

# Digitálne platformy: súťažné právo verzus regulácia ex ante

Kalesná, K., Patakyová, M. T.\*

KALESNÁ, K., PATAKYOVÁ, M. T.: Digitálne platformy: súťažné právo verzus regulácia ex ante. *Právny obzor*, 104, 2021, č. 1, s. 26 – 38.

**Digital Platforms: Competition Law Versus Ex Ante Regulation.** Digital age has brought many challenges for legal regulation. One of vividly discussed issue is a question on possible regulation of digital platforms. Digital platforms have had an impact within business sphere as well as broader socio-political impact. This article aspires to contribute to the discussion on regulation of digital platform, in particular it explores application of competition law and regulation ex ante. It asks to what extent can competition law solve issues related with digital platforms. Since an exhaustive answer to the question is beyond the limits of one article, this article focuses on the definition of a digital platform, followed by a discourse on competition law and ex ante regulation. The possible insufficiencies of competition law are examined based on two cases: German Facebook case and Google Shopping case. The article shows that competition law might be reaching its limits in dealing with certain particular issues related to digital platforms.

**Key words:** *digital platforms, competition law, ex ante regulation, Facebook, Google Shopping*

## 1 ÚVOD

Súčasnú dobu digitalizácie vytvára nový priestor na realizáciu podnikateľských aktivít na nových špecifických trhoch, spravidla charakterizovaných dynamickou inováciou a technologickými zmenami. Je nepochybné, že existencia a rozvoj podnikania na báze internetu prináša aj nové formy porušovania pravidiel hospodárskej súťaže a vo všeobecnosti vytvára pre právo – nielen súťažné – nové výzvy. Nejde pritom len o bezprostredné súťažné riziká internetového obchodu vrátane plošného zákazu predaja na internete či iné obmedzenia tohto predaja (napr. geo-blocking), ale aj o súvisiace okruhy problémov ochrany osobných údajov, ochrany spotrebiteľa a pod.<sup>11</sup> Osobitný problém stojaci v centre pozornosti súťažných orgánov, najmä Európskej komisie (ďalej EK), predstavuje zneužívanie trhovej sily nových digitálnych platforiem. Digitálne platformy sa stávajú aj predmetom posudzovania regulačných orgánov<sup>2</sup> atď.

Doc. JUDr. Katarína K a l e s n á, CSc., Ústav európskeho práva, Právnická fakulta, Univerzita Komenského v Bratislave; participovala na tomto článku v rámci grantu APVV-17-0641: Zeefektívne právej úpravy verejného obstarávania a jej aplikácie v kontexte práva Európskej únie.

JUDr. Mária T. P a t a k y o v á, PhD., Ústav európskeho práva, Právnická fakulta, Univerzita Komenského v Bratislave; participovala na tomto článku v rámci projektu Jean Monnet Network Project 611293-EPP-1-2019-1-CZ-EPPJMO-NETWORK European Union and the Challenges of Modern Society.

<sup>1</sup> Bližšie pozri KASENČÁKOVÁ, L. *Internet ako priestor porušovania pravidiel hospodárskej súťaže*. In Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie 21. – 22. októbra 2016, *Internet ako priestor možného porušovania práv*, Bratislavské právnické fórum 2016. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, Právnická fakulta, 2016, s. 58 – 68.

<sup>2</sup> Tamže, s. 65.

## 2 DIGITÁLNA PLATFORMA

### 2.1 Pojem

Hoci ide o jednu z kľúčových otázok spätých s procesom digitalizácie ekonomiky, presná definícia digitálnej platformy je doposiaľ sporná.<sup>3</sup> V odbornej literatúre sa možno stretnúť s rôznymi definíciami digitálnych platforiem. L. Kasenčáková s odvolaním na pramene EK vníma online platformy ako „*dvojstranné alebo viacstranné trhy, kde sa stretávajú užívatelia a prevádzkovatelia platformy s cieľom uľahčiť vzájomnú interakciu ako napr. výmenu informácií alebo obchodnú transakciu. Medzi užívateľov pritom môžu patriť rôzne skupiny od odberateľov, predajcov, inzerentov, vývojárov softvéru a podobne. Medzi online platformy možno zaradiť napr. Amazon, Marketplace, Bing Search, Facebook, Google Play, Google Search, Uber a ďalšie.*“<sup>4</sup> Iná definícia digitálnych platforiem vyzdvihuje ich charakteristické znaky; „*digitálne platformy zahŕňajú nástroje umožnené technológiou, ktorá uľahčuje výmeny medzi rôznymi skupinami – napríklad konečnými užívateľmi a výrobcami – ktorí sa navzájom nemusia ani poznať.*“<sup>5</sup>

Aj pri absencii univerzálnej definície je však potrebné odlišiť pravú „zdieľanú ekonomiku“, ponúkajúcu výmeny na lokálnej úrovni, od ziskovo orientovaného globálneho obchodu, tzv. uberizácie ekonomiky<sup>6</sup>, pod ktorou sa rozumie „*deštrukcia hodnotového reťazca novými sprostredkovateľmi, ktorí vďaka použitiu digitálnych technológií (najmä aplikácií, smartfónov a online platobných systémov) získavajú časť hodnoty na ujmu tradičných operátorov.*“<sup>7</sup>

Digitálne platformy, najmä ak pôsobia na hrane zákona, prinášajú nielen nové impulzy pre právnu reguláciu, ale aj mnohé právne spory, ako napr. Uber.<sup>8</sup> Podľa EK<sup>9</sup> „*platformy dokázali, že sú inovátormi v digitálnej ekonomii a že pomáhajú menšiemu podnikaniu napredovať online a dosiahnuť nové trhy. Nové platformy v službách mobility, turizmu, hudby, audiovizie, vzdelania, financií, ubytovania a náboru sú rýchlou a hlbokou výzvou pre tradičné obchodné modely a rástli exponenciálne. Vzrast zdieľanej ekonomie ponúka aj možnosti zvýšenej efektívnosti, rastu a pracovných miest, prostredníctvom lepšieho výberu spotrebiteľa, ale zároveň potenciálne kladie nové regulačné otázky.*“<sup>10</sup>

<sup>3</sup> JONES, A. – SUFRIN, B. *EU Competition Law*. 6th edition. Oxford : Oxford University Press, 2016, s. 49.

<sup>4</sup> KASENČÁKOVÁ, L. *Internet ako priestor porušovania pravidiel hospodárskej súťaže*, cit. dielo, s. 65.

<sup>5</sup> GERADIN, D. *What should EU competition policy do to address the concerns raised by the Digital Platforms' market power?* s. 1, [online], 2018, [cit. 28. 09. 2020]. Dostupné na internete: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3257967](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3257967).

<sup>6</sup> STROWEL, A. – VERGOTE, W. *Digital Platforms: To Regulate or Not To Regulate?*, s.2, [online], [cit. 28. 09. 2020]. Dostupné na internete: [https://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/image/document/2016-7/ueclouvain\\_et\\_universit\\_saint\\_louis\\_14044.pdf](https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-7/ueclouvain_et_universit_saint_louis_14044.pdf).

<sup>7</sup> Tamže.

<sup>8</sup> Tamže, s. 1.

<sup>9</sup> Communication, A Digital Single Market Strategy for Europe, COM(2015), 192 final, 6 May 2015.

<sup>10</sup> Tamže.

## 2.2 Typológia digitálnych platforiem

Kategorizácia digitálnych platforiem vychádza zo zohľadnenia rôznych kritérií; v tomto zmysle možno hovoriť napr. o dvojstranných a viacstranných platformách, ale aj o transakčných a netransakčných trhoch. Podľa Jones a Sufrin „na transakčnom trhu platforma spája užívateľov z každej strany a umožňuje im vstúpiť do vzájomných transakcií.“<sup>11</sup> Ako príklad uvádzajú Airbnb, platobné karty a pod.<sup>12</sup> Naproti tomu pri netransakčných trhoch k transakcii nedochádza; príkladom sú sociálne siete.<sup>13</sup>

Strowel a Vergote zakladajú typológiu digitálnych platforiem na základe zdrojov, ku ktorým umožňujú:

- a) prístup k informáciám;
- b) prístup k osobným údajom a inému súkromnému obsahu;
- c) prístup k tovarom a službám;
- d) prístup k pracovnej sile;
- e) prístup k peniazom alebo ku kapitálu.<sup>14</sup>

## 3 SÚŤAŽNÉ VÝZVY

### 3.1 Súťaž na digitálnom trhu

Vzhľadom na rozdielnosť obsahu i prudký rast významu digitálnych platforiem, spoločnosti stojace za nimi majú spravidla trhovú silu na jednom alebo viacerých základných trhoch, čím vytvárajú rôzne antitrustové výzvy.<sup>15</sup> Je pritom zrejmé, že digitálne trhy modifikujú aj podmienky, za ktorých súťaž prebieha. So zreteľom na charakteristiku digitálnych trhov a s nimi spojené úspory z rozsahu, úlohu dát a sieťové efekty/externality<sup>16</sup> Sufrin a Jones uvádzajú, že tradičná súťaž na trhu, ktorej základným parametrom býva cena, sa mení na súťaž o trh.<sup>17</sup> I napriek existencii názoru, že digitálne trhy nevyžadujú antitrustovú intervenciu, lebo technologická inovácia znemožňuje udržať si dlhodobjšie pozíciu trhovej sily<sup>18</sup>, EK sa nevzdáva vynucovania súťažného práva ani na digitálnych trhoch.<sup>19</sup> Hoci modifikované podmienky súťaže na týchto trhoch zrejme vyžadujú nový prístup k aplikácii súťažných pravidiel (napr. definícia

<sup>11</sup> JONES, A. – SUFRIN, B. *EU Competition Law*, cit. dielo, s. 49.

<sup>12</sup> Tamže.

<sup>13</sup> Tamže.

<sup>14</sup> STROWEL, A. – VERGOTE, W. *Digital Platforms: To Regulate or Not To Regulate?*, cit. dielo, s. 5.

<sup>15</sup> GERADIN, D. *What should EU competition policy do to address the concerns raised by Digital Platforms market power?*, cit. dielo, s. 2.

<sup>16</sup> CRÉMER, J. – De MONTJOYE, Y.-A. – SCHWEITZER, H. *Competition Policy for the Digital Era, Final report, Executive Summary*. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2019, [online], [cit. 28. 09. 2020]. Dostupné na internete: <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>, s. 2.

<sup>17</sup> JONES, A. – SUFRIN, B. *EU Competition Law*, cit. dielo, s. 49.

<sup>18</sup> Tamže, s. 49 – 50.

<sup>19</sup> Tamže, s. 50.

relevantného trhu a pod.), podľa názoru EK nevyžadujú zmenu základnej právnej úpravy v Zmluve o fungovaní EÚ.<sup>20</sup>

### 3.2 Súťaž v regulácia

Osobitným problémom, ktorý prináša digitalizácia ekonomiky, je vzájomný vzťah medzi súťažným právom a reguláciou. Podľa autorov správy o súťažnej politike v digitálnej ére<sup>21</sup> niet jednoznačnej odpovede na otázku, či je na riešenie problémov vyvolaných digitalizáciou ekonomiky vhodnejšie súťažné právo alebo regulácia<sup>22</sup>; podľa ich názoru sa súťažné právo ako intervencia ex post a regulácia ako intervencia ex ante môžu vhodne dopĺňať na báze využitia synergického pôsobenia.<sup>23</sup> Vo všeobecnosti možno konštatovať, že v niektorých oblastiach, ako sú napr. prirodzené monopoly, bude mať v dôsledku absencie súťažného prostredia prioritný význam regulácia ex ante. Do určitej miery predstavuje takýto osobitný systém aj verejné obstarávanie, kde regulácia vyplýva z potreby simulácie konkurenčných tlakov v prípadoch, keď nakupuje určité komodity verejný sektor. Zároveň treba pripomenúť, že určité samoregulačné úsilie na digitálnych trhoch vytvárajú aj samy platformy.<sup>24</sup>

Treba korektne podotknúť, že aj názory na potrebu regulácie sa môžu líšiť. Po regulácii ex ante volajú napr. operátori telekomunikačných služieb (Telekom), ktorí sami podliehajú takejto regulácii a ktorých infraštruktúru využívajú na prevádzku nových služieb a generovanie hodnoty globálni hráči ako Google, Facebook a pod.<sup>25</sup> Problémom však zostáva, že kým telekomunikační operátori podliehajú národnej regulácii, globálni hráči prekračujú úroveň národných trhov.<sup>26</sup>

Všeobecnosť právnej úpravy, právo generálnych klauzúl umožňuje v mnohých aspektoch súťažnému právu reguláciu digitálneho trhu ex post. K jeho výhodám patrí aj orgán ochrany súťaže na úrovni EÚ, ako aj spolupráca súťažných orgánov členských štátov EÚ v rámci Európskej súťažnej siete a efektívnosť sankčného postihu, ktorým disponujú.<sup>27</sup> Treba však zdôrazniť, že sama inštitucionálna výbava, samo vytvorenie nových regulačných orgánov na úrovni EÚ, nie sú dostačujúce.<sup>28</sup> Na riešenie všetkých legislatívnych impulzov, ktoré prinášajú digitálne platformy, rovnako zrejme nebude stačiť ani súťažné právo.<sup>29</sup> V tomto zmysle slova budú zrejme potrebné aj adekvátne reakcie pracovného práva, daňového práva, práva intelektuálneho vlastníctva (napr. copyright), práva ochrany súkromia a pod.<sup>30</sup>

<sup>20</sup> CRÉMER, J. – De MONTJOYE, Y.-A. – SCHWEITZER, H. *Competition Policy for the Digital Era, Final report, Executive Summary*, cit. dielo, s. 3.

<sup>21</sup> CRÉMER, J. – De MONTJOYE, Y.-A. – SCHWEITZER, H. *Competition Policy for the Digital Era, Final report, Executive Summary*, cit. dielo.

<sup>22</sup> Tamže, s. 4.

<sup>23</sup> Tamže, s. 5.

<sup>24</sup> Tamže, s. 5.

<sup>25</sup> STROWEL, A. – VERGOTE, W. *Digital Platforms: To Regulate or Not To Regulate?*, cit. dielo, s. 11.

<sup>26</sup> Tamže.

<sup>27</sup> Tamže, s. 11.

<sup>28</sup> Tamže, s. 10.

<sup>29</sup> Tamže, s. 11.

<sup>30</sup> Tamže.

Vychádzajúc z recentnej rozhodovacej praxe možno konštatovať, že cestou využitia prostriedkov súťažného práva sa vydala aj EK. EK sa sústredila najmä na otázku zneužitia dominantného postavenia digitálnych platforiem, najmä na otázku možného uzavretia trhu. Nejde však o jedinú oblasť, ktorá vzbudzuje súťažné obavy; G. Damien osobitne zdôrazňuje nebezpečenstvo využitia vykorisťovateľských praktík i správania smerujúceho k potláčaniu inovácií. Vykorisťovateľské praktiky podľa jeho názoru oproti tradičnej forme excesívnych cien<sup>31</sup> prichádzajú skôr do úvahy v tom, že platforma poskytuje menej (napr. pokiaľ ide o kvalitu služby) a žiada viac (napr. dáta).<sup>32</sup> Zo súťažného hľadiska je veľmi nebezpečné aj potláčanie inovácií, ktoré sa stávajú rozhodujúcim parametrom súťaže digitálnych platforiem; „*súťaž je založená na inováciách, t. j. incumbentov môže prípadne nahradiť inovatívnejšia firma*“.<sup>33</sup> Na druhej strane, zhromaždenie veľkého množstva informácií umožňuje globálnym hráčom (napr. Google) predvídať na základe znalostí trhových trendov odkiaľ môžu prísť nové súťažné výzvy.<sup>34</sup>

Pre úplnosť je potrebné uviesť, že Komisia pristúpila aj k regulácii vzťahov, do ktorých vstupujú platformy. Od júla 2020 platí v Európskej únii nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/1150 z 20. júna 2019 o podpore spravodlivosti a transparentnosti pre komerčných používateľov online sprostredkovateľských služieb. Účel nariadenia je vymedzený ako príspevok k „*riadnemu fungovaniu vnútorného trhu stanovením pravidiel na zabezpečenie toho, aby komerčným používateľom online sprostredkovateľských služieb a používateľom firemných webových stránok vo vzťahu k internetovým vyhľadávateľom bola poskytnutá primeraná transparentnosť, spravodlivosť a možnosti účinnej nápravy*“.<sup>35</sup> Ide teda o reguláciu obchodných praktík medzi platformami a komerčnými používateľmi (P2B) a webovými prehliadačmi a firemnými webovými stránkami.

Komerčný používateľ je definovaný ako „*akákoľvek súkromná osoba konajúca v rámci svojej obchodnej alebo odbornej činnosti alebo akákoľvek právnická osoba, ktorá prostredníctvom online sprostredkovateľských služieb ponúka tovar alebo služby spotrebiteľom na účely súvisiace s jej obchodom, podnikaním, remeslom alebo profesiou*“<sup>35</sup>. Online sprostredkovateľská služba je charakterizovaná ako služba:

- informačnej spoločnosti<sup>36</sup>;

<sup>31</sup> Služby poskytované užívateľom platforiem sú bezplatné.

<sup>32</sup> GERADIN, D. *What should EU competition policy do to address the concerns raised by Digital Platforms market power?*, cit. dielo, s. 6. Podľa neho niektoré aspekty vykorisťovania možno riešiť reguláciou. V tejto súvislosti uvádza aj Nariadenie EÚ o podpore spravodlivosti a transparentnosti pre komerčných používateľov online sprostredkovateľských služieb. (Autor cituje návrh nariadenia, v súčasnosti sa toto nariadenie uplatňuje od 12. 07. 2020.) Cieľom tohto nariadenia je vytvoriť predvídateľné regulačné prostredie pre online platformy v EÚ.

<sup>33</sup> Tamže.

<sup>34</sup> Tamže.

<sup>35</sup> Článok 2 ods. 1 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/1150 z 20. júna 2019 o podpore spravodlivosti a transparentnosti pre komerčných používateľov online sprostredkovateľských služieb.

<sup>36</sup> Článok 1 ods. 1 písm. b) smernice Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/1535 z 9. septembra 2015, ktorou sa stanovuje postup pri poskytovaní informácií v oblasti technických predpisov a pravidiel vzťahujúcich sa na služby informačnej spoločnosti.

- ktorá umožňuje komerčným používateľom ponúkať tovar alebo služby spotrebiteľom s cieľom uľahčiť začatie priamych transakcií medzi uvedenými komerčnými používateľmi a spotrebiteľmi bez ohľadu na to, kde sa uvedené transakcie nakoniec uzavrujú;
- ktorá sa poskytuje komerčným používateľom na základe zmluvných vzťahov medzi poskytovateľom uvedených služieb a komerčnými používateľmi, ktorí spotrebiteľom ponúkajú tovar alebo služby.<sup>37</sup>

Zjednodušene povedané, nariadenie sa sústreďuje na online sprostredkovateľské služby pre komerčných používateľov na to, aby sa títo mohli spojiť so spotrebiteľmi.<sup>38</sup>

Internetový vyhľadávač je chápaný ako digitálna služba umožňujúca vyhľadávanie webových stránok prostredníctvom kľúčových slov alebo iných údajov.<sup>39</sup>

Nariadenie upravuje požiadavky na obchodné podmienky poskytovateľov online sprostredkovateľských služieb; podmienky obmedzenia, pozastavenia a ukončenia týchto služieb; povinnosť stanoviť hlavné parametre na určovanie poradia pre poskytovateľov online sprostredkovateľských služieb, ako aj pre poskytovateľov internetových vyhľadávačov; stanovenie opisu akéhokoľvek rozdielneho zaobchádzania; povinnosť pre poskytovateľov zaviesť vnútorný systém vybavovania sťažností; povinnosť pre poskytovateľov určiť mediátorov na mimosúdne riešenie sporov.<sup>40</sup>

Vymáhanie dodržiavania pravidiel stanovených v nariadení sa uskutočňuje: po prvé, prostredníctvom práva vymedzených subjektov začať súdne konanie s cieľom zastaviť alebo zakázať akéhokoľvek nedodržiavanie príslušných požiadaviek stanovených v nariadení<sup>41</sup>; po druhé, prostredníctvom členských štátov, ktoré majú zabezpečiť primerané a účinné presadzovanie nariadenia.<sup>42</sup>

## 4 ROZHODOVACIA PRAX

### 4.1 Prípád Facebook

Príklad ako je možné riešiť problémy súvisiace s digitálnymi platformami prostredníctvom súťažného práva, poskytuje prípad z nemeckého prostredia týkajúci sa platformy Facebook. Facebook je možné vymedziť ako sociálnu sieť, ktorá spája svojich používateľov. Tí sa prihlásia prostredníctvom údajov, ktoré podľa podmienok používania musia byť pravé. Avšak, v skutočnosti sa osoby často uchýľujú k uvádzaniu nepravdi-

<sup>37</sup> Článok 2 ods. 2 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/1150 z 20. júna 2019 o podpore spravodlivosti a transparentnosti pre komerčných používateľov online sprostredkovateľských služieb.

<sup>38</sup> EUROPEAN COMMISSION: Questions and Answers Establishing a Fair, Trusted and Innovation Driven Ecosystem in the Online Platform Economy, s. 10, [online], 2020, [cit. 05. 10. 2020]. Dostupné na internete: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/business-business-trading-practices>.

<sup>39</sup> Článok 2 ods. 5 nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/1150 z 20. júna 2019 o podpore spravodlivosti a transparentnosti pre komerčných používateľov online sprostredkovateľských služieb.

<sup>40</sup> Tamže, články 3 – 13.

<sup>41</sup> Tamže, článok 14.

<sup>42</sup> Tamže, článok 15.



vých údajov alebo majú viac ako jeden účet.<sup>43</sup> Na svojom profile môžu uviesť ďalšie informácie, ako napríklad školu, ktorú navštevovali, zamestnanie, kde pracujú. Je možné vytvárať a pridávať sa do rôznych skupín, ktoré môžu byť záujmového alebo pracovného charakteru. Na tzv. stenu je možné pridávať statusy, publikovať fotografie a videá. Tie sa môžu zverejniť buď iba používateľom, ktorí sú vo facebookovom priateľstve s daným používateľom, alebo aj všetkým používateľom Facebooku. Následne je možné na takéto príspevky reagovať pomocou ikon, slovne v komentároch, alebo príspevky zdieľať, čím sa dostanú k širšiemu okruhu ľudí.<sup>44</sup>

Viaceri autori nezostávajú pri vymedzení Facebooku iba ako sociálnej siete. Je možné pozorovať vývoj tejto platformy od roku 2006, keď bola charakterizovaná ako miesto stretávania skupiny priateľov, kde môžu zdieľať informácie; až po platformu, ktorá bola schopná zmeniť svet.<sup>45</sup> Socioekonomický a politický dosah tejto platformy je predmetom množstva vedeckých a odborných článkov.<sup>46</sup>

Konanie na nemeckom súťažnom orgáne Bundeskartellamt bolo iniciované ešte v roku 2016, pričom malo ísť o podozrenie zo zneužívania dominantného postavenia týkajúce sa používania údajov o používateľoch tejto sociálnej siete.<sup>47</sup> Úrad ozrejmil, že podozrieva Facebook z porušovania pravidiel týkajúcich sa ochrany osobných údajov, ktoré môže zároveň byť zneužitím jeho dominantného postavenia vo forme ukladania neférových podmienok používateľom Facebooku.

Vyšetovanie si vyžiadalo niekoľko rokov. Nemecký súťažný orgán vydal rozhodnutie v prípade Facebook vo februári 2019. Rozhodnutie je možné vnímať ako prelomové a zasluhuje osobitnú pozornosť vo vzťahu k viacerým momentom. Po prvé, vymedzenie relevantného trhu je pomerne reštriktívne tak z tovarového, ako aj územného hľadiska. Jeho definícia sa nakoniec ustálila na relevantnom trhu sociálnych sietí na území Nemecka. Súťažný orgán identifikoval rozdiely medzi rôznymi inými poskytovateľmi služieb, ako sú napríklad LinkedIn, Youtube, Snapchat.<sup>48</sup>

<sup>43</sup> Podľa podmienok používania Facebooku sa musia uviesť pravidlá pravé údaje a smie sa vytvoriť iba jeden účet. FACEBOOK: Terms of Service, [online], 2019, [cit. 30. 09. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.facebook.com/legal/terms>.

<sup>44</sup> Ostatné podmienky a pravidlá používania Facebooku sú prístupné na FACEBOOK: Terms of Service, cit. dielo.

<sup>45</sup> GARTENBERG, C. *What is Facebook?* Just ask Mark Zuckerberg, [online], 2019, [cit. 30. 09. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.theverge.com/2019/3/8/18255269/facebook-mark-zuckerberg-definition-social-media-network-sharing-privacy>.

<sup>46</sup> Napríklad MAZÚR, J. – PATAKYOVÁ, M. T. *Regulatory Approaches to Facebook and Other Social Media Platforms: Towards Platforms Design Accountability*. Masaryk University Journal of Law and Technology, roč. 13, č. 2, 2019. Dostupné na internete: <https://journals.muni.cz/mujlt/article/view/11822>.

<sup>47</sup> BUNDESKARTELLAMT. Bundeskartellamt initiates proceeding against Facebook on suspicion of having abused its market power by infringing data protection rules, [online], 2016, [cit. 28. 09. 2020]. Dostupné na internete: [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2016/02\\_03\\_2016\\_Facebook.html](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2016/02_03_2016_Facebook.html)

<sup>48</sup> BUNDESKARTELLAMT. Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources. Background information on the Bundeskartellamt's Facebook proceeding, [online], 2019, [cit. 28. 09. 2020]. Dostupné na internete: [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Pressemitteilungen/2019/07\\_02\\_2019\\_Facebook\\_FAQs.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=6](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook_FAQs.pdf?__blob=publicationFile&v=6), s. 3 – 4.

Pri takto vymedzenom relevantnom trhu nebolo problematické ustáliť dominantné postavenie Facebooku. Súťažnú orgán zistil, že Facebook má až 90 % podiel na trhu. Navyše, aj keby niektoré aplikácie, ako napríklad WhatsApp alebo Instagram, mohli byť čiastočne považované za súťažnú protiváhu Facebooku, aj tieto aplikácie patria do skupiny Facebook.<sup>49</sup> Je potrebné podotknúť, že trhová sila nebola posudzovaná iba z hľadiska podielu na trhu. Nemecký súťažný zákon vyžaduje aj posúdenie prístupu k relevantným údajom alebo sieťovým účinkom vyskytujúcim sa na trhu. Pozícia Facebooku na trhu bola posúdená ako veľmi silná. Ohľad bol braný aj na vysoké bariéry vstupu na tento trh, ako aj absencia tzv. multi-homing-u, t. j. situácie, keď by používateľ používal viacero sociálnych sietí naraz.<sup>50</sup>

Zneužitie takto vymedzeného dominantného postavenia bolo identifikované v spôsobe nakladania s údajmi používateľov Facebooku. Ako uvádza M. T. Patakyová: „Facebook nielen zbieral dáta svojich používateľov počas toho, ako boli na jeho stránke, ale k zbieraniu dát dochádzalo aj vo vzťahu ku stránkam tretích subjektov, ktoré používali tzv. Facebook Business Tools, čiže napríklad vo vzťahu k stránkam, na ktorých bol ‚Like button‘. Problematickou bola aj skutočnosť, že Facebook nemal na takéto spracovanie dát skutočne daný súhlas zo strán jeho používateľov.“<sup>51</sup>

Používatelia teda trpeli nie excesívnou cenou za produkt, pretože za prístup k nemu sa neplatí, ale stratou kontroly nad dátami. Nebolo pre nich predvídateľné, aké dáta sa z akého zdroja skombinujú napríklad na vytvorenie profilu používateľov.<sup>52</sup> Tieto profily slúžia okrem iného na cieľnú reklamu,<sup>53</sup> a teda na zvýšenie príjmov z reklamy pre Facebook.

Zneužitie dominantného postavenia v tomto prípade úzko súviselo s porušením ochrany osobných údajov používateľov. Je potrebné vnímať túto súvislosť v kontexte nemeckého súťažného práva, pretože samotný nemecký súťažný zákon nachádza prepojenie medzi prístupom k údajom a dominantnou pozíciou na trhu.<sup>54</sup>

Nemecký súťažný orgán neuložil Facebooku pokutu, avšak zaviazal ho na zmenu podmienok poskytovania svojich služieb. Facebook mal podľa rozhodnutia Bundeskartellamt predložiť plán implementácie. Nedodržanie uložených podmienok môže byť sankcionované pokutou.<sup>55</sup>

<sup>49</sup> Tamže, s. 4.

<sup>50</sup> Tamže, s. 4 – 5.

<sup>51</sup> PATAKYOVÁ, M. T. *Prišiel čas na rozšírenie aplikácie súťažného práva?* In Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov 11. 4. – 13. 4. 2019 Milníky práva v stredoeurópskom priestore 2019. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, Právnická fakulta, 2019, [online], 2019, [cit. 28. 09. 2020]. Dostupné na internete: [https://www.flaw.uniba.sk/fileadmin/praf/Veda/Konferencie\\_a\\_podujatia/milniky\\_zborniky\\_2011\\_2018/Milniky\\_Zbornik\\_2019.pdf](https://www.flaw.uniba.sk/fileadmin/praf/Veda/Konferencie_a_podujatia/milniky_zborniky_2011_2018/Milniky_Zbornik_2019.pdf), s. 602.

<sup>52</sup> BUNDESKARTELLAMT. Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources. Background information on the Bundeskartellamt's Facebook proceeding, cit. dielo, s. 5.

<sup>53</sup> MATSAKIS, L. Facebook's Targeted Ads Are More Complex Than It Lets On, [online], 2018, [cit. 01.10.2020]. Dostupné na internete: <https://www.wired.com/story/facebooks-targeted-ads-are-more-complex-than-it-lets-on/?mbid=BottomRelatedStories>.

<sup>54</sup> BUNDESKARTELLAMT. Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources. Background information on the Bundeskartellamt's Facebook proceeding, cit. dielo, s. 7.

<sup>55</sup> Tamže.



Facebook nebol stotožnený s názorom nemeckého súťažného orgánu. Vyšší regionálny súd Düsseldorf vydal predbežné opatrenie a nariadil suspenzívny účinok rozhodnutiu súťažného orgánu, pretože samotná žaloba nemá automatický suspenzívny účinok. Düsseldorfský súd nevidel žiadny výsledok zbierania a spracovania údajov Facebookom, ktorý by bol protisúťažný. Súd okrem iného uviedol, že používatelia Facebooku udelili súhlas na spracovanie osobných údajov, pretože zaklikli, že súhlasia s podmienkami používania služby. Bolo ich voľbou, že Facebook chceli používať, a bolo na ich zvážení, či ho používať chcú za cenu zbierania údajov o nich. Skutočnosť, že používatelia Facebooku nepredvídali rozsah spracovania údajov, nemala podľa súdu súvislosť s trhovou silou Facebooku, ale s neprečítaním podmienok. Súd tiež v prípade neidentifikoval žiadnu vylučovaciu praktiku.<sup>56</sup>

Nemecký súťažný orgán podal proti rozhodnutiu Düsseldorfského súdu odvolanie na nemecký Federálny súdny dvor. Rozhodnutie odvolacieho súdu z 23. júna 2020 zrušilo rozhodnutie Vyššieho regionálneho súdu Düsseldorf. Podľa odvolacieho súdu dominantný subjekt musí dať svojim používateľom na výber medzi rôznymi modelmi, inak dochádza k zneužívaniu dominantného postavenia. Ide o požiadavku, ktorá predtým neexistovala a je predzvesťou markantného významu rozhodnutia Federálneho súdneho dvora. Na druhej strane, Federálny súdny dvor nespája zneužitie dominantného postavenia s porušením právnej povinnosti vyplývajúcej z iného ako súťažného práva, napr. z práva ochrany osobných údajov. Rozhodnutie je významné aj vo vzťahu k potvrdeniu ekonomického významu dát.<sup>57</sup>

Prípád Facebook dokumentuje možnosť a realnosť riešenia problémov digitálnych platforiem prostredníctvom súťažného práva. Aj keby bolo súťažné právo legislatívne pripravené na identifikáciu trhovej sily z dôvodu prístupu k údajom, stále nastáva problém pri aplikácii konceptu zneužitia dominantného postavenia na digitálne platformy. Nedostatky súťažného práva ako regulačného mechanizmu sú viaceré. Zneužitie dominantného postavenia musí byť rozpoznateľné v konkrétnej praktike. V prípade Facebooku nemecký súťažný orgán identifikoval ako zneužívajúcu praktiku získavania spracovania osobných údajov bez účinne daného súhlasu, v rozpore s reguláciou ochrany osobných údajov. Je možné domnievať sa, že veľa iných praktík s potenciálne nebezpečným dosahom na spoločnosť nebude môcť byť takto identifikované. Navyše, aj keby sa tak stalo, ex post vymáhanie súťažného práva nemusí zasiahnuť včas. Je potrebné uviesť si, že aj taký fundovaný súťažný orgán, ako ten nemecký, analyzoval situáciu od roku 2016 do roku 2019, pričom rozhodnutie stále nie je vyriešené s konečnou platnosťou na nemeckých súdoch. Rovnako je otázne, či súťažné právo disponuje vhodnými nástrojmi nápravy.

*Summa summarum*, prípad Facebook akoby dokazoval, že za istých podmienok, ktoré sú do veľkej miery špecifické pre Nemecko,<sup>58</sup> je možné problémy prinášané digitálny-

<sup>56</sup> CMS. Victory for Facebook as Düsseldorf court suspends the Bundeskartellamt's decision, [online], 2019, [cit. 01. 10. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.cms-lawnow.com/ealerts/2019/08/victory-for-facebook-as-duesseldorf-court-suspends-the-bundeskartellamts-decision>.

<sup>57</sup> SEELIGER, D. The Facebook decision: is everything clear now? [online], 2020, [cit. 01. 10. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.d-kart.de/en/blog/2020/06/27/die-facebook-entscheidung-ist-jetzt-alles-klar/>

<sup>58</sup> MAZÚR, J. – PATAKYOVÁ, M. T. *Regulatory Approaches to Facebook and Other Social Media Platforms: Towards Platforms Design Accountability*, cit. dielo, s. 232.

mi platformami riešiť prostredníctvom súťažného práva. Toto riešenie sa však nezdá byť efektívne a zrejme presahuje aj prirodzený záber súťažného práva.

Rozhodnutie vo veci Facebook je však významné v tom, že aj na európskej úrovni vyvolalo diskusiu o „*budúcnosti ochrany hospodárskej súťaže vo vzťahu nielen k samotným internetovým gigantom, ale aj k iným právnym odvetviam ako je ochrana osobných údajov či ochrana spotrebiteľa*“.<sup>59</sup>

## 4.2 Prípád Google Shopping

Pri pojednaní o vhodnosti súťažného práva ako regulačného mechanizmu je možné v krátkosti uviesť aj prípad Google Shopping. Rozhodnutie Komisie z júna 2017<sup>60</sup> identifikovalo zneužitie dominantného postavenia spoločnosti Google vo vzťahu k službe porovnávania cien. Konkrétne, spoločnosť Google podľa rozhodnutia Komisie umiestňovala a zobrazovala vlastnú službu porovnávania cien na výhodnejšom mieste.<sup>61</sup>

Spoločnosť Google je nadnárodná technologická spoločnosť založená v Spojených štátoch amerických. Pokrýva viacero sektorov naprieč európskym hospodárskym priestorom.<sup>62</sup> Najvýznamnejším produktom Google je jeho internetový vyhľadávač, ktorý umožňuje vyhľadávanie napríklad prostredníctvom kľúčových slov na počítačoch, tabletoch aj smartfónoch. Po zadaní kľúčového slova sa spúšťa vyhľadávanie na základe všeobecných aj špeciálnych vyhľadávacích algoritmov.<sup>63</sup>

Okrem toho Google ponúka aj službu porovnávania produktov. Na základe vyhľadávania zobrazuje ponuky obchodníkov (z ich webových stránok) a umožňuje ich porovnať.<sup>64</sup>

Relevantnými produktovými trhmi boli teda trh so všeobecnými vyhľadávacími službami a trh so službami porovnávania cien.<sup>65</sup> Dominantné postavenie na prvom spomenutom relevantnom trhu je všeobecne známe a k jeho existencii prispeli bariéry vstupu na trh a vysoký podiel na trhu.<sup>66</sup> V roku 2016 je podiel vyhľadávania cez Google na statických zariadeniach viac ako 90 % v takmer všetkých krajinách EHP.<sup>67</sup> „*V rozhodnutí sa dospelo k záveru, že spoločnosť Google zneužíva dominantné postavenie na relevantných trhoch so všeobecnými vyhľadávacími službami v EHP tým, že na svojich stránkach s výsledkami všeobecného vyhľadávania výhodnejšie umiestňuje a zobrazuje svoju vlastnú službu porovnávania cien v porovnaní s konkurenčnými službami porovnávania*

<sup>59</sup> MUSIL, A. *Německý a evropský přístup k mnohostranným síťovým trhům*. In Antitrust, č. 2, 2019, s. 52.

<sup>60</sup> Rozhodnutie Komisie z 27. júna 2017 týkajúce sa konania podľa článku 102 Zmluvy o fungovaní Európskej únie a článku 54 Dohody o EHP [Vec AT.39740 – Google Search (Shopping)] [oznámené pod číslom C(2017) 4444].

<sup>61</sup> Tamže, bod 2.

<sup>62</sup> Tamže, bod 4.

<sup>63</sup> Tamže, body 8 – 12.

<sup>64</sup> Tamže, bod 26.

<sup>65</sup> Tamže, bod 154.

<sup>66</sup> Tamže, body 264 – 271.

<sup>67</sup> Tamže, bod 279.

cien.<sup>68</sup> Je pozoruhodné, že zneužívanie bolo podriadené pod generálnu klauzulu článku 102 ZFEÚ<sup>69</sup>, nie pod článok 102 ods. 2 písm. c)<sup>70</sup>.

Pokuta, ktorú Európska komisia za toto zneužitie dominantného postavenia udelila, bola 2 424 495 000 eur.<sup>71</sup>

Rozhodnutie je v štádiu prieskumu Všeobecným súdom ako T-612/17 *Google a Alphabet proti Komisii*. Postavenie Luxemburského súdu v tomto prípade bude kľúčové, pretože rozhodnutie Komisie bolo kritizované z viacerých strán.

Ako uvádza V. Šmejkal: „*Služby Google nie sú oddelené od prehľadávača do samostatných (dcérskych alebo inak prepojených) podnikov, nemohlo sa teda jednať o politiku matky nadrážajúcej vlastným dcéram na úkor ich konkurentov. Hodnota i udržateľnosť platformy z pohľadu samotného Google spočíva v to, že na rozvoj služieb poskytovaných užívateľom zdarma si musí platforma zarobiť, čo by pri nepresadzovaní vlastných komerčných služieb bolo sťažka predstaviteľné. Ide o mix vlastný väčšine obchodných modelov internetového podnikania, ktorý spočíva na nalákaní veľkého množstva užívateľov zdarma poskytovanej základnej služby, ktorá je financovaná z výnosov z reklamy a z poskytovania nadväzujúcich služieb (najčastejšie práve sprostredkovanie predaja).*“<sup>72</sup>

Je potrebné uviesť, že táto kritika je akceptovateľná iba čiastočne. Po prvé, nie je možné úplne prehliadať skutočnosť, že používatelia „platia“ za službu vyhľadávacia prostredníctvom svojich dát.<sup>73</sup> Po druhé, je prepájanie produktov vyhľadávania a porovnávanie cien skutočne nevyhnutné pre komerčné prežitie spoločnosti?

V zásade je možné súhlasiť s V. Šmejkalom v tom, daný prípad sa nachádza skôr na kraji ako v centre možností súťažného práva.<sup>74</sup> V. Šmejkal poukazuje na opomenutie hľadiska blahobytu spotrebiteľa, problematické vymedzenie relevantných trhov a jednostran-

<sup>68</sup> EURÓPSKA KOMISIA. Zhrnutie rozhodnutia Komisie z 27. júna 2017 týkajúce sa konania podľa článku 102 Zmluvy o fungovaní Európskej únie a článku 54 Dohody o EHP [Vec AT.39740 – Google Search (Shopping)] [oznámené pod číslom C(2017) 4444], [online], 2017, [cit. 05. 10. 2020]. Dostupné na internete: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?qid=1516198535804&uri=CELEX:52018XC0112\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?qid=1516198535804&uri=CELEX:52018XC0112(01)).

<sup>69</sup> Znenie článku 102 ods. 1 ZFEÚ: Akékoľvek zneužívanie dominantného postavenia na vnútornom trhu či jeho podstatnej časti jedným alebo viacerými podnikateľmi sa zakazuje ako nezlučiteľné s vnútorným trhom, ak sa tým môže ovplyvniť obchod medzi členskými štátmi.

<sup>70</sup> Znenie článku 102 ods. 2 písm. c) ZFEÚ: Takéto zneužívanie môže zahŕňať najmä uplatňovanie nerovnakých podmienok voči obchodným partnerom pri rovnakých plneniach, čím ich v hospodárskej súťaži znevýhodňujú.

<sup>71</sup> Článok 2 rozhodnutia Komisie z 27. júna 2017 týkajúce sa konania podľa článku 102 Zmluvy o fungovaní Európskej únie a článku 54 Dohody o EHP [Vec AT.39740 – Google Search (Shopping)] [oznámené pod číslom C(2017) 4444].

<sup>72</sup> ŠMEJKAL, V. *Rok od rozhodnutí Google Search (Shopping) – ochrana súťaže na tržích online platform v obtížném hledání odpovědí na zásadní otázku*. In Antitrust, č. 3, 2018, s. 75.

<sup>73</sup> K tomu pozri napr. STUCKE, M. E. – GRUNES, A. P. *Big Data and Competition Policy*. 1st edition. Oxford : Oxford University Press, 2016, p. 57.

<sup>74</sup> Slovanmi V. Šmejkal jednotlivé prvky rozhodnutia poukazujú „v úhrne až nápadné dôjdenie na limity možností súťažného práva k tomu, aby sa našlo dostatok argumentov pre sankciu“. ŠMEJKAL, V. *Rok od rozhodnutí Google Search (Shopping) – ochrana súťaže na tržích online platform v obtížném hledání odpovědí na zásadní otázku*, cit. dielo, s. 77.

ný pohľad na (ne)štandardnosť konania podniku.<sup>75</sup> Na druhej strane, pod prizmou snahy o zachovanie otvorenej a nemonopolnej štruktúry trhu sa rozhodnutie Komisie javí ako správne a účelné.<sup>76</sup>

Určité napätie medzi potrebou udržať inovačnú dynamiku digitálnych trhov s priamym dosahom na spotrebiteľský blahobyť a potrebou kontrolovať koncentrovanú trhovú moc a slobodu súťaže je však z rozhodnutia zrejmé. Podľa Šmejkalu rozhodnutie Komisie môže vyznieť aj tak, že ide „*proti racionalite podnikania na internete, ktoré nie je udržateľné bez stálej inovácie vedenej úsilím utiecť konkurencii...*“<sup>77</sup>

## 5 ZÁVER

Vykonaná analýza preukazuje, že úlohou súťažného práva je rovnako chrániť súťaž o trhy, ako aj súťaž na samotných dominantných platformách. Vzhľadom na dominantnú úlohu dát v digitálnej ekonomii je potrebné čeliť potláčaniu prístupu k dátam, prípadne sťaženiu tohto prístupu.<sup>78</sup> Rizikom pre súťaž však môže byť aj „predátorská inovácia“<sup>79</sup>, pod ktorou sa rozumie „zmena jedného alebo viacerých technických prvkov s cieľom obmedziť alebo vylúčiť súťaž“.<sup>80</sup> Prostriedky súťažného práva by sa však nemali využívať na neprirodzenú expanziu do iných, i keď súvisiacich oblastí, akou je napr. ochrana osobných údajov. Treba súhlasiť s D. Geradinom, že „*klúčovou výzvou pre orgány vynucujúce súťažné právo je rozlíšiť protisúťažné praktiky, ktoré poškodia spotrebiteľský blahobyť, od praktík, ktoré sice môžu byť komerčne agresívne, ale stimulujú súťaž a inováciu*“.<sup>81</sup> V prípade, ak súťažné právo dosahuje svoje limity a jeho aplikácia je buď ťažko predstaviteľná, alebo neefektívna, zdá sa ako vhodné prijatie špecializovanej regulácie vo vzťahu k digitálnym platformám.

### Literatúra

BUNDESKARTELLAMT. Bundeskartellamt initiates proceeding against Facebook on suspicion of having abused its market power by infringing data protection rules, [online], 2016, [cit. 28. 09.2020]. Dostupné na internete: [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2016/02\\_03\\_2016\\_Facebook.html](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/EN/Pressemitteilungen/2016/02_03_2016_Facebook.html)

BUNDESKARTELLAMT. Bundeskartellamt prohibits Facebook from combining user data from different sources. Background information on the Bundeskartellamt's Facebook proceeding, [online], 2019, [cit. 28. 09. 2020]. Dostupné na internete: [https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Pressemitteilungen/2019/07\\_02\\_2019\\_Facebook\\_FAQs.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=6](https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook_FAQs.pdf?__blob=publicationFile&v=6)

<sup>75</sup> ŠMEJKAL, V. Rok od rozhodnutí Google Search (Shopping) – ochrana súťaže na tržích online platformem v obtížném hledání odpovědi na zásadní otázku, cit. dielo, s. 77.

<sup>76</sup> Tamže.

<sup>77</sup> Tamže, s. 76. V tejto súvislosti nie je nezaujímavé ani to, že na rozdiel od Európskej komisie Federálna komisia pre obchod v USA považovala „*spôsob, akým Google Search radí výsledky vyhľadávania, za užívateľmi vítanú inováciu jeho produktov*“ (ŠMEJKAL, V. Rok od rozhodnutí Google Search (Shopping) – ochrana súťaže na tržích online platformem v obtížném hledání odpovědi na zásadní otázku, cit. dielo, s. 71 a literatúra tam citovaná.)

<sup>78</sup> GERADIN, D. *What should EU competition policy do to address the concerns raised by Digital Platforms market power?*, cit. dielo, s. 7.

<sup>79</sup> Tamže.

<sup>80</sup> Tamže.

<sup>81</sup> Tamže, s. 2.

- CMS: Victory for Facebook as Düsseldorf court suspends the Bundeskartellamt's decision, [online], 2019, [cit. 01. 10. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.cms-lawnow.com/ealerts/2019/08/victory-for-facebook-as-duesseldorf-court-suspends-the-bundeskartellamts-decision>
- CRÉMER, J., DE MONTJOYE, Y.-A., SCHWEITZER, H. Competition Policy for the Digital Era, Executive Summary, Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2019, [online], [cit. 28. 09. 2020]. Dostupné na internete: <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>
- EUROPEAN COMMISSION. Questions and Answers Establishing a Fair, Trusted and Innovation Driven Ecosystem in the Online Platform Economy, s. 10, [online], 2020, [cit. 05. 10. 2020]. Dostupné na internete: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/business-business-trading-practices>
- FACEBOOK. Terms of Service, [online], 2019, [cit. 30. 09. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.facebook.com/legal/terms>
- GARTENBERG, C. What is Facebook? Just ask Mark Zuckerberg, [online], 2019, [cit. 30. 09. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.theverge.com/2019/3/8/18255269/facebook-mark-zuckerberg-definition-social-media-network-sharing-privacy>
- GERADIN, D. What should EU competition policy do to address the concerns raised by Digital Platforms market power?, [online], 2018, [cit. 28. 09. 2020]. Dostupné na internete: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3257967](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3257967)
- JONES, A., SUFRIN, B. EU Competition Law. 6th edition. Oxford : Oxford University Press, 2016
- KASENČÁKOVÁ, L. Internet ako priestor porušovania pravidiel hospodárskej súťaže. In Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie 21. – 22. októbra 2016, Internet ako priestor možného porušovania práv, Bratislavské právnické fórum 2016. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, Právnická fakulta, 2016, s. 58 – 68
- MATSAKIS, L. Facebook's Targeted Ads Are More Complex Than It Lets On, [online], 2018, [cit. 01. 10. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.wired.com/story/facebooks-targeted-ads-are-more-complex-than-it-lets-on/?mbid=BottomRelatedStories>
- MAZÚR, J., PATAKYOVÁ, M. T. Regulatory Approaches to Facebook and Other Social Media Platforms: Towards Platforms Design Accountability. Masaryk University Journal of Law and Technology, roč. 13, č. 2, 2019. Dostupné na internete: <https://journals.muni.cz/mujlt/article/view/11822>
- MUSIL, A. Německý a evropský přístup k mnohostranným síťovým trhům. In Antitrust, č. 2, 2019, s. 52
- Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2019/1150 z 20. júna 2019 o podpore spravodlivosti a transparentnosti pre komerčných používateľov online sprostredkovateľských služieb
- PATAKYOVÁ, M. T. Prišiel čas na rozšírenie aplikácie súťažného práva? In Zborník príspevkov z medzinárodnej vedeckej konferencie doktorandov a mladých vedeckých pracovníkov 11. 4. – 13. 4. 2019. Míľniky práva v stredoeurópskom priestore 2019. Bratislava : Univerzita Komenského v Bratislave, Právnická fakulta, 2019, [online], 2019, [cit. 28. 09. 2020]. Dostupné na internete: [https://www.flaw.uniba.sk/fileadmin/praf/Veda/Konferencie\\_a\\_podujatia/milniky\\_zborniky\\_2011\\_2018/Milniky\\_Zbornik\\_2019.pdf](https://www.flaw.uniba.sk/fileadmin/praf/Veda/Konferencie_a_podujatia/milniky_zborniky_2011_2018/Milniky_Zbornik_2019.pdf)
- Rozhodnutie Komisie z 27. júna 2017 týkajúce sa konania podľa článku 102 Zmluvy o fungovaní Európskej únie a článku 54 Dohody o EHP [Vec AT.39740 – Google Search (Shopping)] [oznámené pod číslom C(2017) 4444]
- SEELIGER, D. The Facebook decision: is everything clear now? [online], 2020, [cit. 01. 10. 2020]. Dostupné na internete: <https://www.d-kart.de/en/blog/2020/06/27/die-facebook-entscheidung-ist-jetzt-alles-klar/>
- Smernica Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2015/1535 z 9. septembra 2015, ktorou sa stanovuje postup pri poskytovaní informácií v oblasti technických predpisov a pravidiel vzťahujúcich sa na služby informačnej spoločnosti
- STROWEL, A., VERGOTE, W. Digital Platforms: To Regulate or Not To Regulate?, [online], [cit. 28. 09. 2020]. Dostupné na internete: [https://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/image/document/2016-7/uclouvain\\_et\\_universit\\_saint\\_louis\\_14044.pdf](https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-7/uclouvain_et_universit_saint_louis_14044.pdf)
- STUCKE, M. E., GRUNES, A. P. Big Data and Competition Policy. 1st edition. Oxford : Oxford University Press, 2016
- ŠMEJKAL, V. Rok od rozhodnutí Google Search (Shopping) – ochrana súťaže na tržích online platformem v obtížném hledání odpovědí na zásadní otázku. In Antitrust, č. 3, 2018