.com/help/city-of-milan-and-airbnb-agreement-on-provision-of-hospitality-services.

9) Соглашение между Международным олимпийским комитетом и Айренби - https://www.olympic.org/news/ioc-and-airbnb-announce-major-global-olympic-partnership.

10) SimilarWeb. Электронный ресурс-https://www.similarweb.com/,https://gomakebig.com/worlds-top-10-ecommerce-sites/.

11) Парк высоких технологий, Беларусь. Электронный ресурс - https://www.investinbelarus.by/preferencial-regimes/hi-tech-park/;

12) Технопарк Vilnius Tech Park-https://vilniustechpark.com/.

13) Цифровая повестка Евразийского экономического союза до 2025 года: перспективы и рекомендации. Электронный ресурс - http://www.eurasiancommission.org/ru/act/dmi/SiteAssets/%D0%9E%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80%20%D0%92%D0%91.pdf.

14) Пользовательское соглашение Facebook, гл.4 "Споры" Электронный ресурс - https://ru-ru.facebook.com/legal/terms.

15) Условия использования Instagram. Электронный ресурс -https://help.instagram.com/581066165581870.

16) Условия использования и информация правового характера AliExpress. Электронный ресурс - https://rule.alibaba.com/rule/detail/3900.htm.

17) Роспотребнадзор, Верховный Суд Российской Федерации разъяснил возможность применения национального законодательства о защите прав потребителей к покупкам в зарубежных Интернет - магазинах. Электронный ресурс - https://www.rospotrebnadzor.ru/region/rss/rss.php?ELEMENT\_ID=12334.

18) Данные ВЦИОМ об уровне знания гражданами РФ английского языка. Электронный ресурс - https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/inostrannyj-yazyk-perspektivnaya-investicziya.

19) Право.ru: ВС разрешил рассмотреть в России иск против Facebook. Электронный ресурс - https://pravo.ru/news/223336/.

20) Верховный Суд РФ разрешил судиться с иностранными социальными сетями на территории РФ, сайт ВС РФ. Электронный ресурс - https://www.vsrf.ru/press\_center/mass\_media/29865/.

# 21) AliExpress, Споры на платформе. Электронный ресурс - https://business.aliexpress.ru/help/article/1060579435.

# 22) A better name for the “sharing-economy” // Электронный ресурс- https://medium.com/ouishare-connecting-the collaborative-economy/is-there-a-better-name-for-the-sharing-economy-2d7489e1f56d.

23) BCG. Hopping Aboard the Sharing Economy. 2017 // Электронный ресурс- https://www.bcg.com/publications/2017/strategy-accelerating-growth-consumer-products-hopping-aboard-sharing-economy.aspx.

24) Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms, 5 (2016) Journal of European Consumer and Market Law. . P. 164-169. Электронный ресурс - https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract\_id=2821590.

25) In-demand talent on demand.TM Электронный ресурс- https://www.upwork.com/i/overview/.

26) Better Business Bureau BBBOnLine Code of Online Business Practices. Электронный ресурс - URL: https://www.bbb.org/online/business/dynamicseal.aspx/reliability/code/code.asp.

27) American Arbitration Association - Consumer Due Process Protocol Statement of Principles. Электронный ресурс - URL:https://www.adr.org/sites/default/files/document\_repository/Consumer%20Due%20Process%20Protocol%20(1).pdf.

# 28) Amsterdam and Airbnb announce new unique agreement. Электронный ресурс-https://www.amsterdam.nl/nieuwsarchief/persberichten/2016/persberichten-1/amsterdam-and-airbnb/.

29) Maastricht European Private Law Institute Working Paper N 2016/07. Электронный ресурс - https://ssrn.com/abstract=2883845 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2883845.

1. Шваб К. Четвертая промышленная революция / пер. с англ. М.: Эксмо, 2016. стр.13. [↑](#footnote-ref-1)
2. Гуторович О.В. Четвертая промышленная революция и её возможные последствия - Дискурс №6, 2018. [↑](#footnote-ref-2)
3. Kenney М., Zysman J. The Rise of the Platform Economy // Issues in Science and Technology. 2016. Vol. 32. No. 3. Pp. 61, 65. [↑](#footnote-ref-3)
4. Ершова Т.В., Хохлов Ю.Е. Цифровые платформы для исследований и разработок // Сетевая организация рыночно-ориентированных исследований разработок НТИ и цифровой экономики: проект концепции» / Агентство стратегических инициатив, АНО «Цифровая экономика», РВК. М., 2017. [↑](#footnote-ref-4)
5. Гелисханов И.З., Юдина Т.Н., Бабкин А.В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2018. Т. 11, № 6. С. 22–36. [↑](#footnote-ref-5)
6. Schiek D. Private rule-making and European governance - issues of legitimacy // European Law Review. 2007. 20 (1). P. 3. [↑](#footnote-ref-6)
7. Katyal S.K., Grinvald L.C. Platform Law and the Brand Enterprise // Berkeley Technology Law Journal. 2017. Vol. 32. P. 1135 - 1182. [↑](#footnote-ref-7)
8. Gonzalez A.G. eBay Law: The legal implications of the C2C electronic commerce model // Computer Law & Security Review. 2003. Vol. 19. Iss. 6 December. P. 468 - 473; Katsh E., Rifkin J., Gaitenby A. E-Commerce, E-Disputes, and E-Dispute Resolution: In the Shadow of "eBay Law" // Ohio State Journal on Dispute Resolution. 2000. Vol. 15. N 3. P. 705 - 734. [↑](#footnote-ref-8)
9. Азизкулов Д. М. Цифровая экономика: понятие, особенности и перспективы на российском рынке / Д. М. Азизкулов // Вектор экономики. – 2018. – № 3 (21). – С. 62. [↑](#footnote-ref-9)
10. И.З. Гелисханов , Т.Н. Юдина , А.В. Бабкин Цифровые платформы в экономике: сущность, тенденции, развитие // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. Том 11, № 6, 2018. [↑](#footnote-ref-10)
11. Экономика в телефоне, Российская Газета №29 (1008)- https://rg.ru/2015/07/28/telefon.html. [↑](#footnote-ref-11)
12. Freeman S. ‘Uberization’ of Everything Is Happening, but Not Every ‘Uber’ Will Succeed  // Электронный ресурс - URL: http:// www.huffingtonpost.ca/2015/04/01/uberization-uber-of-everything\_n\_6971752.html. [↑](#footnote-ref-12)
13. #  A better name for the “sharing-economy” // Электронный ресурс- [https://medium.com/ouishare-connecting-the collaborative-economy/is-there-a-better-name-for-the-sharing-economy-2d7489e1f56d](https://medium.com/ouishare-connecting-the-collaborative-economy/is-there-a-better-name-for-the-sharing-economy-2d7489e1f56d).

 [↑](#footnote-ref-13)
14. González A. G. eBay Law: The legal implications of the C2C electronic commerce model // Computer Law & Security Review. 2003. Vol. 19. Iss. 6 December. Pp. 468—473 ; Katsh E., Rifkin J., Gaitenby A. E-Commerce, E-Disputes, and E-Dispute Resolution: In the Shadowof «eBay Law» //Ohio State Journal on Dispute Resolution. 2000. Vol. 15. No. 3. Рр. 705—734. [↑](#footnote-ref-14)
15. Kenney М., Zysman J. The Rise of the Platform Economy // Issues in Science and Technology. 2016. Vol. 32. No. 3. Pp. 61, 65. [↑](#footnote-ref-15)
16. Например, Распоряжение правительства РФ от 4 июня 2019 года №1197-р, Доклад о развитии цифровой интернет - торговли, ЕЭК, 2019 // СПС «КонсультантПлюс» . [↑](#footnote-ref-16)
17. Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions. Online Platforms and the Digital Single Market. Opportunities and Challenges for Europe // European commission. 2016. Электронный ресурс – Режим доступа: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ TXT/?uri=CELEX:520 16DC0288. [↑](#footnote-ref-17)
18. #  Pieter Nooren Should We Regulate Digital Platforms? A New Framework for Evaluating Policy Options // Электронный ресурс- <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/poi3.177>.

 [↑](#footnote-ref-18)
19. Easterbrook F. H. Cyberspace and the Law of the Horse // University of Chicago Legal Forum. 1996. Vol. 1996. Р. 207. [↑](#footnote-ref-19)
20. BCG. Hopping Aboard the Sharing Economy. 2017 // Электронный ресурс- <https://www.bcg.com/publications/2017/strategy-accelerating-growth-consumer-products-hopping-aboard-sharing-economy.aspx>. [↑](#footnote-ref-20)
21. Иванов А.А. Бизнес-агрегаторы и право // Закон. 2017. N 5. // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-21)
22. #  Федеральный закон О внесении изменений в Закон Российской Федерации О защите прав потребителей от 29.07.2018 N 250-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

 [↑](#footnote-ref-22)
23. Discussion Draft of a Directive on Online Intermediary Platforms, 5 (2016) Journal of European Consumer and Market Law. . P. 164-169. Электронный ресурс - URL: https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract\_id=2821590. [↑](#footnote-ref-23)
24. Иванов А.А. Бизнес-агрегаторы и право // Закон. 2017. № 5. // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-24)
25. #  Юридическая информация. UBER ML B.V. Условия и положения // Электронный ресурс - <https://support-uber.com/legal/tos?lang=ru>.

 [↑](#footnote-ref-25)
26. См п.5 там же. [↑](#footnote-ref-26)
27. Например, интернет-магазин Ozon. [↑](#footnote-ref-27)
28. Например, сервис Яндекс.Еда. [↑](#footnote-ref-28)
29. См. там же. [↑](#footnote-ref-29)
30. Например, краудфандинговые платформы, такие как: Planeta.ru. [↑](#footnote-ref-30)
31. Например, Uber, Такси Максим, Яндекс.Такси заключают договор коммерческой концессии с юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями. [↑](#footnote-ref-31)
32. #  Статья 1005 Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

 [↑](#footnote-ref-32)
33. European Commission, ‘Public Consultation on the Regulatory Environment for Platforms, Online Intermediaries, Data and Cloud Computing and the Collaborative Economy’ (2015) 5, https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-regulatoryenvironmentplatforms-online-intermediaries-data-and-cloud. [↑](#footnote-ref-33)
34. Директива 2000/31/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза "О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции (Директива об электронной коммерции)" [рус., англ.] (Вместе с "Исключениями из статьи 3") (Принята в г. Люксембурге 08.06.2000) // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-34)
35. Федеральный закон от 31.03.1999 № 69‑ФЗ (ред. от 26.07.2017) «О газоснабжении в Российской Федерации». Ст. 2 // СЗ РФ. 1999. № 14. Ст. 1667. [↑](#footnote-ref-35)
36. Федеральный закон от 26.03.2003 № 35‑ФЗ (ред. от 29.07.2017) «Об электроэнергетике». Ст. 2 // СЗ РФ. 2003. № 13. Ст. 1177. [↑](#footnote-ref-36)
37. Егорова М. А. Развитие норм о доминирующем положении в четвертом антимонопольном пакете // Юрист. 2016. № 7. С. 10—14. [↑](#footnote-ref-37)
38. Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей, утв. Резолюцией Генеральной Ассамблеей ООН от 22.12.2015 № 70/186. [↑](#footnote-ref-38)
39. Ст.141.1 [Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 31.07.2020)](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/) // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-39)
40. Digital Economy Act, 2017- https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2017/30/part/6/crossheading/online-social-media-platforms [↑](#footnote-ref-40)
41. [Digitalisation, online platforms and competition law: an overview of regulatory developments in the Netherlands (2019)](http://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2019/12/02/digitalisation-online-platforms-and-competition-law-an-overview-of-regulatory-developments-in-the-netherlands-2019/), [Mariska van de Sanden](http://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/author/mariska-van-de-sanden/), [Tialda Beetstra](http://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/author/tialda-beetstra/) ([Bird & Bird, The Netherlands](http://www.twobirds.com/))/[December 2, 2019](http://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2019/12/02/digitalisation-online-platforms-and-competition-law-an-overview-of-regulatory-developments-in-the-netherlands-2019/) /[1 Comment](http://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2019/12/02/digitalisation-online-platforms-and-competition-law-an-overview-of-regulatory-developments-in-the-netherlands-2019/#comments)- http://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2019/12/02/digitalisation-online-platforms-and-competition-law-an-overview-of-regulatory-developments-in-the-netherlands-2019/ [↑](#footnote-ref-41)
42. Commission Staff Working Document, ‘A Single Market Strategy for Europe: Analysis and Evidence’, SWD (2015) 202 final, 6. [↑](#footnote-ref-42)
43. Amazons underlines guiding principles on digital economy taxation Электронный ресурс- https://transferpricingnews.com/amazon-underlines-guiding-principles-on-digital-economy-taxation/. [↑](#footnote-ref-43)
44. Schultz Т. Private legal systems: what cyberspace might teach legal theorists  // Yale Journal of Law and Technology. 2008. Vol. 10. Рp. 168, 173—176. [↑](#footnote-ref-44)
45. См. тамже Schultz Т. P. 178. [↑](#footnote-ref-45)
46. См. тамже Schultz Т. P. 179. [↑](#footnote-ref-46)
47. Сайт Uber. - URL: https://support-uber.com/legal/tos?lang=ru (дата обращения 22.03.2019). [↑](#footnote-ref-47)
48. Только без рук. Посредника между пассажиром и такси признали транспортной компанией [Электронный ресурс]. URL: https://rg.ru/2018/01/22/agregatora-taksi-priznali-transportnoj-kompaniej.html (дата обращения: 28.03.2019). [↑](#footnote-ref-48)
49. Например, в США действуют разные правила для краткосрочной аренды недвижимости, в зависимости от рассматриваемой области- https://www.nola.gov/short-term-rentals/ [↑](#footnote-ref-49)
50. Christopher Koopman et al. ‘The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change’ (2014) Mercatus Working Paper, 1 https://www.mercatus.org/publication/sharingeconomy-and-consumer-protection-regulation-case-policy-change. [↑](#footnote-ref-50)
51. In-demand talent on demand.TM- https://www.upwork.com/i/overview/. [↑](#footnote-ref-51)
52. Better Business Bureau BBBOnLine Code of Online Business Practices. URL: https://www.bbb.org/online/business/dynamicseal.aspx/reliability/code/code.asp. [↑](#footnote-ref-52)
53. American Arbitration Association - Consumer Due Process Protocol Statement of Principles.Электронный ресурс - URL:https://www.adr.org/sites/default/files/document\_repository/Consumer%20Due%20Process%20Protocol%20(1).pdf. [↑](#footnote-ref-53)
54. #  Amsterdam and Airbnb announce new unique agreement. Электронный ресурс-https://www.amsterdam.nl/nieuwsarchief/persberichten/2016/persberichten-1/amsterdam-and-airbnb/.

 [↑](#footnote-ref-54)
55. Правительство Московской области. Электронный ресурс-https://mosreg.ru/sobytiya/novosti/organy/oblastnoy-mintrans-podpisal-soglashenie-s-kompaniey-yandekstaksi-ob-informacionnom-vzaimodeystvii-20160526. [↑](#footnote-ref-55)
56. Правила торговли Facebook. Электронный ресурс-https://ru-ru.facebook.com/policies/commerce. [↑](#footnote-ref-56)
57. Соглашение между правительством Милана и Эйренби https://sharingcitiesalliance.knowledgeowl.com/help/city-of-milan-and-airbnb-agreement-on-provision-of-hospitality-services. [↑](#footnote-ref-57)
58. Например, Соглашение между Международным олимпийским комитетом и Айренби - https://www.olympic.org/news/ioc-and-airbnb-announce-major-global-olympic-partnership. [↑](#footnote-ref-58)
59. SimilarWeb. Электронный ресурс-https://www.similarweb.com/,https://gomakebig.com/worlds-top-10-ecommerce-sites/. [↑](#footnote-ref-59)
60. Парк высоких технологий, Беларусь - https://www.investinbelarus.by/preferencial-regimes/hi-tech-park/; Технопарк Vilnius Tech Park-https://vilniustechpark.com/. [↑](#footnote-ref-60)
61. Поощрение и защита права на свободу мнений и их свободное выражение Записка Генерального секретаря Организация Объединенных Наций A/66/290 Генеральная Ассамблея 2016 URL: <http://cyberpeace.org.ua/files/ii_a_6.pdf>. [↑](#footnote-ref-61)
62. Муратова О.В. Концепция транснационального потребительского права в современном мире // Lex Russica. 2019. №7 (152). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-transnatsionalnogo-potrebitelskogo-prava-v-sovremennom-mire. [↑](#footnote-ref-62)
63. Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле (Принят в г. Нью-Йорке 28.05.1996 - 14.06.1996 на 29-й сессии ЮНСИТРАЛ) // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-63)
64. См. Муратова О.В. Концепция транснационального потребительского права в современном мире // Lex Russica. 2019. №7 (152). [↑](#footnote-ref-64)
65. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce')- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32000L0031>. [↑](#footnote-ref-65)
66. Busch Christoph and  Hans and  Aneta and Zoll Fryderyk. The Rise of the Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer Law? Электронный ресурс - https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\_id=2754100.2016. [↑](#footnote-ref-66)
67. Maastricht European Private Law Institute Working Paper N 2016/07. Электронный ресурс - https://ssrn.com/abstract=2883845 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2883845;  [↑](#footnote-ref-67)
68. Резник Р.С. Договоры с участием потребителя в международном частном праве: Дис. ... канд. юрид. наук. М., 2018. С. 125. [↑](#footnote-ref-68)
69. Цифровая повестка Евразийского экономического союза до 2025 года: перспективы и рекомендации-http://www.eurasiancommission.org/ru/act/dmi/SiteAssets/%D0%9E%D0%B1%D0%B7%D0%BE%D1%80%20%D0%92%D0%91.pdf [↑](#footnote-ref-69)
70. Рекомендация Коллегии Евразийской экономической комиссии
от 21 ноября 2017 г. № 27
"Об общих подходах к проведению государствами - членами Евразийского
экономического союза согласованной политики в сфере защиты
прав потребителей при реализации товаров (работ, услуг)
дистанционным способом"- https://www.alta.ru/tamdoc/17rk0027/. [↑](#footnote-ref-70)
71. См. там же ст.13, ст.14. [↑](#footnote-ref-71)
72. Например: ст.14 Ответственность продавца (исполнителя, изготовителя) за нарушение требований к информации, предоставляемой потребителю, устанавливается законодательством государств-членов. [↑](#footnote-ref-72)
73. #  ст. 9 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1) О защите прав потребителей// СПС «КонсультантПлюс».

 [↑](#footnote-ref-73)
74. #####  Закон Республики Казахстан от 25 июня 2020 года № 347-VI «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам регулирования цифровых технологий»- https://online.zakon.kz/Document/?doc\_id=34230083; Проект Закона Кыргызской Республики "Об электронной коммерции" - http://www.mineconom.gov.kg/ru/discussion/9#.

 [↑](#footnote-ref-74)
75. North American Free trade Agreement (online): URL: http://www.infoplease.com/ipa/ A0104566.htm. [↑](#footnote-ref-75)
76. North American Free trade Agreement- https://www.trade.gov/north-american-free-trade-agreement-nafta. [↑](#footnote-ref-76)
77. Соглашение между Соединенными Штатами Америки, Мексиканскими Соединенными Штатами и Канадой- https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/united-states-mexico-canada-agreement/agreement-between. [↑](#footnote-ref-77)
78. Школяр Н. Новое НАФТА: свободная торговля под прицелом протекционизма, РСМД- https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/united-states/novoe-nafta-svobodnaya-torgovlya-pod-pritselom-protektsionizma/. [↑](#footnote-ref-78)
79. Uniform Mediation Act (Last Revised or Amended in 2003)- http://fedim.ru/wp-content/uploads/2014/07/UNIFORM\_MEDIATION\_ACT\_en.pdf. [↑](#footnote-ref-79)
80. О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей" и Федеральный закон "Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)" в части создания правовой основы для развития системы альтернативных онлайн - механизмов урегулирования споров - https://sozd.duma.gov.ru/bill/1138398-7. [↑](#footnote-ref-80)
81. См. там же ст.19.7. [↑](#footnote-ref-81)
82. Christoph Busch The Rise of the Platform Economy: A New Challenge for EU Consumer Law, 5 (2016) Journal of European Consumer and Market Law 3 (Publisher: C.H. Beck). Электронный ресурс - https://ssrn.com/abstract=2754100. [↑](#footnote-ref-82)
83. Постановление Суда ЕС (Большая палата) от 20.12.2017 по делу № C-434/15 Профессиональная ассоциация элитных такси (Asociacion Profesional Elite Taxi) против Общества с ограниченной ответственностью "Убер Системс" Испании (Uber Systems Spain SL) // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-83)
84. Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 09.01.2018 № 5-КГ17-220 // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-84)
85. Решение Тушинского районного суда по делу № 02-1153/2018 от 15.06.2018 // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-85)
86. Определение Седьмого кассационного суда общей юрисдикции от 09.01.2020 № 88-672/2020 // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-86)
87. Например, Пользовательское соглашение Facebook, гл.4 "Споры"- https://ru-ru.facebook.com/legal/terms. [↑](#footnote-ref-87)
88. Spreadex Ltd v Cochrane [2012] EWHC 1290 (Comm) (18 May 2012). Available at: http://www.bailii.org/ew/cases/EWHC/Comm/2012/1290.html. [↑](#footnote-ref-88)
89. Hayes D . (1997) The Enforceability of Shrink-wrap License Agreements On-Line and Off-Line . Fenwick & West LLP . Available at: http://euro .ecom .cmu .edu/program/law/08-732/Transactions/ShrinkwrapFenwick .pdf. [↑](#footnote-ref-89)
90. См. там же. [↑](#footnote-ref-90)
91. Канашевский В .А . Коллизионное регулирование договоров с участием потребите-лей // Международное публичное и частное право . 2016 . N 4 . С . 22–25. [↑](#footnote-ref-91)
92. Савельев А .И . Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулиро-вание. М .: Статут, 2014 . 543 с. [↑](#footnote-ref-92)
93. Сергеева О.В. Влияние цифровизации на регулирование преддоговорных отношений // Право. Журнал высшей школы экономии, №3, 2020. [↑](#footnote-ref-93)
94. пп. 2 ст. 18.1. [Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 08.12.2020) О персональных данных (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.12.2020)](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/) // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-94)
95. Условия использования Instagram. Электронный ресурс -https://help.instagram.com/581066165581870. [↑](#footnote-ref-95)
96. Мажорина М.В. Киберпространство и методология международного частного права // Право. Журнал Высшей школы экономики. 2020. N 2. С. 230 - 253. [↑](#footnote-ref-96)
97. Условия использования и информация правового характера AliExpress. Электронный ресурс - https://rule.alibaba.com/rule/detail/3900.htm. [↑](#footnote-ref-97)
98. Hill Jonathan. Cross-Border Consumer Contracts. Oxford University Press, 2008. P. 193. [↑](#footnote-ref-98)
99. Hines v Overstock.com Inc. 668 F Supp 2d 2009; Hubbert v Dell Corp 835 NE 2d 113 (III App Ct 2005); Caspi v The Microsoft Network, LLC 323 NJ Super 118, 732 A 2d 528 (NJ App Div 1999). [↑](#footnote-ref-99)
100. Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 09.01.2018 № 5-КГ17-220 // СПС **«**КонсультантПлюс**»**; Постановление Суда ЕС (Большая палата) от 20.12.2017 по делу N C-434/15 "Профессиональная ассоциация элитных такси (Asociacion Profesional Elite Taxi) против Общества с ограниченной ответственностью "Убер Системс" Испании (Uber Systems Spain SL)" // СПС **«**КонсультантПлюс**»**. [↑](#footnote-ref-100)
101. #  Регламент (ЕС) № 593/2008 Европейского парламента и Совета от 17 июня 2008 г. о праве, подлежащем применению к договорным обязательствам («Рим I»).

 [↑](#footnote-ref-101)
102. Определение Верховного Суда РФ от 09.06.2020 г. №5-КГ20-49 (Тарло Е.Г. Против Facebook inc); Kershenbaum v Buy.com, Inc 2010 WL 3800339 (Cal App 4 Dist); ECJ Rules that Information Provided via Website or Hyperlink Does Not Meet Requirements of Consumer Distance Contracts' // http://www.mondaq.com/x/190226/Consumer+Law/Van+Bael+Bellis. [↑](#footnote-ref-102)
103. Tang Zheng Sophia. Electronic Consumer Contracts in the Conflict of Laws. Hart Publishing, 2009. P. 170. [↑](#footnote-ref-103)
104. [ст.435 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 № 146-ФЗ](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34154/) // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-104)
105. [п.1 ст.1212 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть третья)" от 26.11.2001 N 146-ФЗ](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34154/) // СПС «КонсультантПлюс»". [↑](#footnote-ref-105)
106. Гришаев С.П. Постатейный комментарий к части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-106)
107. #  Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 09.07.2019 N 24 "О применении норм международного частного права судами Российской Федерации"-http://www.consultant.ru/document/cons\_doc\_LAW\_328771/.

 [↑](#footnote-ref-107)
108. п.45 См.там же. [↑](#footnote-ref-108)
109. ###  Роспотребнадзор, Верховный Суд Российской Федерации разъяснил возможность применения национального законодательства о защите прав потребителей к покупкам в зарубежных Интернет - магазинах. - https://www.rospotrebnadzor.ru/region/rss/rss.php?ELEMENT\_ID=12334.

 [↑](#footnote-ref-109)
110. Постановление Президиума Московского городского суда от 18 сентября 2018 г. по делу № 44г-259/18. [↑](#footnote-ref-110)
111. Абрамова Е.Н., Аверченко Н.Н., Грачев В.В. [и др.]. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации. Часть третья: учеб.-практ. комментарий / под ред. докт. юрид. наук, проф. А.П. Сергеева. Изд. 2-е, перераб. и доп. М.: Проспект, 2016. [↑](#footnote-ref-111)
112. Апелляционное определение Московского городского суда от 22 сентября 2017 г. по делу № 33-25854/17. [↑](#footnote-ref-112)
113. Например, Апелляционное определение Саратовского областного суда от 20.11.2018 по делу № 33-8489/2018 (Спор, вытекающий из договора возмездного оказания услуг, с участием иностранной компании). [↑](#footnote-ref-113)
114. Апелляционное определение Верховного Суда РФ от 15 декабря 2020 г. № 34-КГ20-6-К3. [↑](#footnote-ref-114)
115. Например, по состоянию на 2019 года лишь 5% россиян свободно владеют английским языком, данные ВЦИОМ- https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/inostrannyj-yazyk-perspektivnaya-investicziya. [↑](#footnote-ref-115)
116. Tang Z.S. Consumer contracts and the Internet in EU private international law // Research Handbook on EU Internet Law / A. Savin, J. Trzaskowski, ed. Cheltenham: Edward Elgar, 2014. p. 254 - 284. [↑](#footnote-ref-116)
117. #  Конвенция о вручении за границей судебных и внесудебных документов по гражданским или торговым делам (заключена в г. Гааге 15.11.1965) // СПС «КонсультантПлюс».

 [↑](#footnote-ref-117)
118. #  Информация Минюста России О порядке составления и исполнения запросов о вручении документов и получении доказательств по гражданским или торговым делам в рамках Конвенции о вручении за границей судебных и внесудебных документов по гражданским или торговым делам 1965 года, Конвенции о получении доказательств по гражданским или торговым делам 1970 года и Конвенции по вопросам гражданского процесса 1954 года // СПС «КонсультантПлюс».

 [↑](#footnote-ref-118)
119. Например, Верховный Суд РФ разрешил судиться с иностранными социальными сетями на территории РФ, сайт ВС РФ. Электронный ресурс - https://www.vsrf.ru/press\_center/mass\_media/29865/. [↑](#footnote-ref-119)
120. Постановление мирового судьи судебного участка № 374 Таганского района г. Москвы, № 05-0168 / 374/2020 от 13.02.2020. [↑](#footnote-ref-120)
121. #  Федеральный закон «О персональных данных от 27.07.2006» N 152-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

 [↑](#footnote-ref-121)
122. ст.5 Федерального закона «О персональных данных от 27.07.2006» от 27.07.2006 N 152-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-122)
123. Право.ru: ВС разрешил рассмотреть в России иск против Facebook - https://pravo.ru/news/223336/. [↑](#footnote-ref-123)
124. Определение Верховного Суда РФ от 09.06.2020 г. №5-КГ20-49 (Тарло Е.Г. Против Facebook inc). [↑](#footnote-ref-124)
125. Kershenbaum v Buy.com, Inc 2010 WL 3800339 (Cal App 4 Dist). [↑](#footnote-ref-125)
126. П.2.2 См. там же. [↑](#footnote-ref-126)
127. Определение Конституционного Суда РФ от 17.01.2012 N 145-О-О "Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Величковского Леонида Борисовича на нарушение его конституционных прав статьями 28, 29, 32, 33 и 222 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации" // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-127)
128. [↑](#footnote-ref-128)
129. Обзор судебной практики по делам, связанным с защитой прав потребителей финансовых услуг (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 27.09.2017) // СПС «КонсультантПлюс». [↑](#footnote-ref-129)
130. Например, Постановление Верховного Суда РФ от 1 июня 2016 г. N 308-АД16-628 по делу № А53-19933/2015; Определение Верховного Суда РФ от 13 марта 2015 № 307-АД14-7301. [↑](#footnote-ref-130)
131. #  ст. 14.8 («*Включение в договор условий, ущемляющих права потребителя, установленные законодательством о защите прав потребителей*») Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. от 30.12.2020) // СПС «КонсультантПлюс».

 [↑](#footnote-ref-131)
132. Reich N. Transnational Consumer Law-Reality or Fiction? // Penn State International Law Review. 2009. Vol. 27. P. 861. [↑](#footnote-ref-132)
133. Maniruzzaman, A. F. M. The Lex Mercatoria and International Contracts: A Challenge for International Commercial Arbitration? / A.F.M. Maniruzzaman // American University International Review.– 1999.–Vol.14, iss. 3.– P.657–734. [↑](#footnote-ref-133)
134. Patrikios, A. Resolution of Cross-border E-Business Disputes by Arbitration Tribunals on theBasis of Transnational Substantive Rules of Law andE-Business Usages: The Emergence of the LexInformatica / A. Patrikios // 21st BILETA Conference:Globalisation and Harmonisation in Technology Law.April 2006, Malta.– [S. l.]: British& Irish Law,Education and Technology Association, 2006.– 39 p. [↑](#footnote-ref-134)
135. Ortiz, A. L. Arbitration and IT / A. L. Ortiz// Arbitration International.– 2005.– Iss. 3.– P. 343–360. [↑](#footnote-ref-135)
136. Например, AliExpress, Споры на платформе - https://business.aliexpress.ru/help/article/1060579435. [↑](#footnote-ref-136)
137. Алексеева Е.В. Защита потребителей при трансграничной электронной торговле // Академический вестник. 2013. N 1 (23). С. 16 - 23; Мажорина М.В. Сетевая парадигма международного частного права: конкурирование концепции // Актуальные проблемы российского права. 2019. N 4. С. 140 - 159. [↑](#footnote-ref-137)
138. Online Dispute Resolution: Resolving Conflicts in Cyberspace E. Katsh, M. Katsh, J. Rifkin, 2001. p. 105. [↑](#footnote-ref-138)