

**Проблема регулирования деятельности FAANG с точки зрения  
антимонопольного законодательства**

**Научный руководитель – Городов Олег Александрович**

*Суворов И.А.<sup>1</sup>, Пильдес Б.Д.<sup>2</sup>*

1 - Санкт-Петербургский государственный университет, Юридический факультет, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: Ch-suvorov@mail.ru*; 2 - Санкт-Петербургский государственный университет, Юридический факультет, Санкт-Петербург, Россия, *E-mail: boris@pildes.ru*

Современная мировая экономическая модель создаёт существенные риски для монополизации рынка. Ярким доказательством этому тезису служит так называемая группа "FAANG" - условного обозначения пяти самых "успешных" и крупных компаний: Facebook, Apple, Amazon, Netflix, Google, совокупная капитализация которых превышает ВВП Японии (третьей экономики мира).

Каждая из этих компаний имеет реальный шанс монополизировать целые отрасли рынка, а значит представляет угрозу для свободной конкуренции.

В связи с этим возникает вопрос: как бороться с данным явлением и стоит ли с ним бороться вообще?

Компании группы FAANG являются крупнейшими в своих отраслях за счет размеров рыночной капитализации, однако, следует понимать, что рыночная капитализация представляет собой совокупную стоимость акций компании, находящейся в обращении в данный момент. Иными словами, рыночная капитализация — биржевой показатель, фактически никак не связанный с реальными объемами продаж или прибылью компании.

К примеру, объемы продаж компании «Apple» на российском рынке в 2020 году составили около 7,9 млн штук (около 19,1% от общего числа), что почти вдвое меньше, чем у Samsung (35,3%) [3] (ситуация на мировом рынке примерно аналогичная); остальные компании группы FAANG также имеют менее 50% на «своих рынках» в России.

Таким образом, данные компании не занимают доминирующего положения на российском рынке в понимании статьи 5 Федерального закона «О защите конкуренции».

Кроме того, стоит учесть, что ни одна сетевая компания не может расширяться бесконечно: рано или поздно, в силу отрицательных сетевых эффектов, она достигнет «порога», когда ее издержки начнут повышаться, а доходы снижаться, и ей придется самой инициировать разделение [2].

Если ни одна из компаний группы FAANG не занимает лидирующего положения на рынке, а попытка агрессивного расширения несет для каждой из них риск снижения прибыли, угроза монополизации рынка данными компаниями в ближайшее время представляется кажется крайне маловероятной.

Однако, помимо сухих цифр и экономических теорий, следует учитывать и то, что данные компании адаптируются к условиям рынка и зачастую ведут недобросовестную борьбу за контроль над рынками.

Например, в марте 2020 года Федеральная торговая комиссия США обратилась в суд с иском к Facebook [4] с требованиями об отчуждении или реорганизации Instagram и WhatsApp, а также, о запрете Facebook навязывать антиконкурентные условия доступа к API Facebook (API - интерфейс взаимодействия между сайтом и сторонними программами и серверами) [5] — компания Цукерберга владеет тремя аффилированными между собой социальными сетями, а также проводит политику, существенно затрудняющую выход других социальных сетей на американский рынок, что противоречит Разделу 2 Закона

Шермана, 15 U.S.C. § 2 и Разделу 5 (а) Закона о Федеральной торговой комиссии, 15 U.S.C. § 45 (а). В России подобные действия нарушали бы положения части 5 статьи 10 и части 2 статьи 11 Федерального закона «О защите конкуренции».

Летом 2020 года Еврокомиссия провела антимонопольное расследование в отношении голосовых ассистентов Siri (Apple) и Alexa (Amazon) [6]. Еврокомиссия выдвинула против компаний обвинения в том, что собираемые технологическими гигантами данные используются в целях нечестной конкуренции, что ведет к монополизации рынков технологических товаров. В заявлении Европейской комиссии говорится, что голосовые ассистенты перенаправляли запросы пользователей на приложения или устройства, входящие в ту или иную экосистему, ограничивая доступ к продукции других компаний, и нарушая тем самым положения статей 101 и 102 Договора о функционировании Европейского Союза. В парадигме российского законодательства

данные действия можно квалифицировать как нарушение статьи 14.8 Федерального закона «О защите конкуренции».

Данные примеры позволяют сделать вывод, что методы «ведения дел» компаний группы «FAANG» грубо нарушают российское антимонопольное законодательство (а также законодательство Европейского Союза и США), и свидетельствуют о реальной угрозе для свободной конкуренции на рынке.

В Российской Федерации для борьбы с экосистемами-монополистами были разработаны такие документы, как Дорожная карта по развитию конкуренции на 2018-2020 годы [1], а также предложенный еще в 2019 году «пятый антимонопольный пакет» ФАС, вносящий поправки в Федеральный закон «О защите конкуренции» [7]. Еще одним действенным механизмом по борьбе с монополизацией рынка представляется законодательное ограничение количества сфер, в которых может действовать экосистема — отказ от попыток захватить новые рынки вынудит компании сконцентрироваться на оптимизации производства. Такая мера, в свою очередь, приведет к повышению качества продукции или снижению ее себестоимости (а значит и цены), благодаря чему материальное состояние потребителя в любом случае улучшится.

Тенденция «FAANGизации» рынка характерна не только для запада — опасность для российского свободного рынка представляют и некоторые отечественные корпорации (например «Яндекс» или «Сбер»). Поглощая отдельные отрасли, они угрожают осуществлению предпринимательской деятельности на конкурентной основе. Российские компании-гиганты идут по стопам своих западных «коллег», создавая экосистемы, захватывающие все новые и новые рынки услуг. Однако, именно эти процессы способствуют развитию антимонопольного законодательства, ставя перед ним новые задачи, преодоление которых, позволяет достичь наиболее эффективной и сбалансированной защиты свободного рынка.

### Источники и литература

- 1) План мероприятий («Дорожная карта»), утвержденный Распоряжением Правительства РФ от 16 августа 2018 г. № 1697-р
- 2) S. J. Liebowitz, S. E. Margolis. Network Externality: An Uncommon Tragedy // Journal of Economic Perspectives, volume 8, number 2, spring 1994, p. 133–150
- 3) Cnews.ru: [https://www.cnews.ru/news/top/2021-02-18\\_rossijskie\\_prodazhi\\_smartfov](https://www.cnews.ru/news/top/2021-02-18_rossijskie_prodazhi_smartfov)
- 4) FTC.gov: <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2020/12/ftc-sues-facebook-illegal-monopolization>
- 5) Te-st.ru: <https://te-st.ru/2014/08/15/what-is-api/>
- 6) Ec.europa.eu: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_20\\_1073](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_1073)

7) Kommersant.ru: <https://www.kommersant.ru/doc/3869012>