

СТАТЬИ

ПРЕДЕЛЫ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ВЛАДЕЛЬЦЕВ МАРКЕТПЛЕЙСОВ ПЕРЕД ПОТРЕБИТЕЛЯМИ В РФ И США

К.К. Краулин

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

109028, Россия, Москва, Большой Трёхсвятительский пер., 3

Аннотация

В работе анализируются пределы гражданско-правовой ответственности владельцев агрегаторов за действия продавцов (исполнителей), предложения которых размещены на агрегаторе, перед потребителями в РФ и США. Задачами исследования является выявление основных тенденций регулирования деятельности владельцев агрегаторов и подготовка предложений по внесению изменений в российское законодательство с учетом опыта зарубежных правовых порядков. Актуальность исследования обусловлена общемировым трендом на расширение пределов ответственности цифровых платформ, что подтверждается как отдельными законодательными инициативами последних лет, так и доктринальными исследованиями и дискуссиями в СМИ. В статье последовательно рассматриваются специальные нормы российского законодательства о защите прав потребителей, регламентирующие правовой статус владельцев агрегаторов. Затем анализируются наиболее значимые судебные споры, рассмотренные судами РФ и США, отражающие основные тенденции в сфере разграничения пределов ответственности владельца агрегатора как посредника и непосредственно самого продавца (исполнителя). Помимо этого, автор выявляет и обосновывает основные проблемы применения норм об ответственности владельцев агрегаторов в РФ и США. В частности, применительно к РФ обращается внимание на противоположные судебные решения относительно наличия правового статуса владельца агрегатора у одного и того же юридического лица, а также излишне формальный подход судов, зачастую учитывающих только буквальное содержание соглашений владельца сервиса с пользователями. По результатам исследования сделан вывод о необходимости расширения пределов ответственности владельцев агрегаторов в РФ. По мнению автора, справедливым будет введение субсидиарной ответственности таких субъектов перед потребителями, условия применения которой предлагается определить законом.

Ключевые слова

владельцы агрегаторов, ответственность владельцев агрегаторов, защита прав потребителей, цифровое право, цифровые платформы

Конфликт интересов

Автор сообщает об отсутствии конфликта интересов.

Финансирование

Исследование не имело спонсорской поддержки.

Для цитирования

Краулин, К. К. (2022). Пределы гражданско-правовой ответственности владельцев маркетплейсов перед потребителями в РФ и США. *Цифровое право*, 3(3), 20–42. <https://doi.org/10.38044/2686-9136-2022-3-3-20-42>

Поступила: 14.04.2022, принята в печать: 30.06.2022, опубликована: 30.09.2022

ARTICLES

LIMITS OF PRODUCT LIABILITY OF THE MARKETPLACE OWNERS IN THE RUSSIAN FEDERATION AND THE USA

Konstantin K. Kraulin

Higher School of Economics (HSE University)

3, Bolshoy Trekhsvyatitskiy Pereulok, Moscow, Russia, 109028

Abstract

The paper analyzes the limits of product liability of the marketplace for the actions of sellers (performers) in both countries. Research objectives are to identify the main trends in regulating the business of marketplace owners and prepare proposals for amendments to Russian legislation in view of the foreign experience. The relevance of the study is due to the global trend to expand the limits of liability of digital platforms, as evidenced by individual legislative initiatives in recent years, as well as doctrinal studies and discussions in the media. The paper consistently analyzes the special provisions of Russian legislation on consumer protection, which determine the legal status of the owners of marketplaces. Then it reviews the most significant legal disputes in Russia and the USA reflecting the main trends in the field of defining the limits of liability of the owner of the marketplace as an intermediary and directly the seller (performer). Besides, the author identifies and substantiates the main enforcement problems of the responsibility of owners of aggregators in Russia and in the USA. In particular, the author describes the controversial decisions of Russian courts regarding the legal status of the «owner of the aggregator» in the same legal entity. The courts' formalistic approach based on the literal content of the marketplace owner's agreements with users is also mentioned. Finally, it is concluded that it would be fair to consolidate the subsidiary liability of the «owners of aggregators» at the legislative level.

Keywords

marketplaces, liability of the marketplaces, consumer protection, digital law, digital platforms

Conflict of interest

The author declares no conflict of interest.

Financial disclosure

The study had no sponsorship.

For citation

Kraulin, K. K. (2022). Limits of product liability of the marketplace owners in the Russian Federation and the USA. *Digital Law Journal*, 3(3), 20–42. <https://doi.org/10.38044/2686-9136-2022-3-3-20-42>

Submitted: 14 Apr. 2022, accepted: 30 June 2022, published: 30 Sep. 2022

Введение

В научно-исследовательских работах по вопросам цифрового права принято начинать изложение с констатации бурного развития технологий и их влияния на общественные отношения во всех сферах жизнедеятельности. Не изменяя традиции, хочется процитировать одно из определений судов общей юрисдикции, которое на уровне судебного правоприменения подчеркивает актуальность выбранной темы¹:

«Одной из новых возможностей, открывшихся в результате развития средств коммуникации в целом и сети Интернет в частности, стала электронная торговля (коммерция). В связи с широким развитием рынка электронной коммерции появился специфический субъект цифровых экономических отношений — посредники по размещению на собственных сайтах за плату предложений предпринимателей о продаже товаров (услуг). При этом посредники в экономических правоотношениях, связанных с электронной коммерцией, не являясь владельцами электронных продуктов, размещаемых на их сайтах»

С экономической точки зрения функция таких посредников (они же — владельцы агрегаторов, цифровые посредники, операторы цифровых платформ и пр.²), как справедливо обратил внимание А.А. Иванов, заключается в том, что они «соединяют самостоятельных экономических агентов — производителей и потребителей — посредством специальной инфраструктуры, обычно связанной с использованием сети Интернет» (Ivanov, 2017). В судебной практике агрегаторы определяются в том числе как «информационные ресурсы (платформы), на которых потребитель имеет возможность получить информацию о товаре (услуге), оформить заказ и оплатить его»³. В пояснительной записке к законопроекту, по результатам рассмотрения которого владельцы агрегаторов стали субъектами Закона о защите прав потребителей, агрегатор определяется как «информационный посредник, вступающий с потребителями в возмездные отношения, но сам при этом не заключающий сделки по купле-продаже товаров (возмездному оказанию услуг)»⁴.

Безусловно, участие посредника актуально не только в отношениях с участием потребителя. Цифровизация общественных отношений и рынок e-commerce как одно из ее проявлений одинаково затрагивает и B2B⁵, и B2G⁶ отношения. В то же время представляется, что в настоящий момент

¹ Апелляционное определение Саратовского областного суда от 09.11.2021 по делу № 33-7872/2021, 2-620/2021.

² Далее в настоящем исследовании указанные и сходные с ними термины используются в синонимичном значении.

³ Решения Курганского городского суда Курганской области от 15.09.2021 по делу № 2а-9770/2021; от 10.06.2021 по делу № 2А-7186/2021; от 24.12.2020 по делу № 2а-11954/2020.

⁴ Пояснительная записка к проекту федерального закона «О внесении изменений в Закон Российской Федерации “О защите прав потребителей”» (законопроект № 126869-7). <https://sozd.duma.gov.ru/download/14A92C2B-2B52-44B6-9145-4CA51DB8BB66>

⁵ B2B (business-to-business) — торговые отношения между юридическими лицами; нацеленность бизнеса производить товары и услуги для другого бизнеса, а не для рядового покупателя.

⁶ B2G (business-to-government) — отношения, где одной из сторон выступают государственные клиенты (органы государственной власти, госкомпании и пр.).

вопросы, связанные именно с защитой прав потребителей (B2C-отношения), являются наиболее острыми и актуальными с точки зрения запроса общества и государства на их упорядочивание и урегулирование с учетом вызовов всеобщей цифровизации⁷.

Нарушения прав потребителей повсеместно встречаются и в повседневной жизни (Gubaeva, 2020), однако в цифровой среде и в первую очередь в сети Интернет риски соответствующих злоупотреблений видятся еще более высокими. Как справедливо отмечает С.Г. Долгов, «цифровизация не только улучшила возможность пользования всевозможными сервисами, но и выявила серьезные проблемы, связанные с защитой прав потребителей» (Dolgov, 2021).

В Докладе Совета при Президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека «Цифровая трансформация и защита прав граждан в цифровом пространстве» от 1 декабря 2021 г. обращается внимание, что в современном мире, и в РФ в частности, сформировалось новое, ранее не известное явление — «цифровая власть», которая по своей роли и значимости в общественных процессах может рассматриваться как полноценная «параллельная» ветвь власти. Одним из основных субъектов такой власти, по мнению авторов данного доклада, являются цифровые платформы, которые «приобретают огромную власть над рынком и его “свободными” экономическими агентами», негативными последствиями которой являются в том числе существенное снижение социальных гарантий для лиц, чьи услуги (работы) агрегируются платформой, а также ценовая дискриминация потребителей⁸.

«Цифровая власть» платформ-агрегаторов обусловлена целым рядом особенностей «платформенной экономики»⁹. Так, Организация экономического сотрудничества и развития (OECD) еще в 2019 г. сформулировала следующие экономические особенности платформ¹⁰:

- масштабирование без затрат (пер. с англ. scale without mass), то есть возможность ведения бизнеса во всем мире без необходимости физического присутствия;
- неограниченный охват (пер. с англ. potentially global reach), обусловленный трансграничным характером Интернета;
- перекрестное субсидирование (пер. с англ. cross-subsidisation), то есть возможность установления более высоких цен для одних потребителей и более низких цен для других;
- возможность использования практически неограниченных массивов пользовательских данных, в том числе в коммерческих целях и др.

Перечисленные особенности создают благоприятную среду не только для развития «прорывных инноваций» (“disruptive innovations”)¹¹, но и для злоупотреблений как самими владельцами агрегаторов, так и их бизнес-партнерами в лице продавцов (исполнителей). В отличие от сделок, совершаемых потребителями в розничной торговле, в e-commerce возможности для эффективной и оперативной защиты прав покупателя или получателя услуги осложнены наличием посредника в лице платформы. Рядовой потребитель зачастую вынужден

⁷ См. об этом, например: Банк России. (2021). Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на 2022 год и период 2023 и 2024 годов. http://www.cbr.ru/content/document/file/131935/onfr_2021-12-24.pdf

⁸ См.: Совет при Президенте РФ по развитию гражданского общества и правам человека. (2021). Цифровая трансформация и защита прав граждан в цифровом пространстве. http://www.president-совет.ru/docs/doclad_SPCh.docx

⁹ От англ. “platform economy”. Она же “sharing economy”, “gig economy”, “peer economy” и пр. См.: Chan, D., Voortman, F., & Rogers, S. (2019). *The rise of the platform economy*. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/nl/Documents/humancapital/deloitte-nl-hc-the-rise-of-the-platform-economy-report.pdf>

¹⁰ OECD. (2019). An introduction to online platforms and their role in the digital transformation. <https://doi.org/10.1787/53e5f593-en>

¹¹ Disruptive innovations, см. OECD (2019).

предпринимать значительно больше действий для идентификации своего контрагента и предъявления ему требований, при этом оператор платформы, который в действительности является бенефициаром совершаемых на ней сделок (Lobel, 2016), все еще не имеет достаточных юридических и экономических стимулов для того, чтобы оказывать такому потребителю содействие в защите его прав или минимизировать риски таких нарушений.

В связи с изложенным целью настоящего исследования является определение таких пределов ответственности владельцев агрегаторов, которые бы наиболее отвечали интересам общества и государства, с одной стороны, гарантируя должный уровень защиты прав потребителей, и с другой — не ограничили бы рынок цифровых платформ и IT-индустрию в целом, развитие которого в последнее время стало чуть ли не ключевым направлением государственной политики РФ.

Также хотелось бы обратить внимание, что использованные вместо эпиграфа к настоящему исследованию выдержки из определения Саратовского областного суда следует рассматривать не только как яркий пример удачной инкорпорации доктринальных изысканий (Semyakin, 2020; Suvorov, 2019)¹² в решения по конкретным спорам, а в первую очередь как объективное наличие запроса профессионального сообщества на научные исследования в сфере цифрового права, которые могли бы стать шлюзом для большого корабля российской судебной системы в его затянувшемся плавании к единообразной правоприменительной практике, которая бы учитывала не только букву закона, но и социально-экономические факторы динамично развивающегося рынка.

Результаты

Закрепленная в Законе о защите прав потребителей модель ограниченной ответственности владельцев агрегаторов видится несправедливой и нарушающей баланс интересов не только потребителей и бизнеса, но и онлайн- и офлайн-ритейлеров. Существующий иммунитет владельцев агрегаторов от ответственности за действия продавцов и исполнителей, де-факто являющихся их бизнес-партнерами, не соответствует существу экономических отношений между указанными субъектами и не отвечает общественным интересам.

Видится очевидным, что пределы ответственности владельца агрегатора не должны ограничиваться одним лишь предоставлением потребителю всей необходимой информации. Владелец агрегатора в определенных случаях должен нести ответственность за своих бизнес-партнеров, оказывающих потребителям услуги или продающих им товары.

Правильность такого подхода подтверждается и опытом США, где он постепенно получает все большее распространение в судебной практике различных штатов. Однако следует отметить, что специальные нормативные правовые акты, которые бы прямо закрепляли расширение ответственности владельцев агрегаторов, в США пока существуют лишь в форме законопроектов.

Представляется, что с учетом предпосылок, описанных в настоящем исследовании, и «цифровой власти» владельцев агрегаторов, указанные субъекты должны нести как минимум субсидиарную ответственность перед потребителями. При этом такая ответственность должна основываться не на гражданско-правовой квалификации отношений между потребителем,

¹² Процитированное в начале настоящего исследования определение одного из судов является не результатом «судебного правотворчества», а представляет собой компиляцию судом фрагментов научных статей М.Н. Семякина и Е.Д. Суворова. Что, однако, является исключительно позитивным.

владельцем агрегатора и продавцом (исполнителем), а на соответствии критериям, которые будут установлены в законе и в случае соответствия которым на владельца (оператора) платформы будет распространяться специальный правовой статус владельца агрегатора по аналогии с тем, как предусматривает абз. 13 преамбулы Закона о защите прав потребителей.

В связи с этим видится целесообразным дополнить Закон о защите прав потребителей положениями об ответственности владельцев агрегаторов, помимо тех, которые уже предусмотрены ст. 12 Закона о защите прав потребителей, и условиях ее применения. Заслуживающим внимания также видятся предложения отдельных исследователей дифференцировать пределы ответственности владельцев агрегаторов в зависимости от особенностей агрегируемых им товаров или услуг (например, услуг такси) (Shaidullina, 2020; Markelova, 2021). Данный вопрос также может стать предметом отдельного исследования.

Вместе с тем само по себе закрепление в законе нового режима ответственности владельцев агрегаторов будет недостаточно эффективным до тех пор, пока в судебной практике не будут устранены имеющиеся противоречия, в том числе в части применения норм о владельцах агрегатора к тому или иному лицу.

Дискуссия

Ответственность владельцев агрегаторов по праву РФ

Понятие и правовой статус владельца агрегатора

В российском законодательстве отсутствует единое понятие субъекта, являющегося владельцем (оператором) цифровой платформы. В зависимости от сферы регулирования и нормативно-правового акта, которым оно обеспечивается, такие лица именуются:

- в законодательстве об интеллектуальной собственности — информационными посредниками¹³;
- в законодательстве об информации — операторами информационной системы¹⁴ (ввиду того, что любая платформа де-факто является информационной системой¹⁵);
- в антимонопольном законодательстве — хозяйствующими субъектами, владеющими цифровыми платформами¹⁶;
- в законодательстве о деятельности финансовых или инвестиционных платформ — операторами финансовых или инвестиционных платформ¹⁷;

¹³ См.: ст. 1253.1 Гражданского кодекса Российской Федерации, Собрание законодательства Российской Федерации 2006, № 52, ст. 5496.

¹⁴ П. 12 ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Собрание законодательства Российской Федерации 2006, № 31, ст. 3448.

¹⁵ П. 3 ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Собрание законодательства Российской Федерации 2006, № 31, ст. 3448.

¹⁶ См. т.н. «Пятый антимонопольный пакет»: пп. «б» п. 2 ст. 1 проекта Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон "О защите конкуренции" и иные законодательные акты Российской Федерации»). <https://regulation.gov.ru/projects/List/AdvancedSearch#npa=79428>

¹⁷ П. 2 ч. 1 ст. 2 Федерального закона от 20.07.2020 № 211-ФЗ «О совершении финансовых сделок с использованием финансовой платформы», Собрание законодательства Российской Федерации 2020, № 30, ст. 4737; п. 7 ч. 1 ст. 2 Федерального закона от 02.08.2019 № 259-ФЗ «О привлечении инвестиций с использованием инвестиционных платформ и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», Собрание законодательства Российской Федерации 2019, № 31, ст. 4418.

■ и, наконец, в законодательстве о защите прав потребителей — владельцами агрегаторов¹⁸.

Примечательно, что не каждый оператор информационной системы, например, будет являться одновременно и информационным посредником, равно как не каждый информационный посредник будет являться владельцем агрегатора в понимании Закона о защите прав потребителей. Таким образом, вышеперечисленные термины хоть и охватывают одно явление, но несут в себе абсолютно различный правовой статус исходя из целей и области регулирования. Поскольку настоящее исследование ограничивается исключительно отношениями потребителя и платформы, далее правовой статус ее владельца (оператора) рассматривается именно через призму норм Закона о защите прав потребителей о владельцах агрегаторов.

В 2019 г. вступили в силу изменения в Закон о защите прав потребителей¹⁹, установившие понятие владельца агрегатора и правовой статус таких субъектов, а также условия их ответственности²⁰.

Так, в соответствии с абз. 13 преамбулы Закона о защите прав потребителей под владельцами агрегатора понимаются организации и индивидуальные предприниматели, которые²¹:

- владеют программой для ЭВМ или сайтом и (или) страницей сайта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет;
- предоставляют потребителю в отношении определенного товара (услуги) возможность одновременно ознакомиться с предложением продавца (исполнителя) о заключении договора купли-продажи товара (договора возмездного оказания услуг), заключить с продавцом (исполнителем) договор купли-продажи (договор возмездного оказания услуг);
- предоставляют потребителю возможность произвести предварительную оплату указанного товара (услуги) путем наличных расчетов либо перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов.

Отсутствие одного из указанных признаков означает, что организация не признается владельцем агрегатора для целей Закона о защите прав потребителей, а значит не подпадает под действие как Закона о защите прав потребителей в целом, так и отдельных его норм, посвященных владельцам агрегаторов.

Проблемы применения судами норм о владельцах агрегатора

Несмотря на вполне конкретные признаки владельца агрегатора, закрепленные в Законе о защите прав потребителей еще три года назад, одни и те же суды продолжают выносить диаметрально противоположные решения относительно наличия правового статуса владельца агрегатора у одного и того же юридического лица. Существующие противоречия в судебной практике можно наиболее наглядно отследить, проанализировав судебные дела в отношении владельцев сервисов заказа такси (агрегаторов такси).

Так, в феврале 2021 г. Девятый ААС пришел к выводу, что ООО «Сити-Мобил», которому принадлежит одноименный сервис заказа такси, является владельцем агрегатора²².

¹⁸ Абз. 13 преамбулы Закона Российской Федерации от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей», Ведомости съезда народных депутатов РФ и Верховного совета РФ 1992, № 15, ст. 766

¹⁹ Федеральный закон от 29.07.2018 № 250-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», Собрание законодательства Российской Федерации 2018, № 31, ст. 4839.

²⁰ Ч. 2.1–2.3 ст. 12 Закона о защите прав потребителей.

²¹ Абз. 13 преамбулы Закона о защите прав потребителей.

²² Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 05.02.2021 № 09АП-75687/2020 по делу № А40-184425/20.

В другом деле, рассмотренном в июле 2021 г. Девятый ААС в одном из дел пришел к выводу, что ООО «Сити-Мобил», которому принадлежит одноименный сервис заказа такси, не является владельцем агрегатора, так как, по мнению суда²³:

1) Сервис не позволяет потребителям произвести предварительную оплату услуги по перевозке. При этом момент оплаты суд определил исходя из условий соглашения с пользователем, согласно которому оплата всегда производится только после завершения поездки.

2) Сервис не позволяет перевозчикам размещать предложения о заключении договора фрахтования, а потребителям ознакомиться с такими предложениями. Суд обосновал это тем, что потребитель получает информацию только об одном конкретном предложении перевозчика, который принял к исполнению заказ, а функционал сервиса не позволяет потребителям выбирать предложения различных перевозчиков.

Следует отметить, что указанные аргументы использовались представителями ООО «Сити-Мобил» и в рамках другого дела, также рассмотренного Девятым ААС²⁴, однако были отвергнуты судом. В свою очередь, в рамках этого дела эти аргументы, наоборот, легли в основу позиции суда²⁵.

Постановлением от 24.01.2022 № Ф05-24541/2021 по делу № А40-252913/2020 Арбитражный суд Московского округа все же отменил указанное постановление Девятого ААС и решил, что ООО «Сити-Мобил» все же является владельцем агрегатора, при этом никак не прокомментировав доводы суда апелляционной инстанции²⁶. В мотивировочной части постановления суд округа ограничился цитированием условий получения доступа пользователей и перевозчиков к сервису и не дал им правовую оценку в контексте норм о владельце агрегатора, что, очевидно, не способствует формированию единообразной судебной практики.

В результате в еще одном деле, рассмотренном тем же Девятым ААС в феврале 2022 г., суд снова сделал вывод о том, что ООО «Сити-Мобил» не является владельцем агрегатора²⁷. К таким же выводам Девятый ААС ранее пришел и в отношении ООО «ГетТакси Рус» (сервис заказа такси “Gett”) указав, что мобильное приложение не позволяет исполнителям размещать предложения потребителям о заключении договора, так как в приложении размещается лишь информация о заинтересованности потребителя в его заключении²⁸.

Примечательно, что в отношении владельца другого крупнейшего сервиса заказа такси «Яндекс.Такси» в практике арбитражных судов Московского округа²⁹, Второго

²³ Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 02.07.2021 № 09АП-25963/2021 по делу № А40-252913/2020.

²⁴ Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 05.02.2021 № 09АП-75687/2020 по делу № А40-184425/20.

²⁵ Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 02.07.2021 № 09АП-25963/2021 по делу № А40-252913/2020.

²⁶ Постановление Арбитражного суда Московского округа от 24.01.2022 № Ф05-24541/2021 по делу № А40-252913/2020.

²⁷ Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 21.02.2022 № 09АП-85974/2021 по делу № А40-82802/2021. На момент написания настоящего исследования дело было принято к производству Арбитражным судом Московского округа.

²⁸ Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 09.12.2019 № 09АП-69367/2019 по делу № А40-134566/2019.

²⁹ Постановление Арбитражного суда Московского округа от 19.11.2019 № Ф05-19950/2019 по делу № А40-72718/2019 (оставлено в силе определением Верховного Суда Российской Федерации № 305-ЭС19-22311 от 12.12.2019; решение Арбитражного суда г. Москвы от 18.03.2022 по делу № А40-226783/21-84-1738; решение Арбитражного суда г. Москвы от 03.02.2022 по делу № А40-226774/21-130-1576.

КСОЮ³⁰, а также судов других округов³¹ сформировалась однозначная позиция о том, что ООО «Яндекс.Такси» является владельцем агрегатора. Аналогичным образом у судов не возникает сомнений относительно статуса владельца агрегатора у владельцев сервиса заказа такси «Максим»³².

При этом, так как при анализе функционала всех упомянутых сервисов заказа такси автором настоящего исследования различий не выявлено, можно сделать вывод, что суды:

- или испытывают сложности при оценке функционала агрегатора с точки зрения критериев, установленных абз. 13 преамбулы Закона о защите прав потребителей;
- или, что видится более опасным, несмотря на три года, прошедших со дня вступления в силу новелл о владельце агрегатора, до сих пор по-разному понимают и применяют указанные критерии.

В первом случае, как представляется, проблема кроется в излишне формальном подходе судов к оцениванию принципов функционирования того или иного агрегатора: суды зачастую ограничиваются изучением пользовательских соглашений и информации на сайте, не проверяя заявленную в них функциональность³³.

Так, например, несмотря на то что согласно лицензионному соглашению об использовании мобильного приложения «Ситимобил» и сервиса «Ситимобил» денежные средства не списываются с привязанной банковской карты пользователя до момента окончания оказания услуги по перевозке³⁴, в действительности денежные средства списываются с карты сразу после заказа еще до подачи машины³⁵. Однако ни в одном из вышерассмотренных судебных дел о признании или непризнании ООО «Сити-Мобил» владельцем агрегатора указанное обстоятельство не учитывалось.

Следствием отсутствия единообразия в судебной практике является невозможность прогнозировать вероятность признания судом конкретного лица владельцем агрегатора и возникающее недоумение у участников рынка. Так, представители ООО «Яндекс.Такси» в рамках различных арбитражных дел неоднократно ссылались на то, что владелец сервиса заказа такси “Gett”, принципы работы которого идентичны принципам работы ООО «Яндекс.Такси», не был признан владельцем агрегатора, однако соответствующий довод поддержки в судах не находит³⁶.

³⁰ Определение Второго кассационного суда общей юрисдикции от 06.04.2021 по делу № 88-6702/2021. См. также определение Второго кассационного суда общей юрисдикции от 27.01.2022 по делу № 88-1537/2022.

³¹ Постановление Арбитражного суда Северо-Кавказского округа от 21.01.2020 по делу № А53-15922/2019; постановление Тринадцатого арбитражного апелляционного суда от 26.02.2020 г. по делу № А56-111312/2019; определение Шестого кассационного суда общей юрисдикции от 01.02.2022 по делу № 88-1988/2022, 2-882/2021.

³² Постановление Арбитражного суда Центрального округа от 10.01.2022 № Ф10-6145/2021 по делу № А68-1603/2021; постановление Арбитражного суда Дальневосточного округа от 22.09.2021 № Ф03-4427/2021 по делу № А73-16600/2020; постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 14.05.2021 № Ф02-1922/2021 по делу № А10-5005/2020.

³³ Решение Арбитражного суда г. Москвы от 18.03.2022 по делу № А40-226783/21-84-1738; решение Арбитражного суда г. Москвы от 03.02.2022 по делу № А40-226774/21-130-1576; решение Арбитражного суда г. Москвы от 29.12.2021 по делу № А40-226772/21-148-1268.

³⁴ П. 6.1.4 лицензионного соглашения с пользователем. См.: Ситимобил. (2022, 17 августа). *Лицензионное соглашение с конечным пользователем мобильного приложения «Ситимобил»*. <https://city-mobil.ru/oferta>

³⁵ Проверено эмпирическим путем. При этом даже в случае отмены заказа денежные средства иногда возвращаются на карту не сразу, а в течение нескольких дней.

³⁶ Решение Арбитражного суда г. Москвы от 18.03.2022 по делу № А40-226783/21-84-1738; решение Арбитражного суда г. Москвы от 03.02.2022 по делу № А40-226774/21-130-1576.

(что в то же время, по мнению автора, является справедливым, так как в действительности ООО «ГетТакс Рус» следует рассматривать именно как владельца агрегатора).

Таким образом, несмотря на вполне конкретные признаки владельца агрегатора, сформулированные в Законе о защите прав потребителей, одни и те же суды могут выносить противоположные решения относительно наличия правового статуса владельца агрегатора у одного и того же юридического лица (или не применять соответствующие нормы в тех делах, где их применение является очевидным³⁷).

В результате за пределами Закона о защите прав потребителей и его специальных норм об ответственности владельцев агрегаторов, остаются субъекты, являющиеся владельцами (операторами) платформ, но не соответствующие хотя бы одному из критериев, установленных абз. 13 преамбулы Закона о защите прав потребителей, причем зачастую лишь номинально.

Однако ключевым в области обеспечения баланса интересов потребителей и других участников цифрового рынка должно видится даже не столько единообразие судебной практики в части признания владельцев (операторов) платформ владельцами агрегаторов, сколько необходимость принципиального изменения подхода к определению пределов их ответственности перед потребителями.

Пределы ответственности владельцев агрегаторов перед потребителями по праву РФ

Ответственность владельцев агрегаторов, установленная Законом о защите прав потребителей. Действующее законодательство предусматривает довольно ограниченную ответственность субъектов, являющихся владельцами агрегаторов.

Владелец агрегатора может быть привлечен к гражданско-правовой ответственности за действия продавца (исполнителя) только в двух случаях, связанных исключительно с предоставлением потребителю недостоверной или неполной информации о товаре (услуге)³⁸:

1) если владельцем агрегатора не были соблюдены требования о доведении до сведения потребителя информации о себе и продавце (исполнителе) в порядке п. 1.2 ст. 9 Закона о защите прав потребителей³⁹;

2) если владелец агрегатора изменяет предоставленную ему информацию о товаре (услуге), предоставленную продавцом (исполнителем) и содержащуюся в предложении о заключении договора с потребителем⁴⁰.

Первое основание обусловлено положениями п. 1.2 ст. 9 Закона о защите прав потребителей, который обязывает владельцев агрегаторов довести до сведения потребителей информацию о себе и продавце (исполнителе): наименование, место нахождения, режим работы и пр., а также об имеющихся изменениях в указанной информации. Соответствующая информация должна быть доведена до сведения потребителей путем ее размещения на сайте агрегатора или его странице, в том числе в виде ссылки на сайт продавца (исполнителя)⁴¹. Отсутствие такой информации будет являться нарушением⁴².

³⁷ См., например, определение Третьего кассационного суда общей юрисдикции от 11.08.2021 по делу № 88-10378/2021, 2-2760/2020, в котором суд, рассматривая требования потребителя к ООО «Яндекс.Такси», не сослался на нормы Закона о защите прав потребителей о владельце агрегатора в принципе.

³⁸ П. 2.1 ст. 12 Закона о защите прав потребителей.

³⁹ Абз. 1 п. 2.1 ст. 12 Закона о защите прав потребителей.

⁴⁰ Абз. 3 п. 2.1 ст. 12 Закона о защите прав потребителей.

⁴¹ Абз. 1 п. 2.1 ст. 12 Закона о защите прав потребителей.

⁴² Решение Арбитражного суда Кемеровской области от 18.09.2019 по делу № А27-11661/2019.

Как указал Арбитражный суд Московского округа, законодательством не установлен конкретный способ, место, продолжительность, размер шрифта или иные условия доведения до потребителя информации о владельце агрегатора и продавце (исполнителе). Следовательно, владелец агрегатора вправе самостоятельно определить способ доведения соответствующей информации до потребителей, который позволит им беспрепятственно воспринять указанную информацию⁴³.

Судебной практикой были выработаны следующие критерии оценивания соответствия информационным ресурсам, принадлежащим владельцу агрегатора, указанным требованиям:

- информация должна доводиться до сведения потребителя в наглядной и доступной форме, а также учитывать технические особенности определенных носителей⁴⁴, при этом под доступностью понимается отсутствие необходимости совершения каких-либо специальных действий (например, перехода по ссылке)⁴⁵;
- у потребителя не должно возникать сомнения, что услуга будет оказана не агрегатором⁴⁶.

Так, суд определил как нарушение Закона о защите прав потребителей действия владельца агрегатора, который указал информацию об исполнителе на своем официальном сайте, но при этом не указал ее непосредственно в самом мобильном приложении, которое используют потребители⁴⁷.

В свою очередь, если информация об исполнителе доступна в мобильном приложении владельца агрегатора, как это, например, сделано в приложении «Яндекс.Такси», требования п. 1.2 ст. 9 Закона о защите прав потребителей будут признаны соблюденными⁴⁸. Примечательно, что наличие соглашений с исполнителями, возлагающих обязанность по доведению необходимых сведений до потребителя на исполнителей, справедливо не признается судами соблюдением указанных требований⁴⁹.

В свою очередь, второе основание по своему правовому смыслу является наиболее близким с принципом “safe harbour” (в пер. с англ. — принцип «тихой гавани»), установленным в российском и американском законодательстве в отношении информационных посредников, который заключается в исключении ответственности посредника за материалы, нарушающие авторские права, если он не осуществляет их изменение⁵⁰. Судебные споры по этому основанию сводятся к доказыванию действий владельца агрегатора по изменению информации о товаре (услуге), предоставленной продавцом (исполнителем). При недоказанности факта изменения владельцем агрегатора сведений, предоставленных ему продавцом и содержащихся в предложении о заключении договора купли-продажи, суды отказывают потребителям в иске⁵¹.

⁴³ Постановление Арбитражного суда Московского округа от 25.05.2020 № Ф05-6680/2020 по делу № А40-73679/19-153-440.

⁴⁴ П. 44 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей».

⁴⁵ Определение Шестого кассационного суда общей юрисдикции от 01.12.2020 по делу № 88-22477/2020.

⁴⁶ Там же.

⁴⁷ Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 20.05.2021 № 09АП-19630/2021 по делу № А40-234424/2020.

⁴⁸ Постановление Арбитражного суда Московского округа от 19.11.2019 № Ф05-19950/2019 по делу № А40-72718/2019.

⁴⁹ Постановление Арбитражного суда Восточно-Сибирского округа от 14.05.2021 № Ф02-1922/2021 по делу № А10-5005/2020.

⁵⁰ См.: ст. 1253.1 ГК РФ; Закон об авторском праве в цифровую эпоху США (Digital Millennium Copyright Act, Pub. L. No. 105-304 (1998), <https://www.govinfo.gov/app/details/PLAW-105publ304>).

⁵¹ Апелляционное определение Тверского районного суда города Москвы от 22.09.2021 по делу № 2-135/2021, 11-139/2021.

Резюмируя, следует согласиться с выводом А.И. Бычкова, который отметил, что, согласно действующему законодательству РФ, «главная задача агрегатора заключается в корректном и своевременном раскрытии информации о себе, продавцах/исполнителях и предлагаемых ими товарах и услугах, а также ее обновлении в течение одного рабочего дня с момента ее получения или изменения», в связи с чем ответственность владельца агрегатора действующим регулированием ограничивается только теми убытками, «которые были причинены потребителю нарушением его права на получение полной и достоверной информации по вине агрегатора» (Bychkov, 2019; Markelova, 2021). Следует отметить, что именно это изначально и было целью авторов законопроекта, в пояснительной записке к которому обращается внимание прежде всего на «несоблюдение такими субъектами прав потребителей на информацию о продавце (изготовителе, исполнителе), реализуемых товарах и предлагаемых услугах»⁵².

Из буквального толкования рассмотренных положений закона следует, что если владелец (оператор) цифровой платформы соответствует признакам владельца агрегатора, установленным Законом о защите прав потребителей, то он в любом случае не будет нести ответственность за действия продавцов (исполнителей).

Завершая рассмотрение ответственности владельцев агрегаторов согласно действующей редакции Закона о защите прав потребителей, необходимо отметить, что с вступлением в силу изменений, предусмотренных Федеральным законом от 01.05.2022 № 135-ФЗ «О внесении изменения в статью 16 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», с 1 сентября 2022 г. вышеописанные основания их ответственности дополнятся еще одним: владельцы агрегаторов теперь будут отвечать перед потребителями и за убытки, причиненные им в результате включения в договор недопустимых условий. Новеллы упомянутого закона предусматривают закрытый перечень недопустимых условий договора, к которым отнесены в том числе условия, предоставляющие владельцу агрегатора право на односторонний отказ или одностороннее изменение условий обязательств перед пользователями, условия, содержащие основания досрочного расторжения договора по требованию владельца агрегатора, условия, ограничивающие или исключающие его ответственность и пр.⁵³

Как разъясняет Роспотребнадзор, «предусмотренные законом изменения особо значимы в нынешних условиях, когда потребитель становится более уязвимым перед недобросовестными экономическими агентами и в связи с этим нуждается в дополнительной защите»⁵⁴. В свою очередь, прямое указание в нормах Федерального закона от 01.05.2022 № 135-ФЗ на владельцев агрегаторов свидетельствует о внимании законодателя к деятельности указанных субъектов и их отношениям с потребителями и может рассматриваться как одно из проявлений тенденции расширения пределов ответственности владельцев агрегаторов, необходимость которого обосновывается в настоящем исследовании.

Ответственность владельцев агрегаторов, установленная п. 18 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 26.06.2018 № 26. Примечательно, что еще до закрепления в Законе

⁵² Пояснительная записка к проекту федерального закона «О внесении изменений в Закон Российской Федерации “О защите прав потребителей”» (законопроект № 126869-7). <https://sozd.duma.gov.ru/download/14A92C2B-2B52-44B6-9145-4CA51DB8BB66>

⁵³ См.: ст. 1 Федерального закона от 01.05.2022 № 135-ФЗ «О внесении изменения в статью 16 Закона Российской Федерации “О защите прав потребителей”», Собрание законодательства Российской Федерации 2022, № 18, ст. 3021.

⁵⁴ Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. (2022, май). О внесении изменений в закон «О защите прав потребителей». https://www.rospotrebnadzor.ru/about/info/news/news_details.php?ELEMENT_ID=21422

о защите прав потребителей статуса владельцев агрегаторов, возможность привлечения таких субъектов к гражданско-правовой ответственности также обуславливалась исключительно степенью информирования потребителя.

Такая правовая позиция содержится в п. 18 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 26.06.2018 № 26 «О некоторых вопросах применения законодательства о договоре перевозки автомобильным транспортом грузов, пассажиров и багажа и о договоре транспортной экспедиции», в котором сформулированы следующие условия ответственности цифрового посредника перед пассажиром за вред, причиненный в процессе перевозки:

- заключение договора перевозки от своего имени, либо
- если из обстоятельств заключения договора у добросовестного гражданина-потребителя могло сложиться мнение, что договор перевозки заключается непосредственно с этим лицом, а фактический перевозчик является его работником либо третьим лицом, привлеченным к исполнению обязательств по перевозке.

Как верно отмечает Е.Б. Подузова, выработанные Пленумом Верховного Суда РФ условия такой ответственности основываются на «добросовестности сторон и субъективным восприятию потребителя» (Poduzova, 2021), то есть фактически сводятся к обязанности надлежащим образом проинформировать потребителя, у кого он действительно приобретает товар (услугу). Аналогичным образом понимают указанные положения и другие ученые (Markelova, 2021; Kuznetsova, 2019), а также в большинстве своем и сами суды, которые отказывают потребителям в удовлетворении исковых требований в случае, если владелец агрегатора обеспечил потребителя всей необходимой информацией⁵⁵, или, наоборот, удовлетворяют их, если у потребителя могло сложиться представление, что его контрагентом является именно владелец агрегатора⁵⁶.

Таким образом, по своему правовому смыслу позиция Пленума Верховного Суда РФ не вступает в противоречие с нормами Закона о защите прав потребителей, начавшими действовать уже после принятия указанного постановления. Пределы ответственности владельцев агрегаторов, установленные Законом о защите прав потребителей, стали скорее следствием начавшей свое формирование судебной практики, нежели положили начало принципиально новому подходу.

В этой связи видится нелогичным, что в отдельных делах суды продолжают ссылаться исключительно на п. 18 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 26.06.2018 № 26, не применяя при этом нормы Закона о защите прав потребителей о владельцах агрегаторов⁵⁷.

Несмотря на сходство правового смысла упомянутых положений постановления Пленума Верховного Суда и норм Закона о защите прав потребителей, суды зачастую применяют правовую позицию высшей инстанции как самостоятельное основание ответственности владельцев агрегаторов, существующее автономно от Закона о защите прав потребителей. Аналогичным образом указанные положения рассматриваются и в отдельных научных работах (Krasnova, 2022), однако такой подход видится не совсем верным по причине того, что при условии соблюдения

⁵⁵ См., например: определение Третьего кассационного суда общей юрисдикции от 11.08.2021 по делу № 88-10378/2021, 2-2760/2020.

⁵⁶ См. определение Седьмого кассационного суда общей юрисдикции от 09.01.2020 № 88-672/2020. См. также определение Шестого кассационного суда общей юрисдикции от 01.12.2020 по делу № 88-22477/2020.

⁵⁷ См., например: определение Третьего кассационного суда общей юрисдикции от 11.08.2021 по делу № 88-10378/2021, 2-2760/2020; определение Шестого кассационного суда общей юрисдикции от 06.04.2020 по делу № 88-7055/2020; определение Седьмого кассационного суда общей юрисдикции от 23.01.2020 № 88-972/2020 по делу № 2-2042/2019; определение Седьмого кассационного суда общей юрисдикции от 09.01.2020 № 88-672/2020.

владельцем агрегатора требований ч. 1.2–1.3 ст. 9 Закона о защите прав потребителей о надлежащем информировании потребителя у него в принципе не может «сложиться мнение, что договор заключается непосредственно с владельцем агрегатора»⁵⁸. Ссылка на иное, очевидно, свидетельствовала бы о недобросовестности, а точнее — о неосмотрительно потребителя.

В результате в российской правовой системе формируется два параллельных «стрима» судебной практики: одни решения основываются на ч. 1.2–1.3 ст. 9 и ч. 2.1 ст. 12 Закона о защите прав потребителей, а другие — на положениях п. 18 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 26.06.2018 № 26. Тогда как на самом деле правильнее было бы использовать указанные положения во взаимосвязи друг с другом.

Ввиду относительной новизны положений Закона о защите прав потребителей о владельцах агрегаторов, положения постановления Пленума Верховного Суда РФ от 26.06.2018 № 26 могли бы использоваться в качестве разъяснения того, в каких случаях информация о роли владельца агрегатора в отношениях между исполнителем и потребителем является доведенной до последнего надлежащим образом. Так, в одном из дел возложение ответственности на владельца агрегатора такси “Uber” обосновывается судом тем, что предоставленный потребителю автомобиль «имел окраску, схожую по стилю с интерфейсом соответствующего мобильного приложения»⁵⁹. Соответствующие выводы наряду с положениями п. 18 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 26.06.2018 № 26 могли быть использованы участниками рынка при толковании положения ч. 1.2–1.3 ст. 9 Закона о защите прав потребителей, однако в указанном деле, как и во многих других, суд на эти нормы не ссылался, что делает применимость таких выводов к нормам о владельце агрегатора для непрофессиональных участников гражданского оборота не такой очевидной.

В качестве примера использования упомянутых норм Закона о защите прав потребителей во взаимосвязи с разъяснениями Пленума Верховного Суда РФ можно привести определение Восьмого кассационного суда общей юрисдикции от 08.02.2022 № 88-3094/2022. Представляется, что именно в такой связке они и должны использоваться судами в мотивировочной части судебных актов.

Обращая внимание на проблемы судебной практики, также следует отметить, что проблема, которая существует как в отношении признания одного и того же лица владельцем агрегаторов (см. раздел 1.2 настоящего исследования), существует также и в отношении признания достаточным информирования потребителя согласно п. 18 упомянутого постановления Пленума. Так, Мосгорсуд в одном из дел в марте 2021 г. признал, что в результате совершения заказа в приложении «Яндекс.Такси» у потребителя не возникает договорных отношений перевозки с владельцем сервиса ввиду того, что потребитель должным образом проинформирован об этом в приложении⁶⁰, а в другом деле, рассмотренном летом того же года, наоборот, указал, что у потребителя сложилось мнение о том, что договор перевозки заключается им непосредственно с ООО «Яндекс.Такси», в связи с чем удовлетворил требования к ООО «Яндекс.Такси»⁶¹. Это еще раз подтверждает отсутствие единого подхода в определении владельцев агрегаторов и их обязанностей в судебной практике.

⁵⁸ П. 18 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 26.06.2018 № 26 «О некоторых вопросах применения законодательства о договоре перевозки автомобильным транспортом грузов, пассажиров и багажа и о договоре транспортной экспедиции».

⁵⁹ Определение Четвертого кассационного суда общей юрисдикции от 22.07.2021 по делу № 88-12024/2021.

⁶⁰ Апелляционное определение Московского городского суда от 24.03.2021 по делу № 33-12133/2021.

⁶¹ Апелляционное определение Московского городского суда от 12.08.2021 по делу № 33-32624/2021.

Подводя итог, необходимо отметить, что правовая позиция, выработанная Пленумом Верховного Суда РФ в пункте 18 постановления от 26.06.2018 № 26, должна рассматриваться и применяться во взаимосвязи, а не параллельно или отдельно от норм Закона о защите прав потребителей о владельцах агрегаторов. В частности, со ссылкой на указанной пункт может определяться соблюдение или несоблюдение владельцем агрегатора требований о доведении до сведения потребителей информации о себе и продавце, а именно достаточность объема такой информации (следует ли из нее, что договор заключается с продавцом (исполнителем), а не с владельцем агрегатора) и корректность способа ее доведения до потребителя.

Выводы о пределах ответственности владельцев агрегаторов по праву РФ и необходимости ее расширения. По мнению Роспотребнадзора, заложенная в Законе о защите прав потребителей модель ответственности владельцев агрегаторов обеспечивает дополнительную защиту потребителей⁶². С этим трудно не согласиться, однако «дополнительная» защита далеко не все-гда тождественна защите «достаточной».

Вопрос о пределах ответственности владельцев агрегаторов является одним из наиболее спорных в контексте проблемы защиты прав потребителей в цифровой среде, что подтверждается абсолютно противоположной правоприменительной практикой не только в РФ, но и в других странах (Ivanov, 2019; Pleshanova, 2019)⁶³.

В российской юридической доктрине преобладает мнение о необходимости расширения пределов ответственности владельцев агрегаторов (Krasnova, 2022; Adamenko et al.; Markekova, 2021; Poduzova, 2021; Suvorov, 2019).

Так, по мнению А.К. Губаевой, «новеллы Закона о защите прав потребителей, связанные с ответственностью владельцев агрегатора информации о товарах (услугах), не обеспечили должного уровня защиты прав потребителей» (Gubaeva, 2020). При этом отмечается, что «в старой редакции Закон лучше защищал потребителей, поскольку судам надо было учитывать экономическую цель потребительского договора, сущность отношений участников отношений» (Dolgov, 2021; Poduzova, 2021; Suvorov, 2019; Deryugina, 2018). Сторонники такого подхода видят целесообразным установление субсидиарной ответственности владельцев агрегаторов по сделкам, совершаемым на их платформе (Dolgov, 2021; Poduzova, 2021; Suvorov, 2019; Deryugina, 2018), более того, на определенных условиях с этим были согласны и сами представители крупнейших агрегаторов⁶⁴. В свою очередь, в отдельных работах и вовсе встречаются предложения о солидарной ответственности владельцев агрегаторов и продавцов (исполнителей) (Semyakin, 2020), что, однако, видится чрезмерным.

В то же время некоторые исследователи высказывают опасения относительно тенденции по возложению на владельцев агрегаторов полной или частичной ответственности по опосредуемым ими сделкам является ошибочной и даже опасной (Kuznetsova, 2019). Представляется, что это может быть связано со стремлением не создавать дополнительных барьеров и обременений

⁶² Гарант.ру (2021, 30 ноября). Информация Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека от 26.11.2021 «О правах потребителей в дни распродаж и акции “черная пятница”». <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/403014965/>

⁶³ В указанных научных статьях данная проблема обозначена на примере различных подходов к определению правового статуса агрегатора такси “Uber”.

⁶⁴ Скрынникова, А. (2020, 30 сентября). Агрегаторы такси предложили переложить на них часть расходов за ДТП. РБК. https://www.rbc.ru/technology_and_media/30/09/2020/5f7336bf9a7947ef128d355d

для участников рынка. Однако в этом контексте нельзя не согласиться с А.А. Маркеловой, которая справедливо замечает, что «право должно отдавать приоритет жизни и здоровью потребителя перед имущественными интересами компаний» (Markelova, 2021).

По результатам изучения доктринальных подходов и правоприменительной практики хотелось бы отметить следующее. Закрепленная в Законе о защите прав потребителей конструкция ограниченности пределов (оснований) ответственности владельцев агрегаторов видится несправедливой и нарушающей баланс интересов не только потребителей и бизнеса, но и онлайн- и офлайн-ритейлеров. Согласно маркетинговым исследованиям, рост рынка e-commerce в 2021 г. составил более 90 % по количеству заказов (1,6 млрд) и более 45 % в денежном эквиваленте (3,9 трлн руб.)⁶⁵. Несмотря на то что в сравнении с офлайн-торговлей рынок e-commerce в РФ пока не столь развит, очевидно, что в ближайшем будущем ситуация изменится. Учитывая значительно возросшую роль цифровых платформ в экономике в целом и на потребительском рынке в частности, существующий иммунитет их владельцев от ответственности за действия продавцов и исполнителей, де-факто являющихся их бизнес-партнерами, не соответствует существу экономических отношений между указанными субъектами и не отвечает общественным интересам.

Видится очевидным, что пределы ответственности владельца агрегатора не должны ограничиваться одним лишь предоставлением потребителю всей необходимой информации. Владелец агрегатора в определенных случаях должен отвечать за своих бизнес-партнеров, оказывающих потребителям услуги или продающим им товары.

Интересно, что в отдельных научных публикациях расширение пределов ответственности указанных субъектов предлагается обеспечить по модели деликтной ответственности.

Данный подход, обосновываемый А.А. Маркеловой, основывается на признании владельцев агрегаторов фактическими исполнителями и применении к ним ст. 1095 ГК РФ об ответственности за вред, причиненный жизни и здоровью потребителя, а также ст. 1068 ГК РФ об ответственности юридического лица за действия привлеченных им лиц — ввиду наличия фактического контроля владельца агрегатора за продавцами (исполнителями) (Markelova, 2021). Однако в отличие от западных правовых порядков, где отождествление «платформенной занятости» с трудовыми отношениями уже получило широкое распространение в правоприменительной практике⁶⁶, в нашей стране соответствующие подходы пока еще только обсуждаются. Кроме того, существующая в РФ модель ответственности владельцев агрегаторов, рассмотренная в разделах 1.3.2–1.3.3 настоящего исследования, основывается именно на договорной, а не деликтной ответственности таких субъектов. В связи с этим расширение договорной ответственности владельцев агрегаторов, как представляется, потребует значительно меньших преобразований, нежели распространение на них норм о деликтной ответственности, что отнюдь не делает предложенную теорию менее новаторской и заслуживающей внимания.

В свою очередь, при определении новых пределов ответственности владельцев агрегаторов и формировании ее правовой основы видится целесообразным использовать опыт других стран, в том числе опыт США, который будет рассмотрен далее.

⁶⁵ Мельникова, Ю. (2022, 10 января). E-commerce показала колоссальный рост. ComNews. <https://www.comnews.ru/content/218162/2022-01-10/2022-w02/e-commerce-pokazala-kolossalnyy-rost>

⁶⁶ Синявская, О.В., Бирюкова, С.С., Аптекарь, А.П., Горват, Е.С., Грищенко, Н.Б., Гудкова, Т.Б., & Карева, Д.Е. (2021). Платформенная занятость: определение и регулирование. https://ncmu.hse.ru/data/2021/05/26/1438190156/Доклад_Платформенная_занятость_002.pdf

Ответственность владельцев агрегаторов по праву США

В отличие от РФ, где права и гарантии потребителей закреплены на уровне федерального законодательства, в США соответствующее регулирование осуществляется преимущественно на уровне штатов. Однако, несмотря на отсутствие единого источника права, который бы регулировал ответственность владельцев агрегаторов на всей территории США, в судебной практике различных штатов с 2020 г. стал формироваться подход, свидетельствующий о постепенном расширении пределов ответственности таких субъектов.

Первым таким прецедентом, получившим широкое обсуждение в профессиональном сообществе, стало дело *Bolger v. Amazon.com*⁶⁷. В рамках данного дела потребитель потребовал от Amazon компенсации за серьезные ожоги, полученные в результате возгорания аккумулятора ноутбука, приобретенного у стороннего продавца на платформе.

В 2016 г. суд первой инстанции постановил, что Amazon не может нести ответственность за качество товаров, предлагаемых продавцами. Однако в 2020 г. Апелляционный суд Калифорнии отменил решение суда первой инстанции. Суд применил к Amazon нормы о «строгой ответственности» продавца, обосновав это тем, что компания «встала между продавцом и покупателем в цепочке распространения продукта и в действительности имела возможность влиять на продавцов товаров, размещаемых на ее платформе». Как указал суд, «какой бы термин ни использовался для описания роли компании Amazon, будь то розничный продавец, дистрибьютор или просто посредник, именно он сыграл решающую роль в доведении продукта до потребителя».

По мнению Апелляционного суда Калифорнии, применение к Amazon норм об ответственности продавца обеспечивает максимальную защиту потребителей и в то же время не является для компании излишне обременительным, поскольку владельцы платформ, как указал суд, «могут компенсировать издержки на такие компенсации со своих деловых партнеров». При этом судом также было учтено, что «бизнес-модель Amazon побуждала потребителей напрямую взаимодействовать с его веб-сайтом, а не с веб-сайтом сторонних продавцов, так как при выборе товара он перемещался в «корзину» веб-сайта Amazon, при этом возвраты и обмены товаров также контролировались Amazon». В свою очередь, доводы представителей Amazon о том, что компания является лишь информационным посредником, судом были отклонены.

Данное дело легло в основу последующих решений не только в Калифорнии, но и в других штатах. Так, тот же Апелляционный суд Калифорнии, сославшись на дело *Bolger v. Amazon.com*, в 2021 г. удовлетворил аналогичные требования потребителя к Amazon в рамках дела *Loomis v. Amazon.com*⁶⁸. Суд отметил, что Amazon оказал продавцу услугу по размещению его товаров на сайте и их доставке до потребителя, а значит также сыграл важную роль в сделке по продаже товара, что является основанием для применения к Amazon доктрины «строгой ответственности». Примечательно, что, отвечая на доводы Amazon об отсутствии возможности влиять на процесс производства товара и самого продавца, суд обратил внимание, что Amazon ранее публично заявлял о существующей на платформе политике обеспечения безопасности распространяемой продукции, что свидетельствует о том, что такая возможность все же имеется. Таким образом, как резюмировал суд, «применение строгой

⁶⁷ *Bolger v. Amazon.com, LLC*, 53 Cal. App. 5th 481 (Cal. C.A., 2020). <https://law.justia.com/cases/california/court-of-appeal/2020/d075738.html>

⁶⁸ *Loomis v. Amazon.com, LLC*, 63 Cal.App.5th 466 (Cal. C.A., 2021) <https://law.justia.com/cases/california/court-of-appeal/2021/b297995.html>

ответственности в этом случае может побудить Amazon расширить свои требования по соблюдению безопасности на большее количество товаров и тем самым способствовать достижению цели безопасности товаров».

Выводы, сделанные судами в приведенных делах, основываются на применении к владельцам агрегаторов норм деликтной ответственности (норм «строгой ответственности»).

Один из основоположников теории строгой ответственности юридических лиц, G. C. Keating, указывает, что в основе ответственности юридического лица лежат два положения (Keating, 2001):

- любая деятельность должна учитывать характерные для нее издержки, которые могут возникнуть из несчастных случаев;
- ответственность юридического лица заключается в том, что такие издержки должны быть распределены между его участниками: затраты на выплату компенсаций за причиненный вред должны быть разделены между теми, кто получает прибыль от деятельности, в результате которой такой вред был причинен, и не должны быть бременем пострадавшей стороны.

По мнению ученого, расходы, связанные со случайным причинением вреда, характерного для той или иной деятельности, должны нести те, кто получает выгоду от этой деятельности, независимо от наличия их вины, что соответствует основным принципам деликтной ответственности как в США, так и в РФ.

Несмотря на то что указанная теория была выработана G. C. Keating более двух десятилетий назад применительно к ответственности предприятий за производственные травмы, она находит отражение и в современных научных работах, посвященных ответственности владельцев агрегаторов (Kreiczler-Levy, 2021). Так, K. Cunningham-Pameter утверждает, что возможность владельцев платформ контролировать исполнение и результаты договоров, заключаемых при их посредничестве (например, установление шкалы оплаты для своих партнеров Amazon), свидетельствует о наличии «абсолютной власти над условиями и методами труда» привлекаемых лиц, а значит — свидетельствует о деликтоспособности владельцев таких ресурсов (Cunningham-Pameter, 2016; Cunningham-Pameter, 2019).

Применение к владельцам агрегаторов норм об ответственности продавцов получило широкое распространение и в судебной практике других штатов. В деле *State Farm Fire & Cas Co. v. Amazon.com* Верховный суд Нью-Йорка пришел к выводу, что Amazon осуществлял достаточный контроль над термостатом, который предположительно вызвал пожар в доме, чтобы считаться «продавцом», поскольку согласно пользовательским документам у Amazon есть право отказать в регистрации продукта, обрабатывать возвраты клиентов и подготавливать продукты к отгрузке, получая при этом часть прибыли и отправляя продукт в фирменной упаковке Amazon⁶⁹. К аналогичным выводам по спору между теми же сторонами ранее пришел суд штата Висконсин⁷⁰, а также суды других штатов⁷¹.

⁶⁹ *State Farm Fire & Casualty Co. v. Amazon.com Services Inc.*, N.Y. slip op. 20326 (Sup. Ct. Dec. 8, 2020) <https://law.justia.com/cases/new-york/other-courts/2020/2020-ny-slip-op-20326.html>

⁷⁰ *State Farm Fire and Casualty Company v. Amazon.com, Inc.*, No. 3:2018cv00261 — Document 45 (W.D. Wis., 2019). <https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/wisconsin/wiwdc/3:2018cv00261/41608/45/>

⁷¹ См., например, *Papataros v. Amazon.com, Inc.*, Civ. No. 17-9836 (KM) (MAH) (D.N.J., 2019) https://www.govinfo.gov/app/details/USCOURTS-njd-2_17-cv-09836/summary

Отдельного внимания заслуживают условия распространения на владельца агрегатора режима правовой ответственности продавца, сформулированные судом в 2019 г. в деле *Oberdorf v. Amazon.com*⁷² (тест «Обердорфа»):

- является ли владелец агрегатора единственным участником цепочки распространения товара, доступным потребителю для возмещения ущерба?
- служит ли наложение строгой ответственности стимулом к обеспечению безопасности для владельца агрегатора?
- находится ли владелец агрегатора в лучшем положении, чем потребитель, для предотвращения распространения дефектного продукта (например, в данном деле *Amazon* был признан находящимся в таком положении, так как он осуществляет существенный контроль над сторонними поставщиками и имеет полную возможность удалять небезопасные продукты со своего сайта)?
- может ли владелец агрегатора перераспределить издержки на выплаты компенсаций потребителям на самих поставщиков (например, *Amazon* действительно включает положения о возмещении убытков в свои договоры с поставщиками и корректирует комиссионные сборы, взимаемые со сторонних поставщиков)?

Суд указал, что положительный ответ на все четыре вопроса свидетельствует о том, что владелец агрегатора может быть привлечен к ответственности по аналогии с нормами о продавце товара. При этом такое решение было обусловлено не тем, что *Amazon* является владельцем сайта, а именно его непосредственным участием в процессе продаж, в связи с чем нормы об иммунитете владельца платформы, предусмотренные разделом 230 CDA⁷³, в данном случае применены не были (Busch, 2019).

Обосновывая ответственность владельцев агрегаторов, ученые, как и суды в вышеописанных делах, отмечают, что в отличие от реальных продавцов товаров на онлайн-платформах, которые в подавляющем большинстве являются представителями малого бизнеса, такие компании, как *Amazon*, в действительности значительно больше влияют на совершаемые сделки и могут и должны контролировать продавцов на своих ресурсах (Janger & Twerski, 2020). При этом встречаются отдельные гипотезы, которые основываются на том, что владелец агрегаторов может рассматриваться не только по аналогии с продавцом, но также и как лицо, которое должно гарантировать качество и соответствие товара, приобретаемого потребителем на его платформе (Janger & Twerski, 2020).

Получающее все большую поддержку в американской судебной практике привлечение владельцев агрегаторов к гражданско-правовой ответственности видится справедливым, однако небезупречным с точки зрения ее правового основания. Это связано с тем, что так как привлечение владельца агрегатора к ответственности обеспечивается путем применения к нему норм о продавце, окончательная ответственность напрямую зависит от того, насколько широко конкретный суд понимает термин «продавец».

Так, Верховный суд Техаса, анализируя законодательство штата в рамках дела *Amazon.com v. McMillan*⁷⁴, постановил, что термин «продавец» не распространяется на *Amazon* в контексте товаров, продаваемых сторонними продавцами, даже несмотря на то что компания контролировала процесс транзакции и доставку продукта. Аналогичным образом интерпретируют местное

⁷² *Oberdorf v. Amazon.com, Inc.*, No. 18-1041 (3d Cir, 2019). <https://law.justia.com/cases/federal/appellate-courts/ca3/18-1041/18-1041-2019-07-03.html>

⁷³ Communications Decency Act, §230, 47 U.S.C. §§ 223–230 (1996).

⁷⁴ *Amazon.com, Inc. v. McMillan*, 625 S.W.3d 101 (Tex. 2021). <https://law.justia.com/cases/texas/supreme-court/2021/20-0979.html>

законодательство суды штатов Иллинойс в деле *Great Northern Insurance Company v. Amazon.com*⁷⁵ и Огайо — в деле *Stiner v. Amazon.com*⁷⁶.

Более того, как отмечают отдельные ученые, несмотря на появление таких прецедентов, как *Oberdorf v. Amazon.com* и *Bolger v. Amazon.com*, на 2022 г. было удовлетворено лишь около 20 % потребительских исков против Amazon (García-Micó, 2022).

В этой связи заслуживает внимания исследование S. Kreiczer-Levy “The Duties of Online Marketplaces”, в котором предлагается вместо использования уже существующих правовых конструкций дополнить американское законодательство специальными нормами об обязанностях и ответственности операторов платформ в случаях, «когда они создают представление о том, что платформа обеспечивает безопасность сделок», то есть фактически создают у потребителя впечатление о контроле платформы за сделкой и качеством приобретаемого товара. При этом такая ответственность, по мнению автора, должна наступать только когда продавец «недоступен для возмещения ущерба», то есть должна быть субсидиарной (Kreiczer-Levy, 2021).

Изложенное демонстрирует очевидную потребность американского правоприменителя в закреплении оснований ответственности владельцев агрегаторов на уровне законодательства. Так, ответственность владельцев агрегаторов предусмотрена в проекте закона о защите прав потребителей штата Калифорния⁷⁷, который предусматривает, что владельцы агрегаторов должны нести ответственность за все убытки, причиненные некачественными продуктами, размещенными на их площадке, в том же объеме, что и сам продавец. Однако участники рынка выступили против его принятия, так как, по их мнению, такие изменения задушат их бизнес⁷⁸. В другом законопроекте, также разработанном в Калифорнии, предлагается установить ответственность за качество товаров участников рынка электронной торговли, которые: (а) сообщают о предложениях о продаже и (б) упрощают оплату между сторонним продавцом и покупателем, даже если интернет-магазин самостоятельно не вступает во владение товаром⁷⁹.

Принимая во внимание вполне понятное недовольство бизнеса, нельзя не согласиться с председателем Комиссии по безопасности потребительских товаров США, который еще летом 2021 г. призывал общественность и государство принять решение о том, «как более эффективно регулировать деятельность платформ и как лучше всего защитить потребителей, которые полагаются на них»⁸⁰.

Как отмечают американские исследователи, «судебные решения не могут в полной мере учесть неадекватные средства правовой защиты, которые имеют потребители в случае причинения вреда продуктами, купленными на онлайн-рынках у сторонних продавцов, а устаревшие

⁷⁵ *Great N. Ins. Co. v. Amazon.com, Inc.* 19 C 684 (N.D. Ill. Aug. 20, 2019). <https://law.justia.com/cases/federal/district-courts/illinois/ilndce/1:2019cv00684/360978/32/>

⁷⁶ *Stiner v. Amazon.com, Inc.*, 162 Ohio St. 3d 128, slip op. 2020-Ohio-4632, 164 N.E.3d 394 <https://law.justia.com/cases/ohio/supreme-court-of-ohio/2020/2019-0488.html>

⁷⁷ California Product liability: electronic retail marketplaces Bill. (Cal. Assemb. 3262, 2019-2020 Reg. Sess. (Cal. 2020). <https://openstates.org/ca/bills/20192020/AB3262/>)

⁷⁸ Khambatta, D., Paroha, K. & Waldren, H. (2021, September 22). *Product liability risks for online marketplaces — an international comparison of litigation profiles*. Kennedys. URL: <https://kennedyslaw.com/thought-leadership/article/product-liability-risks-for-online-marketplaces-an-international-comparison-of-litigation-profiles/>

⁷⁹ California Product liability: products purchased online Bill (Cal. Assemb. 1182, 2021-2022 Reg. Sess. (Cal. 2021). https://leginfo.ca.gov/faces/billVersionsCompareClient.xhtml?bill_id=202102020AB1182

⁸⁰ U.S. Consumer Product Safety Commission (2021, July 14). *CPSC Sues Amazon to Force Recall of Hazardous Products Sold on Amazon.com*. <https://www.cpsc.gov/Newsroom/News-Releases/2021/CPSC-Sues-Amazon-to-Force-Recall-of-Hazardous-Products-Sold-on-Amazon-com>

законы штатов об ответственности за качество продукции могут ограничивать возможность привлечения к ответственности онлайн-рынков» (Bikoff, 2021). Отмечается, что «государства не могут защитить потребителей с помощью законов об ответственности за качество продукции, которые были написаны много лет назад и не учитывают особенности рынка электронной коммерции» (Bikoff, 2021).

Опыт США показывает, что несмотря на глубокий анализ экономической сущности платформ и их посреднической роли, который проводится судами при рассмотрении потребительских исков, а также по смыслу правильную тенденцию привлекать владельцев агрегаторов к ответственности по аналогии с продавцами (исполнителями), без закрепления оснований и пределов такой ответственности на уровне законодательства именно в отношении владельцев агрегаторов в полной мере обеспечить защиту прав потребителей и достичь единообразия в правоприменении будет невозможно.

В отличие от РФ, где ответственность владельцев агрегаторов в законодательстве и судебной практике квалифицируется как договорная, в США прослеживается формирование двух параллельных оснований ответственности таких субъектов:

- применение судами к владельцам агрегаторов доктрины строгой ответственности из деликтного права США;
- законодательные инициативы в отдельных штатах, предусматривающие закрепление условий ответственности владельцев агрегаторов за действия продавцов (исполнителей) в законах о защите прав потребителей.

И все же, пока в РФ иммунитет владельцев агрегаторов от требований потребителей, не связанных с их ненадлежащим информированием, остается незыблемым, в США уже начинает формироваться устойчивая тенденция расширения пределов ответственности владельцев агрегаторов. Представляется, что американский опыт, в том числе выводы, сделанные судами при рассмотрении некоторых дел, могут быть использованы при реформировании законодательства о защите прав потребителей и в нашей стране.

Заключение

Стремительное развитие рынка электронной коммерции и появление цифровых посредников в отношениях продавец-потребитель стало вызовом не только для российского законодателя и судебной системы, но и для органов государственной власти во всем мире, в частности в США.

Следствием этого является отсутствие единообразия в судебной практике как РФ, так и США: и российские, и американские суды, очевидно, испытывают сложности при оценке функционала агрегатора, его роли и возможности влиять на продавцов и исполнителей, а значит и нести ответственность за агрегируемые товары и услуги.

Указанное лишний раз подтверждает тезис о том, что российское законодательство в области электронной коммерции, как в принципе и американское, находится пока еще на начальной стадии формирования и развития, что в какой-то степени даже хорошо, так как у законодателя пока еще есть возможность урегулировать одну из ключевых сфер экономики так, чтобы такое регулирование соответствовало технологическим, социальным и политико-правовым вызовам всеобщей цифровизации.

References / Список литературы

1. Adamenko, A. P., Piskunova, N. I., & Tselovalnikova, I. U. (2021). Grazhdansko-pravovaya otvetstvennost vladeltsev agregatorov tovarnykh ploshchadok pri prodazhe tovarov potrebitelyam [Aggregator owners' civil liability when selling goods to consumers]. *Imuschestvennye otnosheniya v Rossiyskoy Federatsii*, (12), 58–62.
2. Busch, C. (2019). When product liability meets the platform economy: A European perspective on Oberdorf v. Amazon. *Journal of European Consumer and Market Law*, (8), 173–174.
3. Bychkov, A. I. (2019). Agregatory i marketpleisy [Aggregators and marketplaces]. *Ekonomiko-pravovoy bulletin*, (12).
4. Cunningham-Pameter, K. (2019). Gig-dependence: Finding the real independent contractors of platform work. *Northern Illinois University Law Review*, 39(3), 379–427.
5. Cunningham-Pameter, K. (2016). From Amazon to Uber: Defining employment in modern economy. *Boston University Law Review*, 96(5), 1673–1728.
6. Deryugina, T. V. (2018). Pravovaya priroda dogovora, oposreduyushchego vzniknovenie pravootnosheniy s uchastiem agregatora [The legal nature of an agreement mediating origination of legal relationships involving an aggregator]. *Grazhdanskoye pravo*, (6), 3–6.
7. Dolgov, S. G. (2021). Grazhdansko-pravovaya otvetstvennost agregatorov taksi [Civil liability of taxi aggregators]. *Grazhdanskoye pravo*, (1), 3–7.
8. García-Micó, T. (2022). Platform economy and product liability: Old rules for new markets. *IDP: Revista d'Internet, Dret i Política*, (34), 1–24.
9. Gubaeva, A. K. (2020). Deliktное pravo Rossii: sovremennye visovy i perspektivy razvitiya [Russian tort law: Contemporary challenges and prospects for development]. *Zakon*, (3), 38–48.
10. Ivanov, A. A. (2017). Business-agregatory i pravo [Aggregation business and law]. *Zakon*, (5), 145–156.
11. Ivanov, A. A. (2019). Hronika pikiruyushchego bombardirovshchika [Chronicle of a dive bomber]. *Zakon*, (7), 82–91.
12. Janger, E. J., & Twerski, A. D. (2020). Warranty, product liability and transaction structure: The problem of Amazon. *Brooklyn Journal of Corporate, Financial & Commercial Law*, 15(1), Article 3. <https://brooklynworks.brooklaw.edu/bjcfcl/vol15/iss1/3>
13. Janger, E. J., & Twerski, A. D. (2020). The heavy hand of Amazon: A seller not a neutral platform. *Brooklyn Journal of Corporate Financial & Commercial Law*, 14(2), 259–273. <https://brooklynworks.brooklaw.edu/bjcfcl/vol14/iss2/3>
14. Keating, G.C. (2001). The theory of enterprise liability and common law strict liability. *Vanderbilt Law Review*, 54(3), Article 20. <https://scholarship.law.vanderbilt.edu/vlr/vol54/iss3/20>
15. Krasnova, S.A. (2022). Grazhdansko-pravovoy status operatorov online-platform: neopredelennoe nastoyashee i vozmozhnoe budushee [Civil legal status of online platform operators: uncertain present and possible future]. *Imuschestvennye otnosheniya v Rossiyskoy Federatsii*, 2(245), 76–86.
16. Kreiczler-Levy, S. (2021). The duties of online marketplaces. *San Diego Law Review*, 58(2), 269–308. <http://id.loc.gov/authorities/names/n79122466.html>
17. Kuznetsova, L.V. (2019). Voprosy grazhdansko-pravovoy otvetstvennosti agregatorov elektronnoy kommersii [Issues of civil liability of e-commerce aggregators]. In M.A. Rozhkova (Ed.) *E-commerce i vzaimosvyazannye oblasti (pravovoe regulirovanie)* [E-commerce and related spheres (legal regulation)] (pp. 39–65). Statut.
18. Lobel, O. (2016). The Law of the Platform. *Minnesota Law Review*, (101), 87–166. <https://www.minnesotalawreview.org/wp-content/uploads/2019/07/Lobel.pdf>
19. Markelova, A.A. (2021). Civil liability of taxi-aggregation companies: Between contract and tort law. *Digital Law Journal*, 2(4), 8–19. <https://doi.org/10.38044/2686-9136-2021-2-4-8-19>

20. Pleshanova, O.P. (2019). Mnogourovnevaya numeratsiya i botizatsiya vsey strany [Multi-level numeration and nation-wide robotization]. *Zakon*, (6), 112–123.
21. Poduzova, E.B. (2021). Subekty tsifrovyykh pravootnosheniy: Tendentsii prava i biznesa [Participants of digital legal relations: Trends in law and business]. *Aktualnye problemy rossiyskogo prava*, 16(2), 55–60. <https://doi.org/10.17803/1994-1471.2021.123.2.055-060>
22. Semyakin, M.N. (2020). Grazhdansko-pravovoy dogovor v sfere tsifrovoy ekonomiki [Civil contract in the field of digital economy]. *Rossiyskiy yuridicheskiy journal*, 1(130), 107–116.
23. Shaidullina, V.K. (2020). Pravovoe regulirovanie funktsionirovaniya tovarnykh agregatorov v seti Internet [Legal regulation of functionality of the trade aggregators online]. *Law and Politics*, (8), 58–66. <https://doi.org/10.7256/2454-0706.2020.8.33341>
24. Suvorov, E.D. (2019). Nekotorye problemy elektronnoy trgovli: K voprosu ob otvetstvennosti vladeltsev agregatorov pered potrebitelyami [Some problems of e-commerce: On the question of aggregator owners' liability to customers]. *Vestnik ekonomicheskogo pravosudiya Rossiyskoy Federatsii*, (9), 57–67.

Сведения об авторе:

Краулин К. К. — магистрант программы «Цифровое право» факультета права Национального исследовательского университета «Высшая Школа Экономики», Москва, Россия.

kraulin.konstantin@yandex.ru

Information about the author:

Konstantin K. Kraulin — LL.M. Student (LL.M. Program on Digital Law), Faculty of Law, HSE University, Moscow, Russia.

kraulin.konstantin@yandex.ru