

Антимонopolное преследование Google: как изменится цифровой рынок?

06.02.2025

СТАТЬИ

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ



Вот уже более 10 лет компания Google является объектом антимонопольного преследования со стороны Минюста США и Федеральной торговой комиссии (U.S. and Plaintiff States v. Google LLC)[1]. Обычно дела такого рода заканчиваются в суде округа Колумбия, решение которого, как правило, проходит проверку в Верховном Суде США. Процесс в окружном суде вышел на финишную прямую: начавшись по консолидированному иску Минюста и прокуроров штатов, он миновал стадию судебного решения (судья Амит Мехта признал Google виновным в нарушении запрета на одностороннюю монополизацию рынка, установленного в части 2

акта Шермана) и сосредоточился на выработке корректирующих мер, которые должны стимулировать развитие конкуренции на рынках, монополизированных компанией Google. 20 ноября истцы представили свое видение таких мер. Проанализируем их и представим цифровой мир после Google.

Как Google создал монополию: уникальная бизнес-- модель и непреодолимые барьеры для конкурентов

По мнению суда, Google монополизировал два рынка: рынок поиска и рынок размещения контекстной рекламы (т. е. рекламного сообщения, зависящего от текста поискового запроса пользователя и его цифрового следа).

Как же Google этого добился? Благодаря уникальной бизнес-- модели, эффективно сочетающей три вида деятельности: поиск, размещение контекстной рекламы, а также разработку и предоставление пользователям программного обеспечения (операционной системы Android и предустановленного навигатора Chrome с «защитой» в него поиском Google). Бизнес-- модель позволяет собирать полный цифровой профиль пользователя (благодаря использованию им Android и Chrome для доступа в сеть и поиска в сети), на основе которого максимально эффективно настраивается поисковая выдача и таргетируется контекстная реклама. Более того, Google связал эксклюзивными соглашениями крупнейших владельцев иных операционных систем и программ-- навигаторов, предполагающих использование ими поиска Google по умолчанию. Такие соглашения Google заключил с Apple, Samsung и компанией, владеющей браузером Mozilla Firefox. Вознаграждение, которое Google выплачивает по этим соглашениям, может составлять десятки миллиардов долларов в год.

Бизнес-- стратегия Google делает крайне маловероятным появление даже символического конкурента, ведь такой компании, по мнению суда, придется одновременно: индексировать всю мировую сеть интернет (1), создать и поддерживать систему дистрибуции услуги поиска (2), накапливать и обрабатывать данные пользователей (3), поддерживать и развивать искусственный интеллект (4) и, наконец, предоставлять услугу контекстной рекламы (5). Сочетание этих обстоятельств усугубляется наличием сильно выраженных сетевых эффектов на всех затра

гиваемых рынках.

Каким видят истцы окончательное решение суда?

По форме напоминающее предписание российского антимонопольного органа, такое решение должно содержать следующие положения.

Во-первых, компании Google необходимо *расторгнуть все эксклюзивные соглашения*, которые создают непреодолимые препятствия доступа на рынок услуги поиска для потенциальных конкурентов Google. Google должен отказаться от любых попыток навязать третьим лицам (либо делать это с их согласия) установку поиска Google по умолчанию в их программное обеспечение. Более того, окончательное решение суда должно запретить Google: обустраивать приобретение сервисов Google покупкой также и услуги поиска (1), заключение соглашений о разделе выручки, относящихся к дистрибуции услуги поиска (2), инвестирование в конкурентов, коллаборацию с ними, приобретение реальных или потенциальных конкурентов на рынке услуги общего поиска в сети интернет или на рынке контекстной рекламы (3). Исключения из этих запретов возможны только с предварительного разрешения Соединенных Штатов.

Во-вторых, *Google должен продать навигатор Chrome*, чтобы исключить возможность закрытия рынка и исключения конкурентов. Установка этого навигатора по умолчанию на всех устройствах, использующих операционную систему Android, дает компании Google почти полный контроль над всеми каналами дистрибуции услуги поиска.

В дополнение, компании Google должен быть *запрещен вход на рынок навигаторов на ближайшие 5 лет*, а также любое сотрудничество (в том числе участие в капитале) с компаниями, предоставляющими услуги поиска в интернете, услуги контекстной рекламы, дистрибуцию услуги поиска, услуги искусственного интеллекта по запросу пользователей, либо владеющих технологиями контекстной рекламы. Все существующие соглашения Google с компаниями такого рода должны быть прекращены.

Что же касается операционной системы Android, то наиболее последовательным, по мнению истцов, решением было бы также понуждение Google избавиться от этого актива.

Однако, истцы понимают, что это может вызвать недовольство многих пользователей интернета и предлагают промежуточное решение: учитывая, что потенциальные конкуренты Google с неизбежностью должны использовать Android (который содержит в себе великое множество явных и скрытых характеристик, способствующих продвижению услуги поиска самого Google), истцы предлагают создать Технический Комитет, который будет следить за тем, чтобы контроль Google над Android не позволял компании дискриминировать конкурентов и продвигать свои услуги в приоритетном порядке. Если деятельность такого комитета будет неэффективной, то Google будет обязан продать Android.

В-третьих, *исключить возможность преференциального использования поисковых услуг Google* лицами, которые используют любые иные сервисы Google (например, YouTube, Gemini). Пользователь любых сервисов Google должен иметь возможность выбора конкурирующих сервисов поиска и контекстной рекламы. В частности, это должно реализовываться через запрет на предустановку навигатора Chrome и виджета Google Search на домашний экран любых устройств на операционной системе Android.

В-четвертых, весь *массив данных*, которые накопил Google, а также все данные, которые сформируют пользователи поискового сервиса Google и его рекламодатели за ближайшие 10 лет, *должны быть бесплатно и на недискриминационной основе предоставлены реальным и потенциальным конкурентам* компании Google; также они должны за минимальную плату получить доступ к поисковому индексу компании Google. Наконец, издательства, владельцы сайтов и создатели

контента должны получить право исключать принадлежащий им контент из данных, на которых работает поисковая индексация, а также тренируются большие языковые модели либо которые демонстрируются в качестве сгенерированных системами искусственного интеллекта.

В-пятых, *исключить возможность получения компанией Google сверхприбыли от контекстной рекламы, а также остановить деградацию её качества. Рекламодатели должны получать от Google всю информацию, характеризующую эффективность и реальную стоимость размещаемой ими контекстной рекламы, для оптимизации их расходов на рекламу у Google и его конкурентов.*

Технический Комитет и истцы должны ежемесячно получать от Google отчет о любых изменениях в аукционах на размещение контекстной рекламы, а также о размещении информации о таких изменениях в общем доступе.

Наконец, по инициативе прокурора штата Колорадо предлагается включить в окончательное решение суда обязанность Google *профинансировать общенациональную рекламную и образовательную программу*, которая бы донесла до американских потребителей все выгоды, которые им дает решение суда по делу Google.

Такая программа может включать в себя краткосрочные выплаты пользователям сети, которые выбирают в качестве сервисов по умолчанию сервисы конкурентов компании Google.

Возможное будущее Google

Предложенный истцами вариант окончательного решения суда превращает компанию Google в безобидного провайдера услуги бесплатного поиска в сети интернет, который за символическую плату предоставляет каждому доступ к колоссальному массиву данных о сети и пользователях. Сервисы Google, которые не затрагиваются окончательным решением, окажутся в условиях жесткой конкуренции и утрачивают выгоды от синергии с услугой общего поиска в сети. По мнению истцов, это позволит быстро развиваться конкурирующим сервисам поиска

и контекстной рекламы в сети.

В конце декабря 2024 г. свое видение создания конкурентных рынков услуги поиска и контекстной рекламы предложил ответчик — компания Google. Как и ожидалось, Google не намерен добровольно совершать какие либо радикальные шаги. Защита компании строилась на тезисе о том, что масштабы ее бизнеса (рыночная доля, выручка по всем видам деятельности и т. п.) объясняются одним обстоятельством: Google предоставляет лучший сервис по лучшей цене, менять бизнес- модель компании означает утратить эффективность и заставлять потребителя платить больше за товар худшего качества. Поэтому ответчик предлагает суду ограничиться мерами поведенческого характера, а именно, обязать Google исключить на три года из соглашений с компаниями-- владельцами популярных браузеров, а также из соглашений с производителями мобильных телефонов условия, в силу которых услуга поиска в сети может осуществляться только поисковой машиной Google.

Дополнительно, ответчик готов предоставить таким контрагентам право выбора любых сервисов Google (речь прежде всего идет о магазине приложений, принадлежащем Google, и работающем в операционной среде Android), не требуя от них обязательной установки браузера Chrome и поиска Google.

По мнению ответчика, предложения Минюста США чрезмерно интервенционистские и не вытекают непосредственно из решения суда, которое говорит лишь о соглашениях от ответчика с его партнерами по вопросам дистрибуции услуги поиска. «Если Минюст считает, что инвестирование Google в Chrome, его развитие искусственного интеллекта, его способ индексировать всемирную сеть и развивать собственные алгоритмы являются антиконкурентными, то Минюсту стоило обратиться в суд с соответствующими исками. Но он этого не сделал», — комментирует Ли-- Энн Малхолланд, вице-президент компании по регуляторным вопросам.

Вполне может быть, что все объясняется эффективностью и удачливостью Google, но останавливает ли это регулятора и суд от фактического раздела крупнейшего участника рынка? В конце концов, акт Шермана, который применялся для раздела Standard Oil, 50 дел в отношении Alcoa Inc. и многих других корпораций не содержат никаких оправданий монополии исходя

из ее эффективности.

На что будет похож мир после Google, если позиция истцов ляжет в основу судебного решения, а Верховный Суд США с ней согласится? Вакуума не возникнет. Скорее всего, рынки приобретут черты, хорошо нам знакомые по рынку услуг организации туров в сети интернет после ухода компании Booking Inc. из российского сегмента: мы столкнемся с большим количеством агрегаторов, каждый из которых не совершенен, но хорош по-своему; нам придется самостоятельно «интегрировать» приобретаемые сервисы и мы будем их покупать по субоптимальным ценам, утешая себя тем, что платим за возможность выбора.

Окончательное решение по делу Google приобретает особый смысл в российских реалиях.

В русскоязычном сегменте сети на рынке услуг поиска и размещения контекстной рекламы есть сравнимый с Google поисковик и агрегатор «Яндекс», который к тому же защищен откровенно протекционистскими мерами. Правда, поверхностные аналогии, возникающие в свете аргументации истцов в американском процессе, могут вводить в заблуждение. И вот почему: во-первых, в русскоязычном сегменте сети «Яндекс» находится в состоянии очевидной конкуренции с американским Google; во-вторых, даже в русскоязычном сегменте сети «Яндекс» не имеет соизмеримой системы дистрибуции услуги поиска; наконец, многие ли в восторге от того, что Booking Inc. ушел с нашего рынка (т. е. всегда ли множество маленьких раздробленных сервисов лучше единственного крупнейшего агрегатора)?

22 апреля 2025 г. федеральный суд в Вашингтоне заслушает предложения сторон, сформирует и утвердит окончательное решение. Конечно, точку в этом деле поставит Верховный суд США.

[1] United States, Commonwealth of Virginia, State of California, State of Colorado, State of Connecticut, State of New Jersey, State of New York, State of Rhode Island and State of Tennessee v. Google LLC. Started January 24, 2023, Docket nos. 1:23 cv 00108. Доступно на сайте: <https://www.justice.gov/atr/case/us-and-plaintiff--states-v-google-llc-2023>



**Алексей
Сушкевич**

руководитель практики экономических исследований, Kulik & Partners Law.Economics, канд. эконом. наук

СТАТЬИ

АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ