

ОСОБЕННОСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ЭПОХУ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Пьянкова А.Ф.

к.ю.н.,

доцент кафедры гражданского права

ФГБОУ ВПО «Пермский государственный национальный

исследовательский университет»

614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15

e-mail: pyankova-af@yandex.ru

Ryankova A.F.

PhD, Associate professor,

Department of Civil Law, Perm State National Research University

614990, Perm, Bukireva st., 15

e-mail: pyankova-af@yandex.ru

Цифровизация экономики накладывает отпечаток на реализацию прав потребителей. В статье рассмотрены изменения в области предоставления потребителям информации и порядке заключения договора. Отмечается, что предоставление информации в сети Интернет не должно носить формальный характер, а должно соответствовать имеющимся требованиям к порядку предоставления информации. Характеризуются новеллы законодательства о защите прав потребителей, возлагающие информационные обязанности на владельцев агрегаторов информации о товарах (услугах). Проанализированы положения о дистанционной купле-продаже товаров и сделан вывод об их недостаточности. Заключается, что законодательство пока недостаточно регулирует изменившиеся под влиянием цифровизации экономики потребительские отношения, но в то же время значимость изменений пока не стоит преувеличивать.

Digitalization of the economy leaves an imprint on the consumers' rights enjoyment. The article covers the peculiarities of providing the consumers with information and the procedure for conclusion of contracts. It is noted that the provision of information in the Internet should not be formal, but should comply with the legal requirements for the provision of information. The novelties of consumer legislation, according to which information obligations are imposed on owners of aggregators of information on goods (services). The provisions on the remote sale of goods have been analyzed and a conclusion has been drawn about their insufficiency. It is concluded that the legislation so far does not adequately regulate the consumer relations that have changed under the influence of the digitalization of the economy, but at the same time, the significance of these changes should not be exaggerated.

Ключевые слова: цифровизация экономики, право потребителя на информацию, дистанционный способ продажи товара, большие данные, владелец агрегатора информации о товарах (услугах), click-wrap соглашение, интернет вещей.

Key words: digitalization of the economy, consumer's right to information, distance selling, big data, owner of the aggregator of information on goods (services), click-wrap agreement, internet of things.

Цифровизация экономики является одним из общепризнанных глобальных трендов современной социально-экономической жизни.

По мнению директора Фонда развития интернет-инициатив Кирилла Варламова, «цифровая экономика – это уклад, в котором происходит системный и последовательный перевод в цифровой вид традиционных форм деловых и производственных отношений, форм взаимодействия населения и

предприятий с государством»¹. В соответствии с программой «Цифровая экономика Российской Федерации» цифровая экономика представляет собой хозяйственную деятельность, ключевым фактором производства в которой являются данные в цифровой форме, и способствует формированию информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений, развитию информационной инфраструктуры Российской Федерации, созданию и применению российских информационно-телекоммуникационных технологий, а также формированию новой технологической основы для социальной и экономической сферы (утверждена Распоряжением Правительства РФ от 28.07.2017 г. №1632-р).

Цифровизация экономики затрагивает все сферы экономической жизни, в том числе и сферу потребления. Право должно идти в ногу со временем и корректировать привычные подходы под влиянием современных тенденций.

Применительно к защите прав потребителей считаем необходимым выделить два направления, которые должны учитываться законодателем:

- развитие техники и технологии выводит на рынок качественно новые товары и связанные с ними услуги, что влечет не просто изменение структуры спроса, но необходимость изменения взгляда на привычные вещи;
- развитие техники и технологии коренным образом меняет сам процесс взаимодействия сторон договора.

Рассмотрим более подробно, как эти тенденции влияют на правовые отношения потребителей и их контрагентов.

1. Преддоговорной процесс: информационные обязанности в эпоху «больших данных».

Частью 1 статьи 10 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон о защите прав потребителей) предусмотрено, что изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно

¹ Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса /Отв. ред. Д.С. Медовников– М.: ВШЭ, 2017. С. 2.

предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. Это своеобразная преддоговорная обязанность лиц, вступающих в правоотношения с потребителями.

По мнению Т. В. Шершень, из закрепленной законом обязанности изготовителя (исполнителя, продавца) своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность компетентного выбора (ст. 12), вытекает предположение об отсутствии у потребителя специальных познаний о его свойствах и характеристиках товара. Кроме того, существенно указание закона о том, что информация о товарах (работах, услугах) в соответствии с п. 2 ст. 8 Закона должна доводиться до сведения потребителя в наглядной и доступной форме².

Одной из тенденций цифровой экономики является колоссальное возрастание объемов информации. Ответом на этот вызов стали технологии, получившие в технической и бизнес-среде обобщенное название «большие данные» (big data). В самом общем виде большие данные можно определить как совокупность инструментов и методов обработки структурированных и неструктурированных данных огромных объемов из различных источников, подверженных постоянным обновлениям, в целях повышения качества принятия управленческих решений, создания новых продуктов и повышения конкурентоспособности³.

Форма предоставления информации в цифровом обществе коренным образом меняется. Она также переходит в цифровой вид – размещается в сети Интернет. При этом появляются устройства и программы, облегчающие поиск информации, например, QR-коды, позволяющие при помощи

² См.: Шершень Т. В. Гражданско-правовые средства защиты прав и интересов потребителей // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2012. № 3 (17). С. 199.

³ См.: Савельев А. И. Направления эволюции свободы договора под влиянием современных информационных технологий // Свобода договора: Сб. статей / Рук. авт. колл. и отв. ред. М.А. Рожкова. М.: Статут, 2016. С. 384.

смартфона быстро получить доступ к нужной веб-странице. Постепенно получают распространение технологии расширенной реальности. Например, в некоторых магазинах компании Lego, зайдя в специальную кабинку с коробкой конструктора, можно увидеть трехмерную модель в собранном состоянии⁴. Оценивая новые возможности, А. И. Савельев отмечает, что в перспективе на потребителя, по-видимому, будет возложен риск незнакомления с информацией, размещённой предпринимателем в общедоступных источниках.

Однако, на наш взгляд, пока такое решение было бы как минимум преждевременным, и дело даже не в степени охвата нашей страны современными технологиями.

Обратимся к характеристикам информации, вытекающим из Закона о защите прав потребителей.

- своевременность предполагает предоставление информации ДО заключения основного договора⁵;
- необходимость означает предоставление такой информации о товаре, которая обеспечивала бы возможность свободного и правильного выбора товара покупателем, исключая возникновение у последнего какого-либо сомнения относительно потребительских свойств и характеристик товара, правил и условий его эффективного использования⁶.

По мнению Е.Г. Шабловой, «при определении понятия «необходимая информация» следует исходить из презумпции отсутствия специальных познаний у потребителя, специфики потребительских свойств услуги, индивидуальных потребностей, которые потребитель желает удовлетворить с помощью услуги и других обстоятельств. Поэтому если потребителю потребуется иная дополнительная, не предписанная нормативно информация,

⁴ См.: Савельев А. И. Там же.

⁵ П. 5 Обзора судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 4 (2016), утвержденного Президиумом Верховного Суда РФ 20.12.2016 // СПС «КонсультантПлюс».

⁶ Там же.

то нет оснований полагать, что исполнитель имеет право ему отказать в предоставлении такой информации»⁷.

- достоверность как характеристика информации раскрывается в Федеральном законе от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

Применительно к рассматриваемой проблеме следует, прежде всего, коснуться такой характеристики, как своевременность. Если покупка совершается в традиционном магазине, информация о товаре размещена где-то на сайте компании, покупателю не предоставлена возможность ознакомиться с ней в момент заключения договора, то говорить о надлежащем предоставлении информации нельзя. Ссылки судов при этом на то, что данная информация является общедоступной как размещённая на сайте⁸, считаю не основанными на законе. Такое предоставление информации нельзя считать своевременным.

Справедливости ради следует отметить, что информационные права потребителей-должников по кредитным договорам суды обеспечивают значительно лучше. Так, суды указывают, что информация о цене банковской услуги должна быть доведена до сведения потребителя в договоре. Иные способы доведения до потребителя информации о цене банковской услуги, в том числе в виде опубликования на сайте Банка, размещения на информационных стендах, в структурных подразделениях Банка, могут иметь место только в качестве дополнительных способов⁹. В иных судебных актах также такой способ предоставления информации, как размещение на сайте банка, оценивается как ненадлежащий¹⁰.

⁷ *Шаблова Е.Г.* Право потребителя на получение информации об услугах // *Законы России: опыт, анализ, практика.* 2010. № 5. С. 22.

⁸ Апелляционное определение Московского городского суда от 20.09.2017 по делу № 33-37829/2017 // СПС «КонсультантПлюс».

⁹ Постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 13.03.2013 по делу № А31-11225/2012 // СПС «КонсультантПлюс».

¹⁰ См., напр.: Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 11.03.2016 № Ф09-656/16 по делу № А76-4314/2015; Определение Верховного Суда РФ от 20.06.2017 № 6-КГ17-2 // СПС «КонсультантПлюс».

При покупке в Интернет-магазине необходимо, чтобы информация содержалась на странице товара, либо с нее имелась наглядная отсылка. Главное, чтобы продавцы не использовали информационные технологии против самих потребителей, например, приобретая товар, потребитель бланкетно проставляет галочку о том, что ему предоставлена вся информация о товаре. Аналогичным образом суды трактуют условия договора присоединения, формально подходя к вопросу доказывания факта предоставления информации. Так, суды считают информационную обязанность исполненной на основании, например, следующей формулировки: «стороны соглашаются, что до заключения договора покупателю предоставлена информация об автомобиле, с которой он ознакомлен, в том числе его стоимости, условиях приобретения автомобиля, комплектации, потребительских свойствах и качестве, правилах гарантийного обслуживания, технических и эксплуатационных характеристиках и конструктивных особенностях»¹¹.

Исходя из изложенного, представляется, что представление информации о товаре в сети Интернет будет являться надлежащим при соблюдении следующих условий:

А) При покупке в традиционном магазине:

- в магазине имеются устройства для доступа на сайт с удобной навигацией по страницам с описанием товаров, либо информация демонстрируется сотрудником продавца;

Б) При покупке в интернет-магазине:

- информация содержится на странице товара, или с нее имеется отсылка.

1.1. Предоставление информации бизнес-агрегаторами

¹¹ Апелляционное определение Московского городского суда от 24.03.2015 по делу № 33-9400 // СПС «КонсультантПлюс».

Аналогичный подход: Апелляционное определение Московского городского суда от 02.06.2014 по делу № 33-17631 // СПС «КонсультантПлюс».

В последние годы всё большую популярность приобретают сайты, систематизирующие предложения о товарах или услугах, на которых можно быстро сравнить предложения различных магазинов и совершить покупку. Много говорилось о необходимости закрепить их обязанности. Эти дискуссии были порождены, разумеется, развитием соответствующих общественных отношений.

Так, уже состоялись решения Верховного Суда РФ, по которым был пресечён уход от ответственности агрегатора такси за смерть пассажира от ДТП. Агрегатор настаивал на том, что оказывает лишь информационные услуги. Но ВС РФ приравнял его к агенту и сослался на соответствующие нормы главы 52 ГК РФ¹². Любопытно, что в Америке, которая обычно на шаг вперёд в вопросах защиты прав потребителей, сайт Amazon приравнивали к аукционисту, и Окружной суд Средней Пенсильвании отказал в возмещении вреда, причинённого потребителю товаром, приобретённым на Amazon¹³.

С 1 января 2019 г. вступят в силу масштабные поправки в Закон о защите прав потребителей (Федеральный закон от 29.07.2018 №250-ФЗ), которые урегулируют правовое положение владельцев агрегаторов информации о товарах (услугах).

Обязанности, закрепленные за агрегаторами новой редакцией Закона о защите прав потребителей, являются в основном информационными. Так, владелец агрегатора обязан предоставить достоверную информацию о себе и продавце посредством ее размещения на своих сайте и (или) странице сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет". Информацию о продавце (исполнителе) владелец агрегатора вправе довести до сведения потребителей посредством размещения на своих сайте и (или) странице сайта

¹² Определение Верховного Суда РФ от 09.01.2018 по делу № 5-КГ17-220 // СПС «КонсультантПлюс».

¹³ *Куртчев А.* Агрегаторы в цифровой экономике: поиск правовой модели для аналогии. Об одном деле окружного суда Средней Пенсильвании [Электронный ресурс] URL: https://zakon.ru/blog/2018/1/18/agregatory_v_cifrovoj_ekonomike_poisk_pravovoj_modeli_dlya_analogii_ob_odnom_dele_okruzhnogo_suda_sr (Дата обращения 25.08.2018 г.)

в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" ссылки на сайт продавца (исполнителя) в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

При этом установлены жесткие сроки для внесения изменений в такую информацию: один рабочий день дается продавцу на сообщение об изменениях владельцу агрегатора, а последнему – на внесение этих изменений на сайт. При этом, если продавец не довел до владельца агрегатора информацию об изменениях, владелец агрегатора не несёт за это ответственности. В этом плане потребитель, вступающий в отношения с владельцем агрегатора и добросовестно полагающийся на предоставленную информацию, оказывается незащищённым.

Владелец агрегатора отвечает, прежде всего, за информацию, представленную ненадлежащим образом. За неисполнение договора продавцом он не отвечает, если иное не предусмотрено договором между владельцем агрегатора и продавцом.

Владелец агрегатора обязан вернуть полученную сумму предоплаты при наличии следующих условий:

- товар (услуга), в отношении которого потребителем внесена предварительная оплата на банковский счет владельца агрегатора, не передан потребителю в срок (услуга не оказана в срок);
- потребитель направил продавцу (исполнителю) уведомление об отказе от исполнения договора купли-продажи (договора возмездного оказания услуг) в связи с нарушением продавцом (исполнителем) обязательства передать товар (оказать услугу) в установленный срок.

При этом владельцу агрегатора направляется подтверждение уведомления продавца об отказе от договора.

Таким образом, правопорядок делает определённые шаги к тому, чтобы следовать тенденциям цифровизации экономики в части информационного обеспечения потребителей, но пока они носят догоняющий и фрагментарный характер.

2. Порядок заключения договора: дистанционное взаимодействие.

А. И. Савельев выделяет три ключевых этапа развития договорного права:

1) период индивидуализированных договоров, характерный для традиционных аграрных обществ и начального этапа промышленной революции;

2) период доминирования стандартизированных договоров (эпоха массового производства и начальные этапы промышленной революции);

3) период автоматизированных договоров, начинающийся в настоящее время и характерный для периода распространения искусственного интеллекта¹⁴.

Разумеется, переход от одного этапа к другому является постепенным и не означает 100% вытеснения одного способа заключения договора другим. В то же время констатируется, что в данный момент происходит «дистанцирование» сторон договора друг от друга. Всё чаще договоры заключаются без личного присутствия сторон.

Статьей 26.1 Закона регулируются вопросы дистанционной купли-продажи товаров. Особенностью такого способа заключения договора является право потребителя на безмотивный возврат товара в течение семи дней со дня его передачи. Предоставление данного права обусловлено тем, что при приобретении по каталогам или описанию на Интернет-сайте потребитель лишён возможности лично ознакомиться с потребительскими свойствами и качествами товара, «пощупать» его. Кроме того, особо оговорен ряд информационных обязанностей предпринимателя. Иных принципиальных особенностей статья, посвященная дистанционной продаже, не содержит.

Иные вопросы дистанционного взаимодействия потребителей и их контрагентов остаются за рамками Закона.

¹⁴ См.: Савельев А. И. Указ. соч. С. 365–377.

Между тем дистанционно может осуществляться далеко не только торговля. Сеть Интернет предоставляет широкие возможности для самых разных бизнесов. Так, немалую популярность завоевали ресурсы, позволяющие получить юридическую помощь онлайн, оказание услуг по проведению различного рода вебинаров и многие другие. Отдельно следует упомянуть услуги по продаже программного обеспечения для персональных компьютеров и приложений для устройств, работающих на платформах Android и iOS. Такие договоры чаще всего заключаются по принципу *click-wrap agreement*, то есть соглашения, появляющегося на экране компьютера или иного устройства (как правило, достаточно большого объёма), которые пользователь может пролистать (“wrap”) и принять путём установки галочки в соответствующем окошке (“click”).

Очевидно, эти виды экономической деятельности не охватываются вопросами дистанционной торговли и тоже могут требовать особой защиты прав потребителей от некачественно оказанных услуг, навязывания услуг, предоставления информации и т.д.

При дистанционной торговле в сети Интернет (а она может осуществляться и без его посредства – через каталоги и т.п.) Интернет используется, по меткому замечанию А. И. Савельева, «в качестве средства коммуникации между сторонами договора... В данном случае существенных отличий от процедуры заключения классических стандартизированных договоров практически нет»¹⁵.

Переход к третьему этапу договорного права происходит, по мнению ученого, когда со стороны предпринимателя договор полностью заключается и исполняется в автоматическом режиме, без участия человека, а с использованием так называемых «электронных агентов», то есть «компьютерную программу или электронное автоматизированное

¹⁵ Савельев А. И. Указ. соч. С. 364.

устройство, которое, действуя «от имени» пользователя, выполняет определённые задачи без его непосредственного участия»¹⁶.

Ещё сложнее обстоят дела, когда во взаимодействие вступают электронные агенты с обеих сторон. В связи с этим говорят о так называемом Интернете вещей. Термином “интернет вещей” (Internet of Things) принято обозначать быстрорастущий и крайне разнородный класс промышленных и бытовых приборов, устройств и прочих приспособлений, которые объединяет друг с другом возможность их совместного функционирования и взаимодействия при помощи беспроводной связи (через интернет или посредством телефонных линий; альтернативным вариантом также является использование технологий радиочастотной идентификации)¹⁷.

Немало сделок заключается уже сейчас роботами-трейдерами на биржах. Между организациями, вовлеченными в единый технологический процесс, нередко существуют соглашения об электронном обмене данными, в рамках которого заказ на недостающие запчасти размещается и принимается в автоматическом режиме. Из более приближенного к потребителям примера можно привести технологии «умный дом», в частности, холодильники, подключенные к сети Интернет, которые могут отслеживать наличие и состояние продуктов и в зависимости от этого размещать заказ в магазине. Устройства с искусственным интеллектом или его аналогами обладают определённой самообучаемостью – они могут модифицировать свои установки в зависимости от опыта взаимодействия с определённым объектом или субъектом, делать обобщения, создавать новые знания и т.п. (технологии когнитивных вычислений)¹⁸ Здесь стоит вспомнить знаменитый баттл Р. С. Бевзенко с ботом¹⁹.

¹⁶ Савельев А. И. Указ. соч.

¹⁷ Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса /Отв. ред. Д.С. Медовников– М.: ВШЭ, 2017. С. 16–17.

¹⁸ См.: Савельев А. И. Указ. соч. С. 370.

¹⁹ Бевзенко Р. С. Как я победил судебного робота-юриста // И почему это будет длиться недолго [Электронный ресурс] URL: https://zakon.ru/blog/2018/05/21/kak_ya_pobedil_sudebnogo_robota-yurista_i_pochemu_eto_budet_dlitsya_nedolgo (Дата обращения 23.08.2018 г.)

При этом в праве пока нет ответов на вопросы о пределах связанности «хозяина» такого устройства заключённым договором, в особенности при сбое в программе. Будет ли разработчик программы/устройства нести ответственность за ошибку в программе, если вследствие ошибки будет причинён какой-либо ущерб владельцу/пользователю? Трудно не согласиться с А. И Савельевым в том, что «вряд ли справедливо возлагать на лицо, использовавшее электронного агента, бремя исполнения договора, который был заключен в результате сбоя («бага») программы, о котором такое лицо не знало или не должно было знать. Но даже в отсутствие сбоев говорить о том, что в действиях когнитивного электронного агента выражена воля пользователя, в условиях, когда такой агент сам определяет оптимальную цену, выбирает контрагента, обрабатывая массив доступных в Интернете и релевантных для данной транзакции данных, можно уже лишь при условии введения фикций»²⁰. Если ограничения ответственности по таким договорам не будет, вряд ли найдется много желающих обречь себя на такие риски. В то же время необходим баланс интересов: если другая сторона добросовестно полагалась на волеизъявление, выраженное электронным агентом, она тоже не должна оставаться без защиты.

Отдельного рассмотрения требует вопрос формы сделок. Каким образом будет подтверждаться факт заключения договора конкретным потребителем? Как быть со взломом паролей/вирусами и прочими негативными экстерналиями цифровизации экономики? Широкое распространение подобного рода сделок потребует либерализации взглядов судов на доказательства, полученные из сети Интернет. В процессуальном законе, исходя из его буквы, как ни странно, более либеральные положения содержатся в Гражданском процессуальном кодексе РФ: ч. 1 ст. 71 данного кодекса констатирует, что письменные доказательства могут быть получены в том числе и с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», и могут быть выполнены в цифровой форме. Что же

²⁰ Савельев А. И. Указ. соч. С. 364.

касается Арбитражного процессуального кодекса, он почему-то гласит, что документы, полученные с использованием информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», допускаются в качестве письменных доказательств в случаях и порядке, которые предусмотрены настоящим Кодексом, другими федеральными законами, иными нормативными правовыми актами или договором. Если копии документов представлены в арбитражный суд в электронном виде, суд может потребовать представления оригиналов этих документов. Аналогичная норма введена ч. 1.1 ст. 70 Кодекса административного судопроизводства РФ.

Так, например, ещё Президиум ВАС РФ сформулировал правовую позицию, в соответствии с которой распечатки страниц интернет-сайта не принимаются в качестве доказательства, если лицо, участвующее в деле, не обосновало допустимость их представления²¹.

Существующий порядок обеспечения доказательств нотариусом малодоступен для потребителя:

- по причине дороговизны услуг нотариуса;
- ввиду юридической неграмотности потребитель может не успеть воспользоваться вовремя данной возможностью/ просто не знать о ее существовании.

Таким образом, цифровизация экономики ставит перед законодателем насущную задачу: формулировка новелл, касающихся формы договора с потребителем, заключаемым через посредство сети Интернет или иных современных технологий.

Подводя итог, следует сказать, что, на наш взгляд, доля сделок, заключаемых в рамках дистанционного взаимодействия на потребительском рынке (да и в других отраслях экономики) будет, безусловно, возрастать, однако мы не склонны апологизировать данный процесс. Думается, по-прежнему останется немало сделок, заключаемых «по старинке», путем

²¹ Постановление Президиума ВАС РФ от 05.04.2012 N 16311/11 по делу № А40-7557/11-152-86 // СПС «КонсультантПлюс».

составления письменного документа и личного присутствия сторон. Этому будут способствовать следующие обстоятельства:

- далеко не все потребители способны, что называется, «идти в ногу со временем», и старшее поколение ещё долго будет «по старинке» пользоваться привычными способами приобретения товаров, работ, услуг;

- подогревают опасения имеющиеся случаи мошенничеств, в том числе с использованием платежных карт, что будет настораживать определённый круг потребителей, технически готовых к нововведениям;

- определённая ригидность законодателя в вопросах либерализации формы сделки: в отношении ряда сделок, думается, ещё долго сохранится обязательная письменная форма;

- ряд сделок, видимо, все равно большинству потребителей будет удобнее заключать, лишь лично ознакомившись с потребительскими свойствами товара либо лично пообщавшись с исполнителем услуг.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. *Бевзенко Р. С.* Как я победил судебного робота-юриста // И почему это будет длиться недолго [Электронный ресурс] URL: https://zakon.ru/blog/2018/05/21/kak_ya_pobedil_sudebnogo_robota-yurista_i_pochemu_eto_budet_dlitsya_nedolgo (Дата обращения 23.08.2018 г.).

2. *Кирпичев А.* Агрегаторы в цифровой экономике: поиск правовой модели для аналогии. Об одном деле окружного суда Средней Пенсильвании [Электронный ресурс] URL: https://zakon.ru/blog/2018/1/18/agregatory_v_cifrovoj_ekonomike_poisk_pravovo_j_modeli_dlya_analogii_ob_odnom_dele_okruzhnogo_suda_sr (Дата обращения 25.08.2018 г.).

3. *Савельев А. И.* Направления эволюции свободы договора под влиянием современных информационных технологий // Свобода договора: Сб. статей / Рук. авт. колл. и отв. ред. М.А. Рожкова. М.: Статут, 2016. С. 363–421.

4. Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса /Отв. ред. Д.С. Медовников– М.: ВШЭ, 2017. 121 с.

5. *Шершень Т. В.* Гражданско-правовые средства защиты прав и интересов потребителей // Вестник Пермского университета. Юридические науки. 2012. № 3 (17). С. 198–205.

6. *Шаблова Е. Г.* Право потребителя на получение информации об услугах // Законы России: опыт, анализ, практика. 2010. № 5. С. 20–24.