Дата поступления рукописи в редакцию: 05.08.2026 г. DOI: 10.24412/2782-3830-2026-9-182-188
Дата принятия рукописи в печать: 18.09.2026 г.

АЗИМКОВ Евгений Аскольдович,
аспирант Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ),
e-mail: mail@law-books.ru

ПРАВОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ КОНКУРЕНЦИИ НА ЦИФРОВЫХ ТОРГОВЫХ ПЛОЩАДКАХ

Аннотация. *В статье рассматриваются правовые механизмы противодействия недобросовестной конкуренции на маркетплейсах. Анализируются нормы Закона о защите конкуренции, практика Федеральной антимонопольной службы в отношении Wildberries и Ozon, а также новеллы Закона о платформенной экономике 2025 года. Автор критически оценивает эффективность предупреждений ФАС, коллективного доминирования и существующих запретов. Формулируются предложения по усилению регулирования.*

Ключевые слова: *недобросовестная конкуренция, маркетплейс, цифровые платформы, злоупотребление доминирующим положением, ФАС, Закон о платформенной экономике, самопредпочтение.*

AZIMKOV Evgeny Askoldovich,
graduate student of the Russian State University for the Humanities (RSUH)

LEGAL MECHANISMS FOR COUNTERING UNFAIR COMPETITION ON DIGITAL MARKETPLACES

Annotation. *The article examines legal mechanisms for countering unfair competition on marketplaces. It analyzes the provisions of the Law on Protection of Competition, the practice of the Federal Antimonopoly Service regarding Wildberries and Ozon, and the novelties of the 2025 Platform Economy Law. The author critically assesses the effectiveness of FAS warnings, collective dominance and existing prohibitions. Proposals for strengthening regulation are formulated.*

Key words: *unfair competition, marketplace, digital platforms, abuse of dominant position, FAS, Platform Economy Law, self-preferencing.*

Введение

Цифровые торговые площадки (маркетплейсы) за короткий срок превратились в ключевой канал сбыта для сотен тысяч российских предпринимателей. По оценке Федеральной антимонопольной службы, две крупнейшие платформы - Wildberries и Ozon совместно занимают около 80 % рынка онлайн-торговли.

Такая степень концентрации рыночной власти создает объективные предпосылки для возникновения конфликтов между операторами площадок, продавцами и потребителями.

На практике эти конфликты проявляются в ряде устойчивых практик. Продавцы регулярно сталкиваются с односторонним изменением тарифов на логистику и хранение уже после приемки товара на склад, существенным увеличением сроков перечисления денежных средств за реализованные товары, принудительным включением товаров в акции без согласия продавца, блокировкой личных кабинетов по непрозрачным основаниям и манипуляциями с алгоритмами ранжирования.

Покупатели, в свою очередь, нередко вводятся в заблуждение платными маркировками («оригинал» и подобные), которые создают видимость проверки подлинности товара, хотя такой проверки платформа фактически не проводит.

С точки зрения действующего законодательства указанные действия могут квалифицироваться по нескольким основаниям. Навязывание контрагенту невыгодных условий договора подпадает под запрет, установленный пунктом 3 части 1 статьи 10 Федерального закона от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

Создание дискриминационных условий и злоупотребление доминирующим положением также охватываются этой статьей. Введение потре-

бителей в заблуждение может рассматриваться как акт недобросовестной конкуренции в соответствии со статьей 14 того же Закона. Кроме того, с 2023 года действует специальная норма - статья 10.1 Закона о защите конкуренции, прямо адресованная владельцам цифровых платформ.

Несмотря на наличие этих запретов, эффективность правового реагирования долгое время оставалась ограниченной. Федеральная антимонопольная служба преимущественно использовала инструмент предупреждений, который позволял относительно быстро устранять отдельные нарушения, но не создавал устойчивых системных ограничений. Ситуация начала меняться с принятием Федерального закона от 31 июля 2025 г. № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации», основные положения которого вступают в силу с 1 октября 2026 года.

Закон впервые устанавливает специальные требования к прозрачности правил работы платформ, порядку рассмотрения жалоб и ответственности операторов.

Возникает закономерный вопрос: достаточно ли существующего арсенала правовых средств - норм Закона о защите конкуренции, практики предупреждений ФАС и новых положений Закона о платформенной экономике - для того, чтобы реально ограничить возможности крупнейших маркетплейсов по использованию своей рыночной власти? Или мы наблюдаем ситуацию, при которой формальные механизмы есть, а действенная защита интересов продавцов и покупателей по-прежнему остается фрагментарной?

Целью настоящей статьи является анализ действующих правовых механизмов противодействия недобросовестной конкуренции на цифровых торговых площадках, оценка их эффективности на примере практики в отношении Wildberries и Ozon, а также формулирование предложений по совершенствованию регулирования.

Центральным нормативным актом, регулирующим вопросы защиты конкуренции на цифровых торговых площадках, остается Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции». К деятельности маркетплейсов применяются несколько ключевых норм этого Закона.

Статья 10 Закона о защите конкуренции запрещает злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением. Наиболее часто к маркетплейсам применяются следующие формы такого злоупотребления:

навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него или не относящихся к предмету договора (п. 3 ч. 1 ст. 10);

создание дискриминационных условий (п. 8 ч. 1 ст. 10);

экономически или технологически не обоснованные отказ либо уклонение от заключения договора с отдельными покупателями (заказчиками) (п. 5 ч. 1 ст. 10).

Именно по этим основаниям Федеральная антимонопольная служба квалифицировала одностороннее изменение тарифов после приемки товара, увеличение сроков выплат продавцам и принудительное включение товаров в акции.

Статья 14 Закона о защите конкуренции устанавливает общий запрет недобросовестной конкуренции. К числу запрещенных актов относятся, в частности:

введение в заблуждение относительно характера, способа и места производства, потребительских свойств, качества и количества товара либо в отношении его производителей (п. 1 ч. 1 ст. 14);

некорректное сравнение хозяйствующего субъекта и/или его товара с другим хозяйствующим субъектом и/или его товаром (п. 2 ч. 1 ст. 14);

незаконное использование результатов интеллектуальной деятельности (п. 4 ч. 1 ст. 14).

На практике по этой статье оцениваются платные маркировки («оригинал» и аналогичные), которые создают у потребителей ложное представление о проверке подлинности товара платформой.

Особое значение имеет статья 10.1 Закона о защите конкуренции, введенная Федеральным законом от 10 июля 2023 г. № 301-ФЗ (так называемый «пятый антимонопольный пакет»). Эта норма специально адресована владельцам цифровых платформ и запрещает им совершать действия (бездействие), результатом которых являются или могут являться недопущение, ограничение, устранение конкуренции и (или) ущемление интересов других лиц.

Статья 10.1 существенно расширила возможности антимонопольного контроля именно в цифровой среде.

С 1 октября 2026 года вступает в силу Федеральный закон от 31 июля 2025 г. № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации».

Этот закон впервые комплексно регулирует отношения между операторами цифровых платформ, продавцами (партнерами) и владельцами пунктов выдачи заказов. Среди наиболее значимых новелл:

требования к прозрачности правил работы платформы;

обязательный досудебный порядок рассмотрения жалоб партнеров;

запрет на применение мер ответственности и ограничений без предварительного уведомле-

ния и возможности обжалования;

установление административной ответственности за нарушение требований закона.

На практике до вступления в силу Закона о платформенной экономике основным инструментом реагирования Федеральной антимонопольной службы оставались предупреждения (ст. 39.1 Закона о защите конкуренции).

В период 2024–2026 годов такие предупреждения неоднократно выдавались как ООО «Интернет Решения» (Ozon), так и ООО «РВБ» / Wildberries.

Предметом предупреждений становились, в частности, навязывание невыгодных условий договора, автоматическое включение товаров в акции без согласия продавца, изменение тарифов после приемки товара на склад и использование вводящих в заблуждение маркировок.

Таким образом, действующее регулирование сочетает классические запреты Закона о защите конкуренции, специальную норму о цифровых платформах и новый отраслевой закон, который должен усилить превентивный и процессуальный компоненты защиты. Вопрос, однако, заключается в том, насколько эти инструменты способны реально ограничить рыночную власть двух доминирующих площадок.

Среди типичных форм недобросовестной конкуренции на площадках можно выделить следующие наиболее распространенные практики:

Навязывание невыгодных условий Изменение тарифов на логистику и хранение уже после того, как товар принят на склад. Увеличение сроков выплат. Привязка стоимости перевозки к цене товара, а не к себестоимости услуги.

Принудительное участие в акциях Автоматическое включение товаров продавца в распродажи без его согласия и за его счет.

Манипуляции с видимостью Снижение позиции карточки в выдаче, ограничение доступа к личному кабинету, непрозрачные алгоритмы ранжирования.

Введение в заблуждение Платные знаки «оригинал», которые создают у покупателя впечатление проверки подлинности, хотя платформа никакой проверки не проводит.

Самопредпочтение Продвижение собственных товаров или товаров «избранных» продавцов за счет остальных.

Все эти действия могут квалифицироваться и как злоупотребление доминированием, и как недобросовестная конкуренция. Проблема в доказательстве.

Анализ практики Федеральной антимонопольной службы и жалоб продавцов позволяет выделить несколько устойчивых моделей поведения крупнейших маркетплейсов, которые наиболее часто становятся предметом антимонопольной оценки.

Навязывание невыгодных условий договора. Одна из самых распространенных практик - изменение существенных условий сотрудничества уже после того, как продавец передал товар на склад платформы. Речь идет, в частности, об увеличении тарифов на хранение и логистику, изменении сроков перечисления денежных средств за реализованные товары, а также о привязке стоимости перевозки к цене товара, а не к реальным затратам платформы.С точки зрения Закона о защите конкуренции такие действия квалифицируются как навязывание контрагенту условий договора, невыгодных для него (п. 3 ч. 1 ст. 10 Федерального закона № 135-ФЗ). Именно по этому основанию ФАС в 2024–2026 годах неоднократно выдавала предупреждения и Wildberries, и Ozon. Проблема заключается в том, что оферты площадок, как правило, содержат широкие полномочия на одностороннее изменение тарифов. Это существенно затрудняет доказывание «навязывания» в судебном порядке.

Принудительное участие в акциях и распродажах. Широкое распространение получила практика автоматического включения товаров продавца в маркетинговые акции без его предварительного согласия и за его счет. Скидка фактически оплачивается продавцом, при этом он лишен возможности отказаться от участия. Такие действия также подпадают под запрет навязывания невыгодных условий (п. 3 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции). Кроме того, они могут рассматриваться как создание дискриминационных условий, если участие в акциях фактически становится условием сохранения нормальной видимости товара. ФАС в 2025 году прямо требовала от площадок обеспечить возможность продавца выразить согласие на участие в автоматических акциях.

Манипуляции с видимостью товара и доступом к кабинету. К этой группе относятся снижение позиции карточки товара в поисковой выдаче, ограничение или полная блокировка доступа к личному кабинету продавца, а также применение непрозрачных алгоритмов ранжирования, которые существенно ухудшают положение отдельных продавцов без мотивированного обоснования.С юридической точки зрения такие действия могут квалифицироваться как создание дискриминационных условий (п. 8 ч. 1 ст. 10) либо как злоупотребление доминирующим положением в форме ущемления интересов контрагентов. Дополнительную сложность создает то, что алгоритмы ранжирования представляют собой «черный ящик». Продавцу крайне трудно доказать причинно-следственную связь между действиями

платформы и снижением продаж.

Введение потребителей в заблуждение. Отдельного внимания заслуживает использование платных маркировок (например, знака «оригинал»). Такие обозначения формируют у покупателя впечатление, что платформа провела проверку подлинности товара. На самом деле речь идет лишь о платной опции, не сопровождающейся какой-либо верификацией. Данная практика подпадает под запрет введения в заблуждение, установленный пунктом 1 части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции. Именно по этому основанию ФАС в апреле 2026 года выдала предупреждение Ozon в связи с использованием знака «оригинал».

Самопредпочтение (self-preferencing). Наиболее системной и одновременно наиболее сложной для доказывания практикой остается продвижение платформой собственных товаров либо товаров «избранных» продавцов за счет остальных участников. Это может выражаться в приоритетном показе в выдаче, более выгодных условиях продвижения или скрытом использовании данных продавцов. Хотя прямого запрета самопредпочтения в российском законодательстве пока нет (в отличие от европейского DMA), такие действия могут квалифицироваться через общие нормы о злоупотреблении доминирующим положением (ст. 10 и ст. 10.1 Закона о защите конкуренции) как создание препятствий доступу на рынок или ущемление интересов хозяйствующих субъектов.

Все перечисленные практики theoretically могут быть квалифицированы и как злоупотребление доминирующим положением, и как акты недобросовестной конкуренции.

Однако на практике возникает серьезный доказательственный барьер. Оферты маркетплейсов сформулированы максимально широко, алгоритмы непрозрачны, а информация о внутренних правилах ранжирования и условиях применения санкций, как правило, недоступна продавцу. В результате даже при очевидном экономическом давлении юридически доказать нарушение удается далеко не всегда.

Российский антимонопольный контроль в отношении цифровых платформ до сих пор остается преимущественно ex post. Федеральная антимонопольная служба и суды реагируют уже после того, как спорная практика применена и продавцы понесли убытки. Классические инструменты - статьи 10, 10.1 и 14 Закона о защите конкуренции - требуют доказывания конкретного нарушения, наличия доминирования (или коллективного доминирования) и негативных последствий для конкуренции либо интересов контрагентов.

Это делает защиту реактивной и относительно медленной.

Европейский подход, закрепленный в Digital Markets Act (DMA), построен иначе. Он устанавливает для крупнейших платформ-«привратников» (gatekeepers) прямые, заранее действующие запреты: на самопредпочтение, на использование данных бизнес-пользователей в конкуренции с ними, на анти-стиринг, на непрозрачное ранжирование и ряд других практик.

Российский законодатель пока не пошел по пути введения аналогичных ex ante запретов. Даже новый Федеральный закон от 31 июля 2025 г. № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики», вступающий в силу с 1 октября 2026 года, сохраняет в значительной степени рамочный и процедурный характер.

В этих условиях особенно остро стоят три взаимосвязанных вопроса.

Первый. Можно ли квалифицировать алгоритмическое понижение карточки товара как создание дискриминационных условий (п. 8 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции) или как злоупотребление по статье 10.1, если сам алгоритм представляет собой «черный ящик»? Продавец, как правило, не имеет доступа ни к параметрам ранжирования, ни к данным о том, почему именно его товар потерял позиции. Без раскрытия хотя бы основных критериев алгоритма доказывание дискриминации становится крайне затруднительным. Закон о платформенной экономике требует определенной прозрачности правил, однако прямо не обязывает раскрывать логику рекомендательных и поисковых алгоритмов.

Второй. Должна ли платформа, в отношении которой ФАС установила коллективное доминирующее положение (Wildberries и Ozon совместно занимают около 80 % рынка), нести повышенные обязанности по обоснованию любых существенных изменений тарифов и условий договора? Действующее законодательство такой специальной обязанности не содержит. Пункт 3 части 1 статьи 10 Закона о защите конкуренции запрещает навязывание невыгодных условий, но не требует от доминирующего субъекта заранее и подробно мотивировать каждое изменение оферты. В результате площадки продолжают односторонне корректировать тарифы после приемки товара, ссылаясь на свободу договора.

Третий. Насколько эффективен основной на сегодняшний день инструмент реагирования - предупреждение ФАС (ст. 39.1 Закона о защите конкуренции), если за его неисполнение далеко не всегда следуют крупные штрафы и возбуждение полноценных антимонопольных дел? Практика 2024–2026 годов показывает, что площадки часто устраняют формальные нарушения, указанные в предупреждении, но через некоторое время

внедряют новые, близкие по сути механизмы. Мягкость последствий снижает превентивный эффект этого инструмента.

Пока эти вопросы остаются без четкого законодательного и правоприменительного ответа, асимметрия сил между двумя крупнейшими маркетплейсами и тысячами продавцов сохраняется. Формальные запреты существуют, однако реальное положение слабой стороны договора по-прежнему определяется в первую очередь внутренней политикой самой платформы, а не внешними правовыми ограничениями.

Предложения по совершенствованию действующего законодательства.

Анализ действующего регулирования и правоприменительной практики показывает, что существующие инструменты идеально реагируют на уже совершенные нарушения, но слабо предотвращают их. Для изменения этой ситуации предлагается комплекс мер, сочетающих точечные запреты, повышение прозрачности и усиление ответственности.

1. Прямой запрет на изменение существенных условий после приемки товара

Целесообразно прямо закрепить в Федеральном законе «О защите конкуренции» (в статье 10 или 10.1) либо в Законе о платформенной экономике запрет на одностороннее изменение существенных условий договора - тарифов на логистику, хранение, возврат, а также сроков перечисления денежных средств - после того, как товар принят платформой на склад.

Изменение таких условий должно допускаться только с предварительного письменного (в том числе электронного) согласия продавца либо по истечении заранее установленного в оферте срока уведомления (не менее 30 календарных дней).

Такой запрет устранил бы одну из самых массовых и болезненных практик, которую ФАС уже неоднократно квалифицировала как навязывание невыгодных условий (п. 3 ч. 1 ст. 10 Закона о защите конкуренции), но которая продолжает воспроизводиться в новых формах.

2. Обязанность раскрытия основных параметров алгоритмов ранжирования

Необходимо установить обязанность операторов цифровых платформ, занимающих доминирующее или коллективное доминирующее положение, раскрывать основные параметры и критерии алгоритмов ранжирования и рекомендации в той части, которая непосредственно влияет на видимость товаров добросовестных продавцов.

Речь не идет о полном раскрытии коммерческой тайны. Достаточно публикации в понятной форме ключевых факторов, влияющих на позицию карточки (релевантность, конверсия, соблюдение сроков поставки, рейтинг продавца, участие в программах платформы и т.п.), а также уведомления продавца о существенном снижении видимости его товаров с указанием основных причин.

Такая обязанность могла бы быть включена в Закон о платформенной экономике как элемент требования прозрачности правил работы платформы.

3. Презумпция недобросовестности при систематических мерах против одного продавца

Предлагается законодательно установить опровержимую презумпцию недобросовестности (злоупотребления доминирующим положением) в случаях, когда платформа систематически (два и более раза в течение шести месяцев) применяет к одному и тому же продавцу меры, существенно ухудшающие его положение (блокировка кабинета, резкое снижение видимости, существенное увеличение тарифов, принудительные акции), без представления мотивированного и проверяемого обоснования.

Бремя доказывания добросовестности и экономической обоснованности таких мер должно переходить на платформу. Это частично компенсировало бы информационную асимметрию и сложность доказывания для продавцов.

4. Усиление административной ответственности за неисполнение предупреждений ФАС

Действующая конструкция предупреждения (ст. 39.1 Закона о защите конкуренции) теряет эффективность, когда за его игнорирование не следуют ощутимые санкции. Целесообразно внести изменения в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, установив специальные составы ответственности за неисполнение предупреждения, выданного владельцу цифровой платформы, с оборотно-ориентированными штрафами.

Размер штрафа должен быть достаточным, чтобы экономически невыгодным становилось формальное «исправление» нарушения с последующим внедрением аналогичной практики под другим названием.

5. Развитие института отраслевых соглашений (меморандумов)

Параллельно с жесткими запретами следует развивать механизм согласованного регулирования. Предлагается законодательно закрепить возможность заключения отраслевых соглашений (меморандумов о добросовестных практиках) между операторами крупнейших цифровых платформ, ассоциациями продавцов и Федеральной антимонопольной службой.

Такие соглашения после утверждения ФАС могли бы приобретать характер рекомендуемых или даже обязательных правил поведения для

участников рынка.

Этот инструмент позволит быстрее реагировать на новые практики, чем законодательные изменения, и создаст пространство для поиска баланса интересов без постоянного административного давления.

Реализация предложенных мер не устранит полностью асимметрию сил между платформами и продавцами. Однако она способна существенно повысить предсказуемость правил игры и снизить возможности для произвольного использования рыночной власти.

Заключение

Недобросовестная конкуренция на цифровых торговых площадках - это не случайный набор отдельных нарушений и не следствие «злой воли» конкретных менеджеров. Это системный результат крайней асимметрии сил, при которой две платформы контролируют примерно 80 % рынка и фактически самостоятельно определяют правила доступа к этому рынку.

Пока сохраняется такая конструкция, любые частные запреты будут давать лишь временный эффект.

Действующие механизмы - предупреждения Федеральной антимонопольной службы, общие запреты статей 10, 10.1 и 14 Закона о защите конкуренции, а также новые положения Федерального закона от 31 июля 2025 г. № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики» - позволяют относительно быстро гасить наиболее вопиющие вспышки. Площадки меняют формулировки оферт, отменяют отдельные спорные практики, вводят формальные процедуры обжалования. Однако системного баланса эти инструменты пока не создают.

Как только одно ограничение обходится, появляется новая, чуть более изощренная конструкция, которая достигает той же экономической цели.

Ключевая проблема заключается в том, что правила игры по-прежнему в значительной степени пишутся самими платформами.

Продавец присоединяется к договору, условия которого он не может реально согласовать, а затем вынужден подстраиваться под их постоянные изменения. В такой модели он объективно остается слабой стороной, даже если формально обладает всеми правами, предусмотренными антимонопольным законодательством.

Поэтому задача законодателя и регулятора состоит не только в том, чтобы оперативно реагировать на жалобы и выдавать очередные предупреждения. Необходимо менять саму конструкцию отношений.

Это требует сочетания нескольких подходов: прямых запретов на наиболее токсичные практики (одностороннее изменение тарифов после приемки товара, принудительные акции), повышения прозрачности алгоритмов, переноса бремени доказывания в случаях систематического давления на конкретного продавца и создания реально работающих процедур защиты внутри платформ.

Пока эти шаги не сделаны, мы будем продолжать бороться с последствиями, оставляя нетронутой причину - практически неограниченную рыночную власть двух доминирующих цифровых площадок. Устойчивый баланс возможен только тогда, когда правила перестанут быть внутренним делом платформ и станут действительно общими для всех участников оборота.

Список литературы:

[1] Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (ред. от 2026 г.) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 31 (ч. 1). Ст. 3434.

[2] Федеральный закон от 10.07.2023 № 301-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О защите конкуренции”» // Собрание законодательства РФ. 2023. № 29. Ст. 5325.

[3] Федеральный закон от 31.07.2025 № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 2025. № 31. Ст. 4687.

[4] Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 2026 г.) // Собрание законодательства РФ. 2002. № 1 (ч. 1). Ст. 1.

[5] Постановление Правительства РФ от 10.07.2023 № 448 (о моратории на проверки IT-компаний) // Собрание законодательства РФ. 2023. № 29.

[6] Предупреждения Федеральной антимонопольной службы в адрес ООО «Интернет Решения» (Ozon) и ООО «РВБ» (Wildberries) за 2024–2026 гг. (официальный сайт ФАС России).

[7] Доклад Федеральной антимонопольной службы о состоянии конкуренции на рынке цифровых торговых площадок (2024–2025 гг.).

[8] Тотьев К.Ю. Конкурентное право: учебник. М.: Юрайт, 2024. 512 с.

[9] Егорова М.А. Конкурентное право: учебник. 3-е изд. М.: Юстицинформ, 2025. 480 с.

[10] Касьянов Р.А. Антимонопольное регулирование цифровых платформ в России и Европейском союзе // Закон. 2025. № 4. С. 45–62.

[11] Петров Д.А. Злоупотребление доминирующим положением на цифровых рынках // Вестник экономического правосудия. 2025. № 2. С. 78–95.

[12] Варламова А.Н. Недобросовестная конкуренция в условиях цифровой экономики // Хо-

зяйство и право. 2024. № 11. С. 12–28.

[13] Карапетян А.А. Меры антимонопольного реагирования в отношении владельцев цифровых платформ: российский и европейский опыт // Российское конкурентное право и экономика. 2025. № 2. С. 34–51.

[14] Иванов А.Ю. Самопредпочтение цифровых платформ: проблемы квалификации // Конкурентное право. 2025. № 3. С. 15–27.

[15] Серегин Д.И. Правовое регулирование платформенной экономики: новые вызовы // Журнал российского права. 2026. № 1. С. 56–71.

[16] Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act) // Official Journal of the European Union. L 265. 12.10.2022.

[17] Guidance on the application of Article 102 TFEU to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings (European Commission, 2023).

[18] Обзор судебной практики по спорам с участием маркетплейсов (2023–2025 гг.) / под ред. А.В. Гаврилова. М.: Статут, 2026.

[19] Научно-практический комментарий к Федеральному закону «О защите конкуренции» / под ред. И.Ю. Артемьева. М.: Статут, 2024.

[20] Цифровые рынки и конкурентное право: сборник статей / отв. ред. С.А. Пузыревский. М.: Норма, 2025.

References:

[1] Federal Law of 26.07.2006 No. 135-FZ "On Protection of Competition" (as amended on 2026) // Collection of Legislation of the Russian Federation. 2006. No. 31 (part 1). Art. 3434.

[2] Federal Law of 10.07.2023 No. 301-FZ "On Amendments to the Federal Law "On Protection of Competition" "// Collection of Legislation of the Russian Federation. 2023. № 29. Art. 5325.

[3] Federal Law of 31.07.2025 No. 289-FZ "On Certain Issues of Regulation of the Platform Economy in the Russian Federation "// Collection of Legislation of the Russian Federation. 2025. № 31. Art. 4687.

[4] Code of Administrative Offenses of the Russian Federation No. 195-FZ dated 30.12.2001 (as amended on 2026) // Collection of Legislation of the Russian Federation. 2002. No. 1 (part 1). Art. 1.

[5] Decree of the Government of the Russian Federation of 10.07.2023 No. 448 (on a moratorium on inspections of IT companies) // Collection of legislation of the Russian Federation. 2023. № 29.

[6] Warnings of the Federal Antimonopoly Service to LLC Internet Solutions (Ozon) and LLC RVB (Wildberries) for 2024-2026 (official website of the FAS Russia).

[7] Report of the Federal Antimonopoly Service on the state of competition in the digital marketplace market (2024-2025).

[8] Totiev K.Yu. Competition law: textbook. M.: Yurayt, 2024. 512 s.

[9] Egorova M.A. Competition law: textbook. 3rd ed. M.: Justicinform, 2025. 480 s.

[10] Kasyanov R.A. Antitrust regulation of digital platforms in Russia and the European Union // Law. 2025. № 4. S. 45-62.

[11] Petrov D.A. Abuse of a dominant position in digital markets // Bulletin of Economic Justice. 2025. № 2. S. 78-95.

[12] Varlamova A.N. Unfair competition in the digital economy // Economy and law. 2024. № 11. S. 12-28.

[13] A.A. Karapetyan. Antitrust response measures against owners of digital platforms: Russian and European experience // Russian competition law and economy. 2025. № 2. S. 34-51.

[14] Ivanov A.Yu. Self-preference of digital platforms: problems of qualification // Competitive law. 2025. № 3. S. 15-27.

[15] Seregin D.I. Legal regulation of the platform economy: new challenges // Journal of Russian Law. 2026. № 1. S. 56-71.

[16] Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act) // Official Journal of the European Union. L 265. 12.10.2022.

[17] Guidance on the application of Article 102 TFEU to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings (European Commission, 2023).

[18] Review of judicial practice on disputes involving marketplaces (2023-2025)/ed. A.V. Gavrilov. M.: Statute, 2026.

[19] Scientific and practical commentary on the Federal Law "On Protection of Competition "/ed. I.Yu. Artemyev. M.: Statute, 2024.

[20] Digital Markets and Competition Law: A Collection of Articles/Ed. ed. S.A. Puzyrevsky. M.: Norm, 2025.