

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ.....	12
1.1 Классификация правовых режимов деятельности маркетплейсов....	12
1.2 Методологические подходы к регулированию электронной коммерции.....	21
1.3 Правовые модели взаимодействия участников маркетплейсов.....	30
2. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ И ПРОБЛЕМ МАРКЕТПЛЕЙСОВ	39
2.1 Тенденции правового регулирования интернет-коммерции	39
2.2 Оценка судебной практики по спорам маркетплейсов	48
2.3 Проблемы правового обеспечения защиты потребителей маркетплейсов	57
3. РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МАРКЕТПЛЕЙСОВ	66
3.1 Модель нормативных актов для регулирования маркетплейсов	66
3.2 Алгоритмы внедрения правовых механизмов в цифровую торговлю	74
3.3 Оценка эффективности предложенных правовых мер	82
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	83

