

В. Д. Мельник

Уральский государственный
юридический университет им. В. Ф. Яковлева
(Екатеринбург)

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ ИНТЕРНЕТ-СПОРОВ, ВОЗНИКАЮЩИХ ИЗ СДЕЛОК, СОВЕРШЕННЫХ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ*

К особенностям интернет-споров, которые возникают из сделок, совершенных на маркетплейсах, автор предлагает отнести: низкую стоимость среднего чека онлайн-транзакций, проводимых через маркетплейсы в России; анонимизацию субъектов интернет-отношений, предопределяющую сложность идентификации сторон интернет-споров; сложность фактического взыскания денежных средств с нарушителя права при трансграничном характере интернет-транзакций, особенно в условиях действия санкционных мер; возможный массовый характер нарушения прав в Интернете, свойственный для отношений, возникающих на маркетплейсах, в контексте современной практики разрешения коллективных споров российскими судами.

Сделан вывод о том, что выявленные особенности интернет-споров на маркетплейсах не позволяют признать судебный порядок их разрешения исключительно пригодным для эффективной защиты прав и законных интересов участников исследуемых интернет-отношений. В связи с этим автор предлагает нейтрализовать выявленные особенности посредством введения досудебного порядка разрешения таких споров самим маркетплейсом в лице его владельца, который существенно вовлечен в отношения между сторонами спора и имеет информационные, технические и правовые возможности для наиболее эффективной защиты их прав и законных интересов.

Ключевые слова: онлайн-разрешение споров, альтернативное разрешение споров, интернет-споры, коллективные споры, защита прав потребителей

Для цитирования

Мельник В. Д. О некоторых особенностях интернет-споров, возникающих из сделок, совершенных на маркетплейсах // Российское право: образование, практика, наука. 2023. № 5. С. 47–54. DOI: 10.34076/2410_2709_2023_5_47.

УДК 347.91/.95

DOI: 10.34076/2410_2709_2023_5_47

Современные рыночные отношения характеризуются значительным ростом интернет-транзакций, складывающихся по поводу самых разных объектов гражданских прав: вещей, имущественных прав (прежде всего цифровых прав и безналичных денежных средств), результатов работ и оказания услуг.

Так, по данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), оборот интернет-торговли в России с января по сентябрь 2022 г. вырос почти в 1,5 раза и составил

3,5 трлн руб.; на долю же трансграничной торговли пришлось 3,8 % оборота онлайн-торговли¹. Сегодня Россия является лидером по росту объема розничных онлайн-продаж².

При этом по данным Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ, представленным 2 июня 2022 г., совокупный среднегодовой темп роста рынка электронной коммерции в России составил 33,2 %. Особого внимания заслужи-

* Исследование выполнено при финансовой поддержке УрГЮУ им. В. Ф. Яковлева в рамках реализации проекта научной группы № 0102/23.

¹ Интернет-торговля (рынок России) // URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-торговля_\(рынок_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Интернет-торговля_(рынок_России)) (дата обращения: 13.01.2023).

² Интернет-торговля в России 2022 // URL: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_eCommerce_Russia_2022_0.pdf (дата обращения: 02.07.2023).

вает то, что в 2021 г. в России более половины интернет-торговли пришлось на крупнейшие маркетплейсы («Ozon», «Яндекс.Маркет», «Wildberries», «СберМегаМаркет», российские продавцы на «AliExpress Россия»)¹. Закономерно, что повышение объема интернет-транзакций сопровождается ростом количества споров, возникающих из таких транзакций.

Безусловно, за длительное время существования маркетплейсов, в первую очередь за пределами России, степень доверия участников этого сектора рынка друг к другу возросла. Отсутствие личного (или офлайн) контакта между продавцом и покупателем не является фактором, сдерживающим совершение сделки из-за страха сторон быть обманутыми (отправить товар, но не получить деньги, или перевести деньги, но не получить товар). Это объясняется ценностью деловой репутации для каждой из сторон и нежеланием в случае нарушения прав другой стороны сделки претерпевать разного рода негативные последствия: иметь низкие рейтинги, лишиться значительного пула контрагентов (это характерно прежде всего для продавцов, не желающих терять покупателей) или вообще быть заблокированным агрегатором маркетплейса. Иными словами, риски, возникающие по причине умышленного неисполнения обязанностей по сделке, совершенной на маркетплейсе, куда выше потенциальной «выгоды» от подобного поведения. Такой «самоконтроль» участников сделок в онлайн-пространстве обеспечивает условия для формирования у них доверия друг к другу даже в отсутствие непосредственной, личной коммуникации.

В то же время это не исключает возможности возникновения споров из интернет-транзакций, проводимых на маркетплейсах. Такие споры имеют ряд особенностей, которые должны приниматься во внимание при определении путей их наиболее эффективно разрешения.

1. Средний чек онлайн-транзакций, проводимых через маркетплейсы в России, по данным за предшествующие годы, не превышает 5000 руб.

В частности, по данным исследования интернет-торговли России, проводимого *Data Insight*, в 2022 г. средний чек на российском рынке розничной интернет-торговли составил

2010 руб., что на 16 % ниже показателя 2021 г. При этом в 2016 г. средний чек составлял 4600 руб., в 2019 г. – 3700 руб., в 2020 г. – 3260 руб., а в 2021 г. – 2400 руб. Специалисты объясняют тенденцию к снижению повседневностью онлайн-заказов, стремительным ростом количества универсальных маркетплейсов со средним низким чеком, а также высоким ростом сегмента продуктов питания и его смещением в сторону небольших импульсных покупок с супербыстрой доставкой².

Приведенные факторы, вероятно, имеющие не краткосрочный характер, в совокупности с экономическим кризисом могут продолжить влиять на величину среднего чека на рынке розничной интернет-торговли, что позволяет отбросить какие-либо ожидания его роста. В то же время низкая величина транзакционных издержек может быть рассмотрена и как преимущество реализации и приобретения товаров на маркетплейсах, поскольку увеличивается вероятность взаимодействия, оптимального для обеих сторон сделки [Краснова 2022: 76].

В контексте разрешения интернет-споров низкая стоимость среднего чека онлайн-транзакции снижает целесообразность обращения заинтересованного лица в государственный суд при возникновении спора, связанного с недоставкой оплаченного товара, доставкой некачественного товара или же неоплатой товара. Не каждый покупатель или продавец согласится на само судебное разбирательство длительностью в несколько месяцев (с учетом вступления судебного акта в законную силу и его фактического исполнения), несение дополнительных затрат, связанных с оплатой государственной пошлины (пусть и сравнительно небольшой) и услуг представителя, в целях защиты и восстановления его нарушенных прав, поскольку это не будет отвечать принципу эффективности, под которым в праве понимается такое сочетание способов и правовых средств в процессе осуществления прав и обязанностей, при котором правовая цель достигается при минимальных издержках с максимальной полнотой [Вавилин 2016: 278].

В конечном счете для субъекта – покупателя или продавца – эффективной будет лишь та правовая защита, которая представ-

¹ Интернет-торговля (рынок России).

² Интернет-торговля в России 2022.

ляет собой сбалансированное сочетание временных и финансовых затрат на получение подобной защиты и достигнутого материального результата в виде возврата денежных средств. Судебная защита, в свою очередь, при всем безусловном многообразии ее преимуществ, в таких обстоятельствах не может быть в полной мере эффективной для участников сделок, совершаемых на маркетплейсах.

Первую особенность стоит также рассмотреть и с другой стороны – со стороны самой судебной системы.

По данным Судебного департамента при Верховном Суде РФ за 2022 г., судами общей юрисдикции первой инстанции было рассмотрено с вынесением решения 178 534 дела о защите прав потребителей из договоров в сфере торговли, услуг, выполнения работ, при этом в 52 778 делах (29,56 %) размер заявленных требований был менее 50 000 руб.¹ Заслуживает внимания то, что количество дел с размером требований менее 50 000 руб. существенно больше, чем количество дел с большим размером требований. Следовательно, связанные с маркетплейсами интернет-споры, скорее, являются самой большой по численности группой в рассматриваемых судами общей юрисдикции делах о защите прав потребителей из договоров в сфере торговли, услуг, выполнения работ.

Как было отмечено ранее, средний чек онлайн-транзакций, проводимых через маркетплейсы, составляет менее 5000 руб. Государственная пошлина, уплачиваемая при обращении в суды общей юрисдикции, по таким делам в среднем будет составлять 400 руб. Можно соотнести такую госпошлину со средним размером одного дня работы судьи в сумме с расходами на работу аппарата и эксплуатацию необходимых помещений, а эти расходы уже в 2018 г. составляли свыше 25 000 руб.² Иными словами, если провести весьма примитивный с экономической точки зрения расчет, станет очевидно, что рассмотрение подобных споров столь же

затратно для судебной системы, как и для их потенциальных участников.

2. Субъекты интернет-отношений (поэтому потенциально – и стороны интернет-споров) анонимны, что препятствует идентификации надлежащих сторон спора.

Масштабное распространение Интернета закономерно «подогрело» интерес представителей юридической науки к изучению сущности интернет-отношений, выявлению их характерных признаков и формулированию какого-либо универсального определения исследуемой категории [Бабкин 2003: 13; Малахов 2001; Чибинев, Кузьмин 2006: 6–8;

Судебная защита не может быть в полной мере эффективной для участников сделок, совершаемых на маркетплейсах

Якушев 2000]. Сегодня многие авторы сходятся во мнении о том, что интернет-отношениям свойствен такой признак, как сложность идентификации их участников (анонимность) и неопределенность их местонахождения [Войниканис, Якушев 2004; Незнамов 2011]. Еще в 2000 г. Итан Кэтш (*E. Katsh*)³ обратил внимание на такую особенность связанных с маркетплейсами (в частности, *eBay*) отношений между спорящими сторонами, как собственно отсутствие этих отношений. Автор объяснил это тем, что между ними зачастую одна единственная транзакция, и ни до, ни после их больше нет [Katsh, Rifkin, Gaitenby 2000: 706].

Анонимизация субъектов интернет-отношений является предпосылкой анонимизации субъектов споров, возникающих из таких отношений. Это, в свою очередь, создает сложности в установлении фактов как активной, так и пассивной легитимации.

В действующем законодательстве закреплены обязанность маркетплейса предоставлять покупателям информацию о продавце товара (п. 1.2 ст. 9 Закона РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потре-

¹ Отчет о работе судов общей юрисдикции по рассмотрению гражданских, административных дел по первой инстанции за 12 месяцев 2022 г. // URL: http://www.cdep.ru/userimages/Statistika_2022_godovaya/F3-svod_vse_sudy-2022.xls (дата обращения: 02.07.2023).

² Судьи ВС предлагают десятикратно повысить пошлины за обращение в суд // URL: <https://legal.report/vs-hochet-desyatkratno-povysit-poshliny-za-obraschenie-v-sud/?ysclid=le76b50j2i186275491> (дата обращения: 16.01.2023).

³ Итан Кэтш – один из основоположников создания и исследования механизма онлайн-урегулирования споров (*Online Dispute Resolution*) в правовом аспекте, основатель Национального центра технологий и разрешения споров (*National Center for Technologies and Dispute Resolution*) в Университете штата Массачусетс в Амхёрсте.

бителей») и обязанность самого продавца предоставлять такие сведения маркетплейсу (п. 19 постановления Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. № 2463). Сами маркетплейсы стремятся к созданию условий, в той или иной степени облегчающих получение идентификационной информации о стороне транзакции (например, включают в условия пользовательских соглашений право маркетплейса предоставлять третьим лицам сведения о продавце товара при возникновении спора¹, указывают на страницах с продаваемыми товарами ИНН и адрес местонахождения продавца²). Однако все это в полном объеме не искореняет проблему анонимизации субъектов таких споров.

Так, нет никакой гарантии того, что указанное в качестве продавца лицо является фактически действующим³ или располагает необходимыми средствами для возмещения потенциальных убытков покупателю (хотя бы в размере стоимости проданного товара)⁴, либо того, что за время совершения заказа до момента его доставки покупателю и выявления недостатков продавец не удалит страницу с веб-сайта или не сменит на странице идентификационные данные. Более того, некоторые маркетплейсы оставляют своим пользователям право самостоятельно выбирать «никнеймы», тем самым косвенно определяя объем информации о пользователе, которую тот раскрывает третьим лицам⁵.

Сложность идентификации субъекта, тем не менее, можно преодолеть, если сам маркетплейс предоставит необходимые сведения при возникновении споров и разногласий, но для этого та сторона, чьи права

были нарушены, должна сначала обратиться к маркетплейсу, поставив его в известность о допущенном нарушении.

3. Трансграничный характер интернет-отношений влечет трансграничность возникающих из них споров и затрудняет фактическое взыскание денежных средств с нарушителя права.

Трансграничность, наряду с неопределенностью места нахождения субъектов и сложностью идентификации субъектов, рассматривается в качестве одной из специфических черт интернет-отношений [Козлов 2016; Леонич 2000: 39; Незнамов 2011].

В условиях продажи товаров и услуг через маркетплейсы трансграничность возникшего интернет-отношения может быть следствием того, что продавец или покупатель является иностранным юридическим лицом⁶. При возникновении спора и его разрешении в судебном порядке с последующей необходимостью принудительного исполнения судебного акта о взыскании денежных средств трансграничность может этот процесс осложнить. Признание и приведение в исполнение судебного акта за рубежом при отсутствии у должника активов на территории Российской Федерации – процесс весьма затратный как с финансовой, так и с временной точки зрения. Если при этом размер взысканного находится в пределах средней стоимости одной транзакции, т. е. в пределах 5000 руб., то экономическая нецелесообразность восстановления нарушенных субъективных прав в такой форме становится очевидной.

Нельзя не отметить и того, что сегодня фактическое получение денежных средств от иностранного физического или юридического лица даже в порядке принудительного исполнения судебного акта может быть значительно осложнено из-за отключения ряда российских банков от системы SWIFT⁷.

В то же время принцип работы большинства маркетплейсов в части осуществления расчетов состоит в получении денежных средств от покупателей товара и последую-

¹ См., например, раздел 5 Оферты о реализации товара на сайте Wildberries (URL: <https://mstatic.wbstatic.net/suppliers-portal-root/0.0.2/offer-ru.pdf> (дата обращения: 19.02.2023)).

² Такая информация доступна, в частности, на «Ozon» и «Яндекс.Маркет» по состоянию на 19 февраля 2023 г.

³ Новый способ мошенничества на маркетплейсах // URL: <https://vc.ru/claim/523636-novyy-sposob-moshenichestva-na-marketpleysah> (дата обращения: 20.02.2023).

⁴ Например, в случае реализации бенефициаром схемы ведения бизнеса по принципу «центр прибыли» и «центр убытков».

⁵ Пользовательское соглашение и правила публикации контента в разделе Ozon Моменты // URL: <https://docs.ozon.ru/legal/terms-of-use/site/user-agreement-ozon-moments/> (раздел 2 «Профиль пользователя») (дата обращения: 19.02.2023).

⁶ В данном случае под юридическим лицом понимаются как собственно юридические лица по смыслу ст. 48 Гражданского кодекса РФ, так и лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, по смыслу ст. 23 Гражданского кодекса РФ.

⁷ ЕС утвердил отключение от SWIFT семи российских банков // URL: <https://www.rbc.ru/finances/02/03/2022/621f595b9a79477da51d9db3> (дата обращения: 18.03.2023).

щей передаче их продавцу, поскольку маркетплейс в лице его владельца является информационным посредником. Следовательно, у него есть и правовая, и техническая возможность возвращать денежные средства в случае установления факта ненадлежащего исполнения обязательств какой-либо из сторон сделки. При таких обстоятельствах снижается влияние трансграничности на эффективность разрешения спора, нивелируется сама необходимость обращения пострадавшей стороны в суд, поскольку спорную ситуацию фактически разрешает в сравнительно краткие сроки владелец агрегатора, аккумулирующий у себя весь объем необходимой информации.

4. Широкое распространение маркетплейсов в определенной степени «катализирует» массовое нарушение прав их пользователей – как покупателей, так и продавцов на онлайн-площадках¹.

Целесообразность использования юрисдикционного института групповых исков для разрешения подобных споров, с одной стороны, очевидна [Аболонин 2011; Ярков 1999: 32]. Помимо процедурной возможности одновременно рассмотреть большое количество однородных требований, он позволяет привлечь внимание к проблеме массового нарушения прав. С другой стороны, российская правовая система сегодня продолжает «учиться» работать с коллективными требованиями, сталкиваясь на своем пути с рядом трудностей (например, сертификация группы [Домшенко 2023]). Принадлежность нарушителя или кого-либо из членов группы к иному правопорядку также осложняет надлежащее рассмотрение группового иска, поскольку результативность правовой защиты может зависеть от конкретного правопорядка. Наиболее яркий пример подобной ситуации – дело *Dieselgate* [Schmitz 2020: 361].

В связи с этим следует изучить возможности и перспективы использования систем онлайн-урегулирования споров, в том числе создаваемых на базе самих маркетплейсов, функционал которых позволял бы разрешать споры, по существу носящие коллективный характер.

¹ За скандалом вокруг Wildberries скрывается более масштабная проблема // URL: <https://ria.ru/20230317/problema-1858414611.html> (дата обращения: 02.07.2023).

Итак, каким образом лучше выстроить процесс разрешения интернет-споров на маркетплейсах, чтобы особенности этих споров не влияли на эффективность их разрешения? Прежде всего следует определить, какое правовое положение в указанных отношениях занимает сам маркетплейс в лице его владельца.

В данном контексте можно обратиться к проведенной В. А. Беловым классификации наиболее известных владельцев агрегаторов и онлайн-платформ, критерием для которой стал характер осуществляемой ими деятельности и экономической активности [Белов 2022: 74]. Автор выделил четыре модели цифрового посредничества. Одна из них построена по принципу: «(P+A) + (C+И+П) + СК», и в ней владелец агрегатора позиционируется как рекламораспространитель (P) и агент (A) для коммерсанта, справочник (C) и исполнитель (И) для потребителя как по обязательствам, не связанным с деятельностью коммерсанта, так и по обязательствам коммерсанта (в зависимости от конкретных аспектов деятельности), продавец (П) для потребителя, а также единый центр – сервисная компания (СК) для обеих сторон [Там же: 75–76]. Модель олицетворяет собой максимальную вовлеченность агрегатора в отношения между коммерсантом и потребителем. К данной модели были отнесены, в частности, «Ozon», «AliExpress», «ASOS», «Wildberries» и т. д.

Следовательно, если маркетплейс *ipso facto* существенно вовлечен в отношения между продавцом и покупателем, то рационально предоставить владельцу такого маркетплейса полномочия по разрешению спора между сторонами онлайн-транзакции, результатом чего может являться возврат денежных средств в пользу пострадавшей стороны. Подобный вывод следует из того, что такой маркетплейс обладает в первую очередь информационными и техническими ресурсами, позволяющими ему идентифицировать и персонализировать сторон онлайн-транзакции (сделки) с высокой степенью достоверности, а также перечислять денежные средства от одной стороны сделки в пользу другой.

Даже принимая во внимание неоспоримую значимость судебной защиты и судебного восстановления нарушенных прав и законных интересов, следует признать, что в условиях всеобъемлющей цифровизации отношений одно лишь судебное разрешение интернет-

споров, связанных с онлайн-маркетплейсами, становится менее пригодным. Оно может быть неэффективным прежде всего для самих сторон, несущих сравнительно большие финансовые и временные издержки для того, чтобы восстановить нарушенные права. В то же время такие споры – весьма избыточная нагрузка и на саму судебную систему, которая может использовать свои ресурсы для разрешения более неоднозначных, юридически витиеватых гражданско-правовых споров. Актуальность изложенного тезиса подтверждается и позицией ФАС России, рекомендовавшей, в частности, «Wildberries» создать внутренний арбитраж для рассмотрения споров¹.

Сказанное ни в коей мере не означает, что необходимо полностью отказаться от

¹ ФАС поручила Wildberries создать внутренний арбитраж для рассмотрения споров // URL: <https://www.vedomosti.ru/society/news/2023/03/24/967971-fas-wildberries-vnutrennii-arbitrazh> (дата обращения: 02.07.2023).

судебной защиты нарушенных прав, ибо последняя сопровождает любое субъективное право. Нужно рассмотреть возможность ввести обязательный досудебный порядок разрешения подобного рода интернет-споров, предполагающий направление соответствующего обращения владельцу маркетплейса, способному предоставить информационные и технические условия для рассмотрения этого обращения и, при наличии оснований, для возврата денежных средств той стороне, чье право было нарушено. В данном контексте первичное разрешение спора владельцем маркетплейса может быть квалифицировано как досудебное урегулирование спора по смыслу ч. 4 ст. 3 ГПК РФ, ч. 5 ст. 4 АПК РФ. В то же время подобный порядок разрешения интернет-споров, возникающих из сделок, совершенных на маркетплейсах, позволил бы минимизировать, насколько это возможно, влияние выявленных особенностей подобных споров на эффективность их разрешения.

Список литературы

- Katsh E., Rifkin J., Gaitenby A.* E-Commerce, E-Disputes, and E-Dispute Resolution: In the Shadow of «eBay Law» // *Ohio State Journal on Dispute Resolution*. 2000. Vol. 15. № 3. P. 705–734.
- Schmitz A. J.* Addressing the Class Claim Conundrum with Online Dispute Resolution // *Journal of Dispute Resolution*. 2020. № 2. P. 361–389.
- Аболонин Г. О.* Групповые иски в российском арбитражном процессуальном законодательстве – перспективы развития // *Арбитражный и гражданский процесс*. 2011. № 3. С. 43–47.
- Бабкин С. А.* Право, применимое к отношениям, возникающим при использовании сети «Интернет»: основные проблемы. М.: АО «Центр ЮрИнфоР», 2003. 68 с.
- Белов В. А.* Цифровое посредничество и потребительские отношения: правовая природа и ответственность // *Актуальные проблемы российского права*. 2022. Т. 17. № 8. С. 68–82. DOI: 10.17803/1994-1471.2022.141.8.068-082.
- Вавилин Е. В.* Осуществление и защита гражданских прав. М.: Статут, 2016. 416 с.
- Войниканис Е. А., Якушев М. В.* Информация. Собственность. Интернет. Традиции и новеллы в современном праве. М.: Волтерс Клувер, 2004. 176 с.
- Домшенко В. Г.* Условия сертификации группового иска // *Вестник экономического правосудия*. 2023. № 3. С. 121–151. DOI: 10.37239/2500-2643-2022-18-3-121-151.
- Козлов С. В.* Правовое регулирование отношений в сети Интернет, или Что такое интернет-право // *Право и экономика*. 2016. № 11. С. 44–51.
- Краснова С. А.* Гражданско-правовой статус операторов онлайн-платформ: неопределенное настоящее и возможное будущее // *Имущественные отношения в РФ*. 2022. № 2. С. 76–86.
- Леанович Е. Б.* Проблемы правового регулирования интернет-отношений с иностранным элементом // *Белорусский журнал международного права и международных отношений*. 2000. № 4. С. 39–44.
- Малахов С. В.* Гражданско-правовое регулирование отношений в глобальной компьютерной сети Интернет: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2001. 21 с.
- Незнамов А. В.* Особенности компетенции по рассмотрению интернет-споров. М.: Инфотропик Медиа, 2011. 272 с.
- Чибинев В. М., Кузьмин А. П.* Перспективы правового регулирования интернет-отношений // *Информационное право*. 2006. № 3. С. 6–8.

Якушев М. В. Интернет и право: новые проблемы, подходы, решения. 2000 // URL: <https://ifap.ru/pi/02/r03.htm> (дата обращения: 31.08.2023).

Ярков В. В. Новые формы исковой защиты права в гражданском процессе (групповые и косвенные иски) // Государство и право. 1999. № 9. С. 32–40.

Валерия Дмитриевна Мельник – аспирант кафедры гражданского процесса Уральского государственного юридического университета им. В. Ф. Яковлева. 620137, Российская Федерация, Екатеринбург, ул. Комсомольская, д. 21. E-mail: valeriemelnyk@yandex.ru.

ORCID: 0000-0001-8862-4317

On Some Features of Internet Disputes Arising from Online Marketplaces Transactions

The author proposes to identify the following features of the Internet disputes arising from transactions made on marketplaces: the low cost of the average check of online transactions conducted through marketplaces in Russia; anonymization of Internet relations subjects, which determines the complexity of identifying the parties to Internet disputes; the complexity of the actual recovery of funds from the offender due to the cross-border nature of Internet transactions, especially given the sanctions; the possible massive rights violations on the Internet, characteristic of relations arising on marketplaces, in the context of the current state of collective proceedings conducted by Russian courts.

The revealed features of the Internet disputes on marketplaces do not allow recognizing the judicial procedure for their resolution as exclusively suitable for the effective protection of the rights and interests of participants in such relations. In this regard, the author suggests a mechanism to neutralize the identified features by establishing pre-trial resolution of such disputes directly by the marketplace, represented by its owner, who is significantly involved in the relationship between the parties to the dispute and has information, technical and legal capabilities for the most effective protection of their rights and interests.

Keywords: *online dispute resolution, alternative dispute resolution, Internet disputes, collective proceedings, consumer protection*

Recommended citation

Mel'nik V. D. O nekotorykh osobennostyakh internet-sporov, vznikayushchikh iz sdelok, sovershennykh na marketpleisakh [On Some Features of Internet Disputes Arising from Online Marketplaces Transactions], *Rossiiskoe pravo: obrazovanie, praktika, nauka*, 2023, no. 5, pp. 47–54, DOI: 10.34076/2410_2709_2023_5_47.

References

Abolonin G. O. Gruppovye iski v rossiiskom arbitrazhnom protsessual'nom zakonodatel'stve – perspektivy razvitiya [Class Actions in the Russian Arbitration Procedural Legislation – Prospects for Development], *Arbitrazhnyi i grazhdanskii protsess*, 2011, no. 3, pp. 43–47.

Babkin S. A. *Pravo, primenimoe k otnosheniyam, vznikayushchim pri ispol'zovanii seti Internet»: osnovnye problemy* [The Law Applicable to the Relations Arising when Using the Internet: The Main Problems], Moscow, AO «Tsentr YurInfoR», 2003, 68 p.

Belov V. A. Tsifrovoye posrednichestvo i potrebitel'skie otnosheniya: pravovaya priroda i otvetstvennost' [Digital Mediation and Consumer Relations: Legal Nature and Responsibility], *Aktual'nye problemy rossiiskogo prava*, 2022, vol. 17, no. 8, pp. 68–82, DOI: 10.17803/1994-1471.2022.141.8.068-082.

Chibinev V. M., Kuz'min A. P. Perspektivy pravovogo regulirovaniya internet-otnoshenii [Prospects of Legal Regulation of Internet Relations], *Informatsionnoe pravo*, 2006, no. 3, pp. 6–8.

Domshenko V. G. Usloviya sertifikatsii gruppovogo iska [Conditions for Certification of a Class Action], *Vestnik ekonomicheskogo pravosudiya*, 2023, no. 3, pp. 121–151, DOI: 10.37239/2500-2643-2022-18-3-121-151.

Katsh E., Rifkin J., Gaitenby A. E-Commerce, E-Disputes, and E-Dispute Resolution: In the Shadow of «eBay Law», *Ohio State Journal on Dispute Resolution*, 2000, vol. 15, no. 3, pp. 705–734.

Kozlov S. V. Pravovoe regulirovanie otnoshenii v seti Internet, ili Chto takoe internet-pravo [Legal Regulation of Relations on the Internet, or What Internet Law Is], *Pravo i ekonomika*, 2016, no. 11, pp. 44–51.

Krasnova S. A. Grazhdansko-pravovoi status operatorov onlain-platform: neopredelennoe nastoyashchee i vozmozhnoe budushchee [Civil Status of Online Platform Operators: Uncertain Present and Possible Future], *Imushchestvennyye otnosheniya v RF*, 2022, no. 2, pp. 76–86.

Leanovich E. B. Problemy pravovogo regulirovaniya internet-otnoshenii s inostrannym elementom [Problems of Legal Regulation of Internet Relations with a Foreign Element], *Belorusskii zhurnal mezhdunarodnogo prava i mezhdunarodnykh otnoshenii*, 2022, no. 4, pp. 39–44.

Malakhov S. V. *Grazhdansko-pravovoe regulirovanie otnoshenii v global'noi komp'yuternoi seti Internet* [Civil Law Regulation of Relations in the Global Computer Network Internet]: autoabstr. of doct. jur. sc. thesis, Moscow, 2001, 21 p.

Neznamov A. V. *Osobennosti kompetentsii po rassmotreniyu internet-sporov* [Features of Competence in the Consideration of Internet Disputes], Moscow, Infotropik Media, 2011, 272 p.

Schmitz A. J. Addressing the Class Claim Conundrum with Online Dispute Resolution, *Journal of Dispute Resolution*, 2020, no. 2, pp. 361–389.

Vavilin E. V. *Osushchestvlenie i zashchita grazhdanskikh prav* [Implementation and Protection of Civil Rights], Moscow, Statut, 2016, 416 p.

Voinikanis E. A., Yakushev M. V. *Informatsiya. Sobstvennost'. Internet. Traditsii i novelty v sovremennom prave* [Information. Property. The Internet. Traditions and Novellas in Modern Law], Moscow, Wolters Kluwer, 2004, 176 p.

Yakushev M. V. *Internet i pravo: novye problemy, podkhody, resheniya* [Internet and Law: New Problems, Approaches, Solutions], 2000, available at: <https://ifap.ru/pi/02/r03.htm> (accessed: 31.08.2023).

Yarkov V. V. *Novye formy iskovoi zashchity prava v grazhdanskom protsesse (gruppovye i kosvennye iski)* [New Forms of Claim Protection of Law in Civil Proceedings (Group and Indirect Claims)], *Gosudarstvo i pravo*, 1999, no. 9, pp. 32–40.

Valeriya Melnik – postgraduate student of the Department of civil procedure, Ural State Law University named after V. F. Yakovlev. 620137, Russian Federation, Ekaterinburg, Komsomol'skaya str., 21. E-mail: valeriemelnyk@yandex.ru.

ORCID: 0000-0001-8862-4317

Дата поступления в редакцию / Received: 04.09.2023

Дата принятия решения об опубликовании / Accepted: 15.10.2023