Евразийская адвокатура. 2026. № 4 (81). С. 83.
Eurasian Advocacy. 2026;(4(81)):83.

Актуальные проблемы адвокатской практики

Научная статья
УДК 347.7
doi 10.52068/2304-9839_2026_81_4_83

ОНЛАЙН-УРЕГУЛИРОВАНИЕ СПОРОВ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ В СИСТЕМЕ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ГИРФАНОВ Ильназ Исрафилович
Аспирант Университета управления «ТИСБИ»
420012, г. Казань, ул. Муштари, д. 13, Российская Федерация

Аннотация: Статья посвящена исследованию правовой природы института онлайн-урегулирования споров, возникающих между потребителями и иными участниками сделок на маркетплейсах, включая сам маркетплейс. Автор акцентирует внимание на теоретико-методологической стороне исследуемой проблематики, ввиду чего рассматривает онлайн-урегулирование споров с различных позиций: как правовой институт, как правоотношение, как способ защиты прав. По итогам исследования автор приходит к выводу о том, что современный механизм онлайн-урегулирования споров диссонирует с основами российского гражданского права, в частности, ограничивает автономию воли потребителей, равенство участников гражданско-правовых отношений и свободу договора.

Ключевые слова: онлайн-урегулирование споров, защита прав потребителей, маркетплейс, способы гражданско-правовой защиты, платформенное право

Для цитирования: Гирфанов И.И. Онлайн-урегулирование споров на маркетплейсах в системе гражданско-правовой защиты прав потребителей // Евразийская адвокатура. 2026. № 4 (81). С. 83. https://doi.org/10.52068/2304-9839_2026_81_4_83

Current Problems of Advocacy Practice

Original article

ONLINE DISPUTE RESOLUTION ON MARKETPLACES WITHIN THE SYSTEM OF CIVIL LAW PROTECTION OF CONSUMER RIGHTS

GIRFANOV Ilnaz Israfilovich
Postgraduate Student of the University of Management «TISBI»
420012, Kazan, Mushtari Str. 13, Russian Federation

Abstract: The article is devoted to the study of the legal nature of the institution of online dispute resolution arising between consumers and other participants in transactions on marketplaces, including the marketplace itself. The author focuses on the theoretical and methodological aspects of the issues under study, and therefore examines online dispute resolution from various perspectives: as a legal institution, as a legal relationship, and as a method of protecting rights. Based on the study, the author concludes that the current mechanism of online dispute resolution is at odds with the foundations of Russian civil law, in particular, it limits consumers' autonomy, the equality of participants in civil law relations, and the freedom of contract.

Keywords: online dispute resolution, consumer protection, marketplace, methods of civil law protection, platform law

For citation: Girfanov I.I. Online Dispute Resolution on Marketplaces within the System of Civil Law Protection of Consumer Rights = Eurasian Advocacy. 2026; 4 (81):83. (In Russ.). https://doi.org/10.52068/2304-9839_2026_81_4_83

Стремительная интеграция гражданского оборота в цифровую среду неизбежно влечет за собой преобразование всех классических цивилистических конструкций. Неоднозначность проявлений указанной тенденции отмечается в сегменте электронной коммерции, где результатом вовлечения цифровой платформы (маркетплейса) в гражданско-правовые отношения купли-продажи стало формирование автономной среды для совершения сделок и функционирования

© Гирфанов И.И., 2026 Распространяется по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY).

сопутствующих механизмов, в частности механизмов разрешения споров.

Системы внутреннего онлайн-урегулирования споров представляют собой интегрированные в интерфейс маркетплейса алгоритмы, предназначенные для разрешения конфликтов между всеми участниками интернет-сделок купли-продажи. Преимущества систем онлайн-урегулирования споров неоспоримы: запуск процесса рассмотрения проблемной ситуации путем нажатия одной кнопки «Открыть спор» без перехода в сторонние сервисы и тем более без обращения в специализированные органы, и автоматическое формирование правовой позиции ощутимо экономят ресурсы заявителя.

Однако есть и обратная сторона складывающейся практики.

Онлайн-урегулирование споров следует рассматривать не только как особый технологический процесс, сопутствующий интернет-сделкам купли-продажи, но прежде всего как самостоятельную разновидность гражданско-правовых отношений, служащих восстановлению нарушенных прав и соответствующей компенсации потерь. Как указывает профессор Е.А. Суханов, все виды гражданско-правовых отношений подлежат регуляции посредством метода равенства сторон [1]. Вместе с тем системы онлайн-урегулирования споров подчиняются императивным алгоритмам и правилам маркетплейсов, в связи с чем зачастую не только решение спора оказывается несправедливым, но и возникает вопрос о правомерности и допустимых пределах применения защиты прав потребителей в онлайн-формате.

Все перечисленные факторы формируют серьезную доктринальную проблему, предопределяющую необходимость определения правовой природы онлайн-урегулирования споров, а также переосмысления ключевых принципов гражданского права: равенства субъектов и свободы договора.

Правовую основу онлайн-урегулирования споров на маркетплейсе составляют как общие нормы гражданского законодательства, так и нормы специального законодательства.

В части регулирования споров между покупателями и продавцами маркетплейсов действуют общие нормы Гражданского кодекса РФ (далее – ГК РФ) о защите прав, а также положения Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Внимания заслуживает также Федеральный закон от 31.07.2025 № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации», вступивший в силу с 1 октября 2026 года и переквалифицировавший роль платформы с информационной площадки на самостоятельного участника рынка. Статья 14 указанного закона закрепляет обязательность досудебного рассмотрения спора на платформе между продавцами, платформами и пунктами выдачи, устанавливает сроки и некоторые особенности процедуры. Фактически закон возводит правовые рамки для функционирования механизма онлайн-урегулирования споров на маркетплейсах и тем самым «выводит» его регулирование за пределы одних лишь правил платформы. Но, как отмечал еще до вступления указанного закона в силу А.В. Габов, «разрешение споров» существенного развития в названном Законе не находит: каких-либо особенностей «разрешения споров» (кроме обязательности досудебного урегулирования в установленных случаях) он не устанавливает [2].

Ввиду изложенного ключевая роль в регулировании процедур рассмотрения споров с помощью платформенных онлайн-механизмов по-прежнему принадлежит локальным актам платформы и разрабатываемым платформой офертам и соглашениям, которые акцептуют продавцы и покупатели для пользования платформой в порядке ст. 428 ГК РФ и тем самым безоговорочно принимают условия об использовании встроенных механизмов регулирования споров.

Основанное на императивных методах локальное нормотворчество платформ и применение ст. 428 ГК РФ при определении содержания правовых статусов сторон в совокупности формируют ситуацию, при которой необязательный по закону для потребителя механизм онлайн-урегулирования споров становится безальтернативным выбором. На наш взгляд, именно этот аспект прежде всего образует диссонанс между правовой природой онлайн-урегулирования споров и принципами гражданского права. Так, например, потребитель лишается возможности реализовать свое право на возврат товара по правилам, предусмотренным Законом о защите прав потребителей, поскольку неотъемлемым этапом данной процедуры стало оформление онлайн-заявки на возврат и одобрение возврата продавцом. Ограничение прав и законных интересов потребителей в рамках охранительных отношений, опосредованных действием правил маркетплейсов, очевидно.

Для понимания правовой природы онлайн-урегулирования споров на маркетплейсах, в первую очередь необходимо установить, что, по существу, представляет собой данное явление.

Как мы уже отметили, онлайн-урегулирование споров – это вид гражданско-правовых отношений. С участием потребителей данные отношения возникают в связи с нарушением (предположительным нарушением) их прав, о чем потребитель заявляет с помощью использования встроенного в платформу механизма. Не вдаваясь в детали процедур, предусмотренных различными платформами, отметим общее для всех: потребитель подает заявление о рассмотрении спора путем отправки соответствующей формы, работник маркетплейса или автоматизированный модератор рассматривает данное заявление и выносит решение, согласно которому нарушение прав потребителя или признается и устраняется, или не признается. В обоих случаях раскрывается назначение процедуры онлайн-рассмотрения спора – это защита прав потребителей. Но следует отметить, что в действующем механизме защиты прав онлайн-процедура выступает в качестве досудебного этапа защиты, который потребитель юридически не обязан, но фактически вынужден проходить. Также хотелось бы выразить несогласие с авторами, предлагающими установить обязательный претензионный порядок разрешения споров через онлайн-сервисы, встроенные в платформы, только по той причине, что такие споры в настоящее время приобретают характер массовости и стандартизированности [3]. Закрепление подобной меры стало бы прямым ограничением прав потребителей, гарантированных действующим гражданским законодательством.

Если взглянуть на процедуру онлайн-урегулирования споров с участием потребителей с позиции принципов гражданского права, то можно обнаружить, что практически все перечисленные в п. 1 ст. 1 ГК РФ принципы реализуются здесь с определенными оговорками, действующими не в пользу потребителей. Так, принцип свободы договора оказывается ограничен правилами пользования маркетплейсами и пользовательскими соглашениями (договорами присоединения). Принцип беспрепятственного осуществления гражданских прав сталкивается с автоматизированными процессами и алгоритмами, прохождение которых становится обязательным условием реализации гарантированных законом прав. Принцип обеспечения восстановления нарушенных прав оказывается ограничен техническими свойствами платформы, уровнем компетентности модераторов и выраженными в локальных правилах интересами маркетплейса.

Вышеизложенное не позволяет нам однозначно констатировать гражданско-правовое начало природы онлайн-урегулирования споров на маркетплейсах, несмотря на возникновение этих правоотношений в рамках непосредственного действия гражданского законодательства.

Затрагивая вопрос о месте онлайн-урегулирования споров на маркетплейсе в системе форм и способов защиты гражданских прав, обратимся к основам российского гражданского законодательства.

Согласно ст. 11 и ст. 12 ГК РФ защита гражданских прав осуществляется соответствующим судом, компетентными органами (лицами), осуществляющими защиту прав в административном порядке, в порядке самозащиты или иными способами, предусмотренными законом. Сопоставляя приведенные положения со статусом онлайн-урегулирования споров, мы обнаруживаем сразу два противоречия.

Во-первых, известные иные способы защиты гражданских прав предполагают совершение определенных действий для самозащиты (например, удержание вещи в порядке ст. 359 ГК РФ) или предъявление не поименованных в ст. 12 ГК РФ требований в суде (например, требование об опровержении порочащих деловую репутацию сведений согласно ст. 152 ГК РФ). Другими словами, применение иных способов защиты гражданских прав не предполагает участия некомпетентных лиц или автоматизированных систем.

Кроме того, стоит отметить, что маркетплейс, выступающий в роли медиатора в спорных отношениях с его участием по правилам, разработанным этим же маркетплейсом, априори не может быть беспристрастным. Аналогичный вывод справедлив и в отношении автоматизированного рассмотрения споров на платформе без участия человека.

Наделение работников платформ или автоматизированных модераторов функциями медиаторов прямо противоречит принципам справедливости и равенства сторон гражданско-правовых отношений, поскольку слабая сторона в лице потребителя остается не просто незащищенной перед маркетплейсом, но и вынужденно подчиняется созданным цифровым агрегатором правовым рамкам, нивелирующим гарантии диспозитивности и автономии воли.

Во-вторых, защита гражданских прав потребителей в онлайн-формате не закреплена в законе, в связи с чем «подведение» данного способа под категорию «иных» представляется некорректным.

Резюмируя изложенное, констатируем, что по своему существу онлайн-урегулирование

споров на маркетплейсе предполагает реализацию защиты прав участников отношений, возникающих на платформе. Вместе с тем следует указать, что складывающаяся концепция онлайн-урегулирования споров не только не интегрирована в гражданское законодательство, но и в ряде аспектов вступает в противоречие с его ключевыми принципами. В этой связи дефекты современной конструкции онлайн-урегулирования споров на маркетплейсах обнаруживают парадокс материально-правовой природы данного явления: предназначенный для защиты гражданских прав способ сам стал причиной ограничения права потребителей на защиту.

Обратимся и к практической стороне рассматриваемой проблемы.

По мере развития электронной торговли в фокусе внимания судов все чаще оказываются различные споры, связанные с нарушениями в сфере онлайн-торговли на маркетплейсах. Примечательно, что при рассмотрении споров данной категории суды ограничиваются решением конкретной ситуации, избегая общей правовой оценки конструкции онлайн-урегулирования споров.

Ярким примером стал рассмотренный судом спор между потребителем (истцом) и маркетплейсом Ozon (ответчиком) по поводу возврата некачественного товара. Потребитель направил ответчику письменное требование о возврате некачественного товара в бумажной форме, но ответчик претензию не удовлетворил.

В первой инстанции суд удовлетворил требования истца о взыскании стоимости товара, неустойки и штрафа. Однако суды апелляционной и кассационной инстанций решение изменили и поддержали позицию маркетплейса, согласно которой направление истцом письменной претензии следовало квалифицировать как злоупотребление правом, поскольку потребитель не воспользовался встроенными в платформу механизмами рассмотрения споров и тем самым нарушил условия публичной оферты маркетплейса [4]. Таким образом, суд фактически признал приоритет договорного регулирования над нормами законодательства о защите прав потребителей, несмотря на то что, по существу, оферта, разработанная маркетплейсом, противоречит началам гражданского права.

Аналогичной методологии придерживаются суды при рассмотрении других дел данной категории. Полагаем, подобный подход во многом обусловлен недостаточностью правового регулирования деятельности маркетплейсов и квалификацией их статуса как информационных посредников. Как отмечается в исследованиях, судебная практика за 2024–2025 гг. исходит из того, что маркетплейс не является лицом, продающим товар, и его ответственность строго ограничена условиями оферты [5]. Вместе с тем очевидна доктринальная и практическая деформация такой позиции. Признание маркетплейса полноценным участником отношений купли-продажи, на наш взгляд, должно повлечь пересмотр отношения государства к онлайн-урегулированию споров.

Подводя итоги вышеизложенному, мы делаем следующие выводы.

Механизм онлайн-урегулирования споров на маркетплейсах представляет собой особый институт, сочетающий в себе признаки не только характерного для гражданского права диспозитивного, но и императивного регулирования. Созданный для защиты прав потребителей и иных участников онлайн-торговли, данный механизм обладает значительной спецификой, не позволяющей рассматривать его в контексте существующей системы гражданско-правовой защиты.

Обозначенная специфика обусловлена прежде всего тем, что диспозитивные по своей природе гражданско-правовые отношения в цифровой среде оказываются ограничены императивными правилами платформ и автоматизированными процедурами, искажающими действие принципов гражданского права.

Решение сложившейся ситуации мы видим в разработке и внедрении законодательных ограничений локального нормотворчества маркетплейсов и восстановлении баланса гражданско-правового регулирования разрешения споров с участием потребителей и маркетплейсов. В рамках развития платформенного законодательства необходимо признать факультативность онлайн-урегулирования споров как способа гражданско-правовой защиты прав потребителей.

Список источников

1. Гражданское право: учебник. В 4 т. Т. 1: Общая часть / отв. ред. Е.А. Суханов; 3-е изд., перераб. и доп. М.: Статут, 2023. С. 345.

2. Габов А.В. Разрешение споров между участниками отношений, использующих посредническую цифровую платформу // Вестник гражданского процесса. 2025. № 6. С. 37–48.

3. Бурова А.Ю. О разрешении потребительских споров на российских онлайн-платформах // Юрист. 2024. № 8. С. 25–30.

4. Определение Первого кассационного суда общей юрисдикции от 01.04.2026 № 88-8103/2026 // СПС «КонсультантПлюс».

5. Биль А. Интеллектуальная собственность и споры: маркетплейсы // Делопроизводство. 2026. № 2. С. 63–66.

References

1. Grazhdanskoe pravo: uchebnik. V 4 t. T. 1: Obshhaya chast` / otv. red. E.A. Suxanov; 3-e izd., pererab. i dop. M.: Statut, 2023. S. 345.

2. Gabov A.V. Razreshenie sporov mezhdu uchastnikami otnoshenij, ispol`zuyushhix posrednicheskuyu cifrovuyu platformu // Vestnik grazhdanskogo processa. 2025. № 6. S. 37–48.

3. Burova A.Yu. O razreshenii potrebitel`skix sporov na rossijskix onlajn-platformax // Yurist. 2024. № 8. S. 25–30.

4. Opredelenie Pervogo kassacionnogo suda obshhej yurisdikcii ot 01.04.2026 № 88-8103/2026 // SPS «Konsul`tantPlyus».

5. Bil` A. Intellektual`naya sobstvennost` i spory`: marketplejsy` // Deloproizvodstvo. 2026. № 2. S. 63–66.

Статья поступила в редакцию 27.09.26;
Одобрена после рецензирования 30.09.26;
принята к публикации 30.09.26.

The article was submitted 27.09.26;
approved after reviewing 30.09.26;
accepted for publication 30.09.26.