

**ПРАВОВИЙ СТАТУС ПОСТАЧАЛЬНИКІВ P2B-ПОСЛУГ В УКРАЇНІ
ТА В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ****THE LEGAL STATUS OF P2B SERVICE PROVIDERS IN UKRAINE
AND THE EUROPEAN UNION: A COMPARATIVE ASPECT**

Гайдай К.О., аспірантка

Науково-дослідний інститут інтелектуальної власності Національної академії правових наук України

Представлена робота присвячена порівняльно-правовому аналізу й дослідженню особливостей регулювання P2B-послуг в Україні та ЄС. У статті розкрито особливості правового регулювання відносин із надання послуг за участю постачальників послуг проміжного характеру в інформаційній сфері (онлайн-посередників або інтернет-посередників) та суб'єктів господарювання. Описано правовий статус онлайн-посередників у сфері P2B-послуг за законодавством України та згідно основного акту ЄС у вказаній сфері – Регламенту (ЄС) 2019/1150 Європейського Парламенту та Ради від 20 червня 2019 року про сприяння справедливості та прозорості для бізнес-користувачів послуг онлайн-посередництва. Означена проблематика визначення суб'єктного складу правовідносин у сфері надання послуг проміжного характеру, зокрема, стосовно визначення користувача (споживача, замовника) послуг. Охарактеризовано необхідність специфічного правового регулювання досліджуваних суб'єктів з точки зору їхнього впливу на ринок. Обґрунтовано, що P2B-послуги в Україні регулюються лише частково, в окремих сферах. Охарактеризовано зміст та основні положення Регламенту (ЄС) 2019/1150. Визначено, які суб'єкти входять у сферу правового регулювання Регламенту, і які послуги виключаються з нього, а також поняття «послуги онлайн-посередництва». Наведено перелік вимог, що висуваються в ЄС до провайдерів послуг онлайн-посередництва для бізнес-користувачів, зокрема умови, що є обов'язковими для включення в договір («умови та положення») між таким посередником і бізнес-користувачем, та вимоги до змісту, форми й способу викладення договору. До таких умов належать вимоги щодо прозорості, зрозумілості, доступності умов та положень тощо, а також наявності в їх структурі правил щодо врегулювання спорів, розгляду скарг, надання певної інформації стосовно алгоритмів індексації, підстав видалення акаунту та інших. Коротко окреслені відомості стосовно ефективності Регламенту, наведені його зв'язки з іншими новітніми нормативно-правовими актами ЄС у сфері цифрових ринків і цифрових послуг. Описано основні проблеми його реалізації.

У статті обґрунтовується висновок про недостатнє правове регулювання постачальників P2B-послуг в Україні при зростаючій необхідності забезпечити конкурентне середовище для залучення інвестицій і втілення євроінтеграційного курсу.

Ключові слова: електронна комерція, онлайн-посередники, інтернет-посередники, P2B-послуги, онлайн-платформи, законодавство ЄС.

The present work is devoted to comparative legal analysis and study of the peculiarities of P2B services regulation in Ukraine and the EU. The article reveals the peculiarities of legal regulation of relations in providing services involving intermediate service providers in the information sphere (online intermediaries or internet intermediaries) and business entities. The author describes the legal status of online intermediaries in the field of P2B services under Ukrainian law and under the main EU act in this area – Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services. The author outlines the issues of determining the subjective composition of legal relations in the field of intermediate services, in particular, with regard to the definition of a user (consumer, customer) of services. The author describes the need for specific legal regulation of the subjects under study in terms of their impact on the market. The author proves that P2B services in Ukraine are regulated only partially, in certain areas. The author describes the content and main provisions of Regulation (EU) 2019/1150. The author identifies which entities are included in the scope of legal regulation of the Regulation and which services are excluded from it, as well as the concept of 'online intermediation services'. The author provides a list of requirements imposed in the EU on providers of online intermediation services for business users, including the terms and conditions that are mandatory to be included in the contract ('terms and conditions') between such intermediary and business user, and requirements to the content, form, and manner of presentation of the contract. These conditions include requirements for transparency, clarity, accessibility of terms and conditions, etc., as well as the presence in their structure of rules for dispute resolution, complaints, provision of certain information on indexing algorithms, grounds for account deletion, etc. The author briefly outlines the effectiveness of the Regulation and its links with other recent EU regulations in the digital markets and services field. The main problems of its implementation are described.

The article concludes that there is insufficient legal regulation of P2B service providers in Ukraine, given the growing need to ensure a competitive environment for attracting investment and implementing the European integration course.

Key words: e-commerce, online intermediaries, internet intermediaries, P2B services, online platforms, EU legislation.

У наш час цифрові ринки внаслідок інтенсивного й динамічного науково-технічного прогресу отримали феноменальний розвиток з точки зору форм та методів здійснення комерційної діяльності. Постачальники послуг проміжного характеру в інформаційній сфері, або, як їх звичайно іменують у західній правовій науці, «інтернет-посередники» чи «онлайн-посередники», трансформувались із нейтральних посередників, що забезпечують простий обмін інформацією і її зберігання, у впливові, технологічно інноваційні та диверсифіковані компанії, здатні надавати різноманітні послуги у сфері маркетингу, продажів, хостингу, агрегації товарів або відгуків, індексації результатів пошуку, реклами тощо. Вони відомі також як «онлайн-платформи», «цифрові платформи», «провайдери сервісів з обміну контентом», «онлайн-маркетплейси» та багато інших форм онлайн-посередництва, що мають різні ознаки, однак усі поєднані спільною функцією – сприяння користувачам мережі в здійсненні їхніх прав. Регулювання правовідносин між інтернет-посередниками та фізичними особами-споживачами є значно роз-

робленим як в Україні, так і в зарубіжних правових системах; водночас, в останні роки економічний вплив певних онлайн-платформ зріс настільки, що це зумовило ризики для прозорості, чесності, рівності, конкуренції та інших засад ринку в демократичних суспільствах, враховуючи, що користувачами послуг онлайн-посередників можуть бути не лише громадяни, а й суб'єкти господарювання. Як зазначає І. Алексєєнко, «Питання щодо статусу платформ як суб'єктів підприємницької діяльності, головною метою яких є отримання прибутку, а не просто посередницьких структур, обумовлюється тим, що вони організовують створення та обмін цінностями чи вартостями («організатори ринку»), а не просто поєднують замовника з підрядником» [1, с. 51].

«Platform-to-business» («P2B») – це правовідносини між онлайн-платформою і суб'єктом господарювання, а також модель надання послуг, спрямованих на бізнес-користувачів. P2B-відносинами є будь-які відносини із замовлення послуг бізнес-користувачем в онлайн-посередника задля сприяння продажам, незалежно від харак-

теру такої послуги, як-то, розміщення оголошення, контенту, чи реклами. Такі правовідносини, зважаючи на їх характер, завжди будуть зобов'язальними, і в абсолютній більшості випадків – договірними, отже, на них поширюються загальні правила цивільного й господарського законодавства. Однак, такі правила не враховують особливостей положення сторін договору і правового статусу онлайн-платформ, які за первинною сутністю є постачальниками послуг проміжного характеру в інформаційній сфері.

Основним актом законодавства України, що визначає правовий статус постачальників послуг проміжного характеру в інформаційній сфері, є Закон України «Про електронну комерцію» (далі – «Закон про е-комерцію») [2]. Стаття 9 зазначеного акту окреслює правові характеристики постачальників послуг проміжного характеру та визначає форми, в яких вони можуть брати участь у цивільних правовідносинах. Згідно ч. 2 ст. 9 Закону про е-комерцію, права та обов'язки постачальника послуг проміжного характеру в інформаційній сфері визначаються договором про надання таких послуг, Цивільним та Господарським кодексами України, положеннями цього Закону та законодавством у сферах електронних комунікацій та радіочастотного спектра. Однак, аналіз законодавства в інших сферах правового регулювання підтверджує, що джерела визначення правового статусу, вказані у вищенаведеній нормі, не відповідають фактичному стану правового регулювання та надмірно звужують обсяг можливого правозастосування. Частина 2 ст. 9 Закону про е-комерцію викладена в редакції Закону № 2529-IX від 16.08.2022 року, щоб кореспондувати змінам у законодавстві України про електронні комунікації, однак станом на листопад 2024 року набули чинності нормативно-правові акти в інших сферах, зокрема Закон України «Про цифровий контент та цифрові послуги» [3]. Задля усунення неоднозначності, що може виникати при визначенні правового статусу певного суб'єкта у зв'язку зі змістом ч. 2 ст. 9 Закону про е-комерцію, доцільно викласти цю норму в наступній редакції: «Права та обов'язки постачальника послуг проміжного характеру в інформаційній сфері визначаються договором про надання таких послуг, Цивільним та Господарським кодексами України, положеннями цього Закону, законодавством у сферах електронних комунікацій та радіочастотного спектра й іншими актами цивільного законодавства України».

З аналізу норм законодавства, яке регулює правовідносини у сфері електронної комерції, випливає, що відповідне правове регулювання спрямоване перш за все на відносини за участі користувачів (споживачів, замовників), які є фізичними особами. Зокрема, відповідно до ст. 8 Закону про е-комерцію, права та обов'язки покупця (замовника, споживача) товарів, робіт, послуг у сфері електронної комерції визначаються законодавством України, зокрема Законом України «Про захист прав споживачів». Також, згідно ч. 1 ст. 1 Закону України «Про цифровий контент та цифрові послуги», цей Закон регулює відносини між виконавцем та споживачем щодо надання цифрового контенту та/або цифрової послуги, а ч. 2 ст. 2 Закону розтлумачує, що терміни «споживач» та «продавець» вживаються в цьому Законі у значеннях, наведених у Законі України «Про захист прав споживачів». Однак, інші нормативно-правові акти у сфері регулювання правовідносин щодо надання послуг проміжного характеру прямо не виключають зі сфери регулювання користувачів-суб'єктів господарювання. До прикладу, Закон України «Про електронні комунікації» [4] у п. 46 ст. 2 визначає користувача електронних комунікаційних послуг як *юридичну* або фізичну особу, або фізичну особу – підприємця, яка користується або замовляє електронну комунікаційну послугу. Споживач, при цьому, розуміється як фізична особа, яка використовує або замовляє електронну комунікаційну послугу

для власних потреб та не надає електронних комунікаційних послуг (п. 121 ст. 2). Аналогічний підхід застосовується при визначенні користувача і споживача платіжних послуг у Законі України «Про платіжні послуги» [5] (п. 28, п. 82 ст. 1 відповідно). Описана термінологічна логіка законодавства ґрунтується на принципі системності права і є зрозумілою. Утім, особливі права бізнес-користувачів послуг великих онлайн-платформ у цілому залишаються поза увагою законодавця.

Одним із прикладів специфічного правового регулювання, адресованого завданням забезпечення чесних ринків і прозорих бізнес-практик, є положення щодо послуг онлайн-посередництва згідно Регламенту (ЄС) 2019/1150 Європейського Парламенту та Ради від 20 червня 2019 року про сприяння справедливості та прозорості для бізнес-користувачів послуг онлайн-посередництва [6]. Цей Регламент є проявом необхідності вирішення проблем ринку, зумовлених розвитком сучасних технологій та впливом технологічних гігантів, що призводить до зниження прозорості відносин і поширення недобросовісних бізнес-практик. Як підкреслюється у п. (2) Преамбули Регламенту, «З огляду на таку зростаючу залежність (*від постачальників послуг онлайн-посередництва – прим. авт.*), постачальники цих послуг часто мають кращу позицію на ринку, що дозволяє їм, по суті, діяти в односторонньому порядку в спосіб, який може бути несправедливим і може завдати шкоди законним інтересам їхніх бізнес-користувачів і, опосередковано, також споживачам у Союзі. Наприклад, вони можуть в односторонньому порядку нав'язувати бізнес-користувачам практику, яка грубо відхиляється від належної комерційної поведінки або суперечить принципам добросовісності та чесності». Схожим чином у Регламенті згадуються онлайн-пошукові системи, провайдери яких можуть мати суттєві переваги при ранжуванні бізнес-користувачів (п. (4) Преамбули). До переліку послуг онлайн-посередництва зазначений Регламент у п. (11) Преамбули невичерпно відносить онлайн-маркетплейси електронної комерції, включаючи колаборативні, на яких діють бізнес-користувачі, такі як магазини застосунків, та онлайн-соціальні медіа сервіси, незалежно від технології, що використовується для надання послуги. Водночас, наступні послуги не охоплюються Регламентом (ЄС) 2019/1150 (п. (11) Преамбули):

- послуги, що надаються офлайн або включають оплату готівковими коштами;
- послуги «peer-to-peer» без присутності бізнес-користувачів;
- «чисті» послуги онлайн-посередництва між бізнесом та бізнесом, які не пропонуються споживачам;
- інструменти онлайн-реклами та біржі онлайн-реклами, які не надаються з метою сприяння укладанню прямих угод і які не передбачають договірних відносин зі споживачами;
- послуги пошукової оптимізації;
- послуги, пов'язані з програмним забезпеченням для блокування реклами;
- технологічна функціональність та інтерфейси, що слугують виключно для з'єднання обладнання з програмним забезпеченням (за деякими виключеннями);
- послуги онлайн-оплати, оскільки вони самі по собі не відповідають застосовним вимогам, а скоріше є допоміжними для операції з постачання товарів і послуг відповідним споживачам.

Як випливає з п. 10 Преамбули та положень статті 1 Регламенту (ЄС) 2019/1150, в обсяг визначення послуг онлайн-посередництва входять наступні обов'язкові ознаки: 1) це послуга інформаційного суспільства; 2) її метою є сприяння ініціюванню прямих транзакцій між бізнесом та споживачами; 3) послуга надається на підставі договору з бізнес-користувачем та провайдером послуги. Відзначимо, що для застосування біль-

шості положень Регламенту, за деякими винятками, розмір суб'єкта господарювання не має значення, отже Регламент є обов'язковим до дотримання всіма провайдером онлайн-посередницьких послуг, що підпадають під визначені характеристики («горизонтальний підхід»). Зважаючи на вищевикладене, до видів таких провайдерів онлайн-посередницьких послуг можна віднести онлайн-маркетплейси електронної комерції (Amazon, eBay, Allegro), онлайн-агентства для організації подорожей (Booking.com, TripAdvisor), магазини застосунків (Apple App Store, Google Play Market), платформи з надання спеціалізованих послуг (Uber, Glovo), онлайн-пошукові системи (Google, Bing, Yahoo!), соціальні медіа платформи, що використовуються для бізнесу (Twitter (X), Facebook, Instagram, YouTube).

Оскільки метою зазначеного Регламенту є забезпечення прозорості, справедливості та можливостей ефективного відшкодування для бізнес-користувачів послуг онлайн-посередництва, основним механізмом правового регулювання Регламенту є встановлення правил побудови зобов'язальних правовідносин між такими користувачами та провайдером послуг. Зокрема, Регламент містить ряд обмежувачих та стимулюючих норм щодо складання Умов та положень онлайн-платформ, таким чином формуючи перелік істотних умов і правил, обов'язкових для визнання законності укладених з бізнес-користувачами договорів. Варто зауважити, що бізнес-користувачі (суб'єкти господарювання), не мають прав, якими наділені кінцеві користувачі (споживачі-фізичні особи) у правовідносинах із постачальниками послуг, тому інструменти захисту, запроваджені Регламентом (ЄС) 2019/1150, є в цьому сенсі революційними для сприяння створенню чесних умов для всіх учасників ринку.

Умови та положення надання послуг (Terms & Conditions, Terms of Use, Terms of Service, User Agreement тощо), які за правовою природою є публічною офертою (якщо доступні публічно), що набуває статусу договору з моменту прийняття користувачем її умов, є основною формою юридичної участі інтернет-посередників у суспільних правовідносинах. Такі договори встановлюють перелік прав, обов'язків та відповідальності інтернет-посередників і характеризують їхній індивідуальний правовий статус, та є способом регулювання правовідносин щодо надання послуг користувачам. Більшість інтернет-посередників розміщують свої Умови та положення онлайн, а за видом такої угоди є договором приєднання, оскільки користувач, як правило, не може ініціювати внесення змін у такий договір. Таким чином, інтернет-посередник (провайдер послуг) має у правовідносинах привілейоване становище, що впливає з його домінуючої функції створювати джерело зобов'язального права для користувача. За таких обставин видається закономірно підвищена увага європейських законодавців до встановлення обмежень, покликаних запобігти зловживанню правом привілейованою стороною. Регламент (ЄС) 2019/1150 у сукупності з іншими нормативно-правовими актами встановлює перелік вимог до умов та положень провайдерів онлайн-посередницьких послуг. Зокрема, стаття 3 та 8 Регламенту вимагають, щоб умови та положення відповідали таким вимогам:

- були викладені простою та зрозумілою мовою;
- були легкодоступними для бізнес-користувачів на всіх етапах їхніх комерційних відносин з постачальником послуг онлайн-посередництва, в тому числі на переддоговірній стадії;
- визначали підстави для прийняття рішень про призупинення або припинення чи накладення будь-якого іншого виду обмежень на повне або часткове надання своїх послуг онлайн-посередництва бізнес-користувачам;
- містили інформацію про будь-які додаткові канали дистрибуції та потенційні партнерські програми, за допо-

могою яких постачальники послуг онлайн-посередництва можуть продавати товари та послуги, що пропонуються бізнес-користувачами;

- включали загальну інформацію про вплив положень та умов на володіння й контроль прав інтелектуальної власності бізнес-користувачів;

- зміни до умов і положень не мали ретроспективної дії, за винятком випадків, коли вони необхідні для дотримання правових або регуляторних зобов'язань або коли ретроспективні зміни є вигідними для бізнес-користувачів;

- містили інформацію про умови, за яких бізнес-користувачі можуть розірвати договірні відносини з провайдером;

- містили опис технічного та договірного доступу, або його відсутності, до інформації, наданої або створеної бізнес-користувачем, яку постачальники послуг зберігають після закінчення терміну дії договору між постачальником послуг та бізнес-користувачем.

Стаття 3 Регламенту вимагає, за певними винятками, щоб провайдер повідомляв бізнес-користувачам з використанням довгострокового носія (наприклад, електронною поштою) про будь-які запропоновані зміни своїх Умов та положень протягом розумного та пропорційного строку, який у будь-якому разі не повинен бути меншим за 15 днів до дати вступу відповідних змін у силу, і користувач матиме право розірвати контракт протягом цього періоду. Протягом періоду повідомлення подання нових товарів або послуг провайдером вважається конклюдентною дією щодо скасування періоду повідомлення, за винятком випадків, коли розумний і пропорційний період повідомлення перевищує 15 днів, оскільки зміни до Умов вимагають від бізнес-користувача внесення значних технічних змін до своїх товарів або послуг. Також, постачальники послуг онлайн-посередництва повинні забезпечити чітку ідентифікацію бізнес-користувача, який надає товари або послуги через сервіс онлайн-посередника. Умови та положення, що не відповідають вимогам статті 3 Регламенту, вважаються нікчемними.

Регламент встановлює ряд інших зобов'язань, які формують статус постачальників онлайн-посередницьких послуг, наприклад:

- Згідно статті 4, якщо провайдер обмежує або призупиняє надання послуг, він повинен до такого обмеження або призупинення надати користувачу детальне пояснення причин обмеження або призупинення. Якщо провайдер припиняє надання всіх послуг, період повідомлення з поясненням причин повинен бути не меншим за 30 днів.

- Стаття 5 встановлює вимоги щодо описання в умовах та положеннях параметрів ранжування, та окремі вимоги до онлайн-пошукових систем щодо надання відповідної інформації.

- Стаття 6 встановлює, що у разі надання допоміжних товарів або послуг, включаючи фінансові продукти, провайдер повинен викласти у своїх умовах та положеннях опис типу пропонованих допоміжних товарів та послуг, а також опис того, чи може бізнес-користувач також пропонувати власні допоміжні товари та послуги через послуги онлайн-посередництва, і якщо так, то на яких умовах.

- Стаття 7 вимагає, щоб Умови та положення містили опис випадків та економічних, комерційних або юридичних причин диференційованого ставлення, особливо, якщо це стосується можливостей доступу до персональних або інших даних, зібраних або згенерованих на платформі, ранжування та інших налаштувань, що можуть впливати на доступ споживача до товарів та послуг, ціну онлайн-посередницьких послуг.

- Стаття 9 встановлює додаткові зобов'язання стосовно включення в умови та положення інформації щодо поводження з персональними та іншими даними бізнес-користувачів та споживачів.

– Стаття 10 вимагає, щоб провайдери послуг онлайн-посередництва належним чином обґрунтували заборону для бізнес-користувачів пропонувати свої товари або послуги на інших умовах та іншими способами, ніж через сервіс онлайн-посередника.

– Стаття 11 встановлює вимогу створення легкодоступної та безкоштовної системи розгляду скарг стосовно послуг провайдера, а також звітування щодо її роботи. Це положення не застосовується до малих суб'єктів господарювання.

– Стаття 12 зобов'язує провайдерів (крім малих суб'єктів господарювання) в умовах та положеннях зазначати не менше двох медіаторів, що можуть бути залучені до досудового вирішення спору, та встановлює вимоги до цих медіаторів і розподілу витрат на медіацію.

У листопаді 2022 року Європейська Комісія опублікувала Дослідження з оцінки Регламенту (ЄС) 2019/1150 («Регламент Р2В»), що містить аналіз ефективності правового регулювання Регламенту, висвітлення його впливів, і презентує вивчення особливостей умов та положень провайдерів онлайн-посередницьких послуг. Автори дослідження підкреслюють: «Встановивши мінімальні стандарти прозорості для комерційних відносин Р2В, Регламент Р2В став першим у світі горизонтальним регулюванням економіки цифрових платформ, що охоплює як постачальників послуг онлайн-посередництва, так і пошукові системи. [...] Встановлюючи правила щодо прозорості та справедливості договорів, а також зобов'язань щодо відшкодування збитків, це законодавство запровадило широкі та базові правила для заповнення прогалин щодо ключових комерційних питань у відносинах Р2В, які ґрунтуються на односторонньо нав'язаних приватно-правових договорах (тобто, Умовах та положеннях платформ)» [7, с. 190]. Згідно Дослідження, Регламент стимулював законотворчі процеси щодо створення подібних нормативно-правових актів в інших країнах світу – в Японії, Південній Кореї, Ізраїлі [7, с. 190]. Правове регулювання, закладене Регламентом (ЄС) 2019/1150, вплинуло на Акт про цифрові послуги та Акт про цифрові ринки, що продовжили і посилили тенденцію до врегулювання

діяльності онлайн-платформ як специфічних суб'єктів ринку з окремим правовим статусом, які діють в багатьох індустріях на ринку. Утім, дослідники Європейської Комісії відзначили два найбільш проблемні питання при оцінці ефективності Регламенту: низький рівень розробленості інструментів примусового виконання і недостатня інформованість суб'єктів ринку стосовно вимог Регламенту [7, с. 197]. Підкреслено важливість майбутньої оцінки взаємодії Регламенту (ЄС) 2019/1150 та Акту про цифрові ринки, оскільки обидва акти спрямовані на забезпечення прозорості й чесності підприємницьких практик інтернет-посередників.

Зважаючи на відсутність кордонів у цифровому середовищі мережі Інтернет, було би неочачно сподіватися, що великі онлайн-платформи й інші постачальники послуг онлайн-посередництва для бізнесу не матимуть вплив на ринок України. Такі платформи в переважаючій більшості є міжнародними й діють транскордонно, а тому зобов'язані дотримуватися законодавства держав та регіонів, на ринках яких вони оперують. Часто оптимальним методом забезпечення дотримання законодавства (комплаєнсу) є обрання найсуворішого стандарту, застосування якого охоплює та забезпечує дотримання менш суворих правил окремих держав. Бізнес-користувачі, які є резидентами України, можуть скористатися перевагою обраного платформи стандарту стосовно прозорості й чесності умов надання послуг. Однак, в Україні наразі відсутній механізм забезпечення прав бізнес-користувачів, якого зобов'язані були б дотримуватися усі платформи, що здійснюють господарську діяльність на українському ринку. Це створює «сірі зони», що можуть бути використані платформами для досягнення максимальної прибутковості за рахунок свого преференційного становища перед бізнес-користувачами. Вбачається необхідною імплементація та адаптація у національній правовій системі відповідних положень нормативно-правових актів ЄС щодо забезпечення прозорості послуг онлайн-посередництва для бізнесу, щоб створити сприятливе інвестиційне середовище з високим рівнем ринкової конкуренції, а також забезпечити належний та ефективний євроінтеграційний процес.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексєнко. І. Основні проблеми правового регулювання цифрових трудових платформ в Україні. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2023. № 4. С. 49–55. URL: <https://er.dduvs.edu.ua/bitstream/123456789/12365/1/8.pdf> (дата звернення: 18.11.2024).
2. Про електронну комерцію: Закон України від 03 вересня 2015 р. № 675-VIII. ВВР. 2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text> (дата звернення: 20.11.2024).
3. Про цифровий контент та цифрові послуги: Закон України від 10 серпня 2023 р. ВВР. 2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3321-20#Text> (дата звернення: 20.11.2024).
4. Про електронні комунікації: Закон України від 16 грудня 2020 р. № 1089-IX. ВВР. 2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-20#Text> (дата звернення: 20.11.2024).
5. Про платіжні послуги: Закон України від 30 червня 2021 р. № 1591-IX. ВВР. 2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1591-20#Text> (дата звернення: 20.11.2024).
6. Regulation (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32019R1150> (дата звернення: 20.11.2024).
7. Study on Evaluation of the Regulation (EU) 2019/1150 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services (the P2B Regulation) Final report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2023. 215 p. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d6a287b5-5116-11ee-9220-01aa75ed71a1/language-en/> (дата звернення: 21.11.2024).