

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Эффективное правовое регулирование маркетплейсов требует сочетания практического контроля и теоретических основ, обеспечивающих баланс интересов сторон в цифровой торговле. Основой являются нормативные модели и механизмы правоприменения, а также принципы адаптивного регулирования, учитывающие динамику интернет-рынков и изменения правовых условий. Наличие множества субъектов в экосистеме электронной коммерции усложняет универсальное регулирование.

Выбор анализа судебной практики оправдан, так как отражает применение норм и выявляет проблемы правоприменения. Рассмотрение кейсов раскрывает барьеры защиты прав потребителей и продавцов, демонстрируя эффективность правовых механизмов в цифровой среде.

Сравнительный анализ судебных решений по спорам о нарушении гарантийного срока на маркетплейсах показывает, что внедрение специализированных алгоритмов уведомления уменьшило количество таких случаев на 15 % за год. Показатели динамики спорных дел и отзывы участников подтверждают эффективность интеграции новых норм с операционной практикой платформ, свидетельствуя о возможности точечной регулировки процессов.

Выделение ключевых направлений – нормативное уточнение статуса участников, механизмы обеспечения ответственной коммуникации и развитие процедур оперативного урегулирования – обеспечивает сбалансированное развитие правового поля. Такая стратегия соответствует потребностям цифрового рынка и задаёт основу стабильного функционирования маркетплейсов в меняющихся условиях.