

**PRAWNOKARNA OCHRONA
PRZED NIEUCZCIWĄ
KONKURENCJĄ W USTAWIE
O ZWALCZANIU NIEUCZCIWEJ
KONKURENCJI**

Anna Zientara

PRAWNOKARNA OCHRONA PRZED NIEUCZCIWĄ KONKURENCJĄ W USTAWIE O ZWALCZANIU NIEUCZCIWEJ KONKURENCJI

Anna Zientara

Zamów książkę w księgarni internetowej

profinfo.pl
księgarnia internetowa

SERIA **MONOGRAFIE**

Publikacja dofinansowana przez Uniwersytet Warszawski

Stan prawny na 20 sierpnia 2023 r.

Recenzent

Prof. dr hab. Ryszard A. Stefański

Wydawczyni

Monika Pawłowska

Redaktorka prowadząca

Dorota Lebedzińska

Opracowanie redakcyjne

Agnieszka Witczak

Projekt okładek serii

Wojtek Janikowski, Przemek Dębowski

prawolubni

Ta książka jest wspólnym dziełem twórcy i wydawcy. Prosimy, byś przestrzegał przysługujących im praw. Książkę możesz udostępnić osobom bliskim lub osobiście znanym, ale nie publikuj jej w internecie. Jeśli cytujesz fragmenty, nie zmieniaj ich treści i koniecznie zaznacz, czyje to dzieło. A jeśli musisz skopiować część, rób to jedynie na użytek osobisty.

Szanujmy prawo i własność

Więcej na www.legalnakultura.pl

Polska Izba Książki

© Copyright by Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., 2023

ISBN 978-83-8328-958-8

ISSN 1897-4392

Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o.

Dział Praw Autorskich

01-208 Warszawa, ul. Przyokopowa 33

tel. +48 728 313 462

e-mail: PL-ksiazki@wolterskluwer.com

księgarnia internetowa www.profinfo.pl

SPIS TREŚCI

Wykaz skrótów	11
Wstęp	15
Rozdział 1	
Pojęcie nieuczciwej konkurencji i miejsce prawa służącego zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w systemie prawa	23
1. Pojęcie nieuczciwej konkurencji w relacji do pojęcia konkurencji i pojęcia uczciwej konkurencji	23
1.1. Pojęcie konkurencji	23
1.2. Pojęcie uczciwej konkurencji i pojęcie nieuczciwej konkurencji	26
2. Prawo służące zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jako jeden z działów prawa konkurencji	30
3. Podsumowanie	34
Rozdział 2	
Kształtowanie się prawnokarnej ochrony przed nieuczciwą konkurencją	37
1. Przepisy dotyczące nieuczciwej konkurencji obowiązujące na ziemiach polskich od 1918 r. do 1926 r.	37
2. Ustawa z 2.08.1926 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji	42
3. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 1993 r. i zmiany jej przepisów karnych do wejścia w życie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	56

4. Rozdzielenie sfer ochrony ustawą o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym z 2007 r.	64
4.1. Dyrektywa 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych stosowanych przez przedsiębiorców	65
4.1.1. Podstawowe założenia dyrektywy z 2005 r.	65
4.1.2. Pojęcie i rodzaje nieuczciwych praktyk handlowych	68
4.1.3. Czarna lista praktyk i jej znaczenie	69
4.1.4. Sposób implementacji dyrektywy 2005/29/WE w polskim prawie	70
4.2. Zmiany dokonane w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 1993 r. wynikające z ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	76
4.3. Nieuczciwa praktyka rynkowa a czyn nieuczciwej konkurencji	81
4.4. Zasadność uregulowania ochrony konsumentów i przedsiębiorców w dwóch ustawach.....	90
5. Wpływ prawa unijnego na polskie prawo karne służące zwalczaniu nieuczciwej konkurencji	92
5.1. Regulacje dotyczące reklamy.....	93
5.2. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/943	101
6. Podsumowanie.....	110

Rozdział 3

Cywilnoprawna i administracyjnoprawna ochrona przed nieuczciwą konkurencją	115
1. Odpowiedzialność cywilnoprawna na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.....	115
1.1. Pojęcie czynu nieuczciwej konkurencji.....	115
1.1.1. Definicja czynu nieuczciwej konkurencji z art. 3 u.z.n.k.	115
1.1.2. Nazwane i nienazwane czyny nieuczciwej konkurencji.....	123
1.1.3. Funkcje art. 3 ust. 1 u.z.n.k	127
1.2. Roszczenia	129

1.3. Legitymacja czynna i legitymacja bierna.....	136
2. Administracyjnoprawna ochrona przed nieuczciwą konkurencją	140
2.1. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów z 2007 r.	141
2.2. Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów	143
2.3. Praktyki ograniczające konkurencję	146
2.4. Podmioty podlegające odpowiedzialności w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów i praktyk ograniczających konkurencję.....	156
2.5. Sankcje za praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów	163
2.5.1. Sankcje administracyjne	164
2.5.2. Sankcje penalne – kary pieniężne	168
2.6. Sankcje w sprawach praktyk ograniczających konkurencję.....	175
2.6.1. Sankcje administracyjne	175
2.6.2. Sankcje penalne – kary pieniężne	176
3. Podsumowanie	182

Rozdział 4

Przestępstwa z ustawy o zwalczaniu nieuczciwej

konkurencji	185
1. Ujawnienie lub wykorzystanie tajemnicy przedsiębiorstwa (art. 23 u.z.n.k.)	185
1.1. Wprowadzenie	185
1.2. Naruszenie tajemnicy przez osobę zobowiązaną do zachowania poufności (art. 23 ust. 1 u.z.n.k.)	187
1.3. Naruszenie tajemnicy po bezprawnym jej uzyskaniu (art. 23 ust. 2 u.z.n.k.)	215
1.4. Naruszenie tajemnicy w związku z postępowaniem sądowym (art. 23 ust. 3 u.z.n.k.)	223
2. Naśladownictwo zewnętrznej postaci produktu (art. 24 u.z.n.k.)	228

3. Organizowanie systemu sprzedaży lawinowej lub kierowanie takim systemem	250
4. Kary, środki karne, kompensacyjne i przepadek	265
5. Tryb ścigania	271
6. Podsumowanie	273

Rozdział 5

Wykroczenia z ustawy o zwalczaniu nieuczciwej

konkurencji	277
1. Mylne oznaczanie produktów	277
2. Nieuczciwa reklama	287
3. Sprzedaż premiowana	301
4. Rozpowszechnianie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd wiadomości o przedsiębiorstwie	319
5. Kary i środki karne	327
6. Tryb ścigania	328
7. Podsumowanie	330

Rozdział 6

Wpływ bezprawia cywilnoprawnego na zakres odpowiedzialności karnej i wykroczeniowej na gruncie

ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji	333
1. Rodzaje odmienności w opisie deliktu cywilnoprawnego i zachowania zabronionego jako przestępstwo lub wykroczenie	333
2. Problematyka zawarcia w przepisie karnym zakazu zachowania, które nie zostało wskazane w opisie deliktu cywilnoprawnego	338
3. Problematyka braku w przepisie karnym wyłączenia, jakie ustawodawca zastosował w przepisie cywilnoprawnym	342
4. Podsumowanie	351

Rozdział 7

Rozproszenie penalizacji	355
1. Ustawa z 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną	355

2. Kodeks karny	360
2.1. Zmowa przetargowa	360
2.2. Korupcja	370
2.3. Korupcja w sektorze prywatnym	372
3. Ustawa z 5.07.2002 r. o ochronie niektórych usług świadczonych drogą elektroniczną opartych lub polegających na dostępie warunkowym	374
4. Ustawa z 9.04.2010 r. o udostępnianiu informacji gospodarczych i wymianie danych gospodarczych	376
5. Odpowiedzialność podmiotów zbiorowych za czyny z ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji	377
6. Podsumowanie	380

Rozdział 8

Zbieg odpowiedzialności karnej i odpowiedzialności administracyjnej za czyny nieuczciwej konkurencji	383
1. Zakaz podwójnego ukarania za ten sam czyn w wybranych aktach prawnych	384
2. Zasada <i>ne bis in idem</i> w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Praw Człowieka	387
3. Zasada <i>ne bis in idem</i> w orzecznictwie Trybunału Sprawiedliwości	405
4. Zasada <i>ne bis in idem</i> w orzecznictwie polskiego Trybunału Konstytucyjnego	415
5. Charakter kar pieniężnych nakładanych przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów	424
6. Zbieg odpowiedzialności karnej i odpowiedzialności administracyjnej za czyny nieuczciwej konkurencji	430
6.1. Odpowiedzialność osób fizycznych	430
6.1.1. Przedsiębiorcy	430
6.1.2. Osoby zarządzające	439
6.2. Odpowiedzialność podmiotów zbiorowych	440
6.3. Możliwość stosowania zasad ujętych w dziale IVa Kodeksu postępowania administracyjnego	442
6.4. Możliwość uwzględnienia kary pieniężnej przez sąd karny	457
7. Podsumowanie	459

Rozdział 9

Zwalczanie nieuczciwej konkurencji w wybranych państwach	463
1. Zwalczanie nieuczciwej konkurencji w prawie niemieckim	463
2. Zwalczanie nieuczciwej konkurencji w prawie francuskim	480
3. Zwalczanie nieuczciwej konkurencji w prawie czeskim.....	487
4. Podsumowanie	500
Wnioski	501
Bibliografia	517
Orzecznictwo	539

WSTĘP

Celem niniejszej monografii jest ustalenie zakresu odpowiedzialności karnej przewidzianej w ustawie z 16.04.1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji¹ (z włączeniem odpowiedzialności zarówno za przestępstwa, jak i za wykroczenia określone w tej ustawie). W związku z takim wyznaczeniem głównego zadania badawczego opracowanie obejmuje szczegółową analizę przepisów karnych zawartych w tym akcie prawnym, z uwzględnieniem nie tylko ustawowych znamion czynów zabronionych opisanych w poszczególnych przepisach tej ustawy, lecz także ich powiązań z przepisami należącymi do innych gałęzi prawa. Ponadto w związku z wnioskowym trybem ścigania konieczne jest poczynienie ustaleń co do kręgu podmiotów, którym przysługuje przymiot pokrzywdzonego.

Realizacja celu niniejszej pracy wymaga przeprowadzenia wielopłaszczyznowych analiz problematyki odpowiedzialności karnej za czyny nieuczciwej konkurencji, z uwzględnieniem regulacji cywilnoprawnych, administracyjnoprawnych oraz unijnych i ich możliwego wpływu na zakres zastosowania przepisów penalnych.

Nie budzi wątpliwości to, że nieuczciwa konkurencja zwalczana jest na podstawie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji przede wszystkim przy użyciu środków cywilnoprawnych. Tylko niewielka część czynów nieuczciwej konkurencji jest penalizowana jako jednocześnie delikt cywilnoprawny i przestępstwo albo wykroczenie. Przepisy penalne stanowią zatem dodatkowe, obok sankcji cywilnej, instrument

¹ Dz.U. z 2022 r. poz. 1233.

ochrony przed nieuczciwymi zachowaniami podejmowanymi w obrocie gospodarczym. Poznanie zasad odpowiedzialności cywilnej przewidzianej w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji pozwoli więc na dokonanie oceny, czy, a jeśli tak, to w jakim stopniu, zakres bezprawności cywilnej wpływa na określenie podstaw odpowiedzialności karnej.

Porównanie przepisów cywilnych i odpowiadających im przepisów statuujących przestępstwa i wykroczenia prowadzi do wniosku, że znacznie się one różnią. W niektórych przepisach cywilnych zawarte są wyłączenia odpowiedzialności – ustawodawca wskazał, że określone zachowania nie stanowią czynu nieuczciwej konkurencji. Tymczasem analogicznego wyłączenia nie zawierają przepisy karne odwołujące się do tych deliktów cywilnoprawnych. Istotne jest zatem rozważenie, czy owo wyłączenie odpowiedzialności za delikt cywilnoprawny może mieć zastosowanie przy określaniu zakresu odpowiedzialności karnej, a jeśli tak, to – przy użyciu jakich instytucji prawa karnego.

Odwołanie do czynów nieuczciwej konkurencji występuje między innymi w ustawie z 16.02.2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów². Artykuł 24 ust. 2 pkt 3 u.o.k.k. stanowi, że praktykami naruszającymi zbiorowe interesy konsumentów są na przykład czyny nieuczciwej konkurencji. Praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów stanowi delikt administracyjny, za który, po spełnieniu dodatkowych przesłanek, Prezes UOKiK na podstawie art. 106 ust. 1 pkt 4 u.o.k.k. może nałożyć na przedsiębiorcę karę administracyjną pieniężną w wysokości do 10% obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary. Oznacza to, że czyny nieuczciwej konkurencji, również te penalizowane jako przestępstwo lub wykroczenie, które są jednocześnie praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, mogą prowadzić do odpowiedzialności administracyjnej i wymierzenia kary pieniężnej. W związku z powyższym konieczne stało się przeanalizowanie problematyki zbiegu podstaw odpowiedzialności karnej i odpowiedzialności administracyjnej w kontekście możliwości podwójnego ukarania za ten sam czyn nieuczciwej konkurencji. Należy rozstrzygnąć, czy dopuszczalna jest odpowiedzialność zarówno karna, jak i administracyjna za

² Dz.U. z 2023 r. poz. 1689.

Rozdział 1

POJĘCIE NIEUCZCIWEJ KONKURENCJI I MIEJSCE PRAWA SŁUŻĄCEGO ZWALCZANIU NIEUCZCIWEJ KONKURENCJI W SYSTEMIE PRAWA

1. Pojęcie nieuczciwej konkurencji w relacji do pojęcia konkurencji i pojęcia uczciwej konkurencji

Aby właściwie zinterpretować przedmiot ochrony przepisów karnych zawartych w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji należy odnieść się do znaczenia pojęcia nieuczciwej konkurencji. Wymaga to określenia, czym jest konkurencja, a następnie – co oznacza określenie „uczciwa konkurencja”, oraz ustalenie, kiedy jest ona nieuczciwa.

1.1. Pojęcie konkurencji

Pojęcie konkurencji nie zostało zdefiniowane ani w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów, ani w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, ani w żadnym innym akcie prawnym.

Według słownika słowo „konkurencja” ma trzy znaczenia. Według pierwszego z nich jest to „rywalizacja, współzawodnictwo między oso-

bami lub grupami dążącymi do tego samego celu”¹. Drugie podane znaczenie oznaczone zostało jako odnoszące się do ekonomii. Według niego jest to „rywalizacja producentów, handlowców o pozyskanie klientów, rynków zbytu itp.; także: placówka handlowa, przemysłowa rywalizująca z innymi o klientów”². Trzecie znaczenie to „dyscyplina sportu”³. W związku z tematem pracy dotyczącym konkurencji w działalności gospodarczej najtrafniejsze jest drugie ze znaczeń zawartych w słowniku.

Analogiczne pojęcie konkurencji przyjął Sąd Najwyższy w wyroku z 20.05.1991 r.⁴, stwierdzając, że „konkurencja gospodarcza rozumiana jako zespół środków i czynników mających ukazać atrakcyjność i siłę przedsiębiorstwa jest nieodłącznym elementem wolności handlowej i przemysłowej w warunkach gospodarki rynkowej. Jednakże nie wszystkie środki użyte w celu poparcia własnych dążeń w walce o rozszerzenie kręgu odbiorców dla sprzedawanych (produkowanych) towarów okazują się – w świetle obowiązujących przepisów – dozwolonymi. W szczególności zakazane są wszelkie działania mogące w jakikolwiek sposób powodować pomyłkę co do przedsiębiorstwa, wyrobu lub działalności przemysłowej czy handlowej konkurenta”.

Jak słusznie zauważył Sąd Najwyższy, konkurencja związana jest z gospodarką wolnorynkową, której charakterystyczną cechą jest rywalizacja przedsiębiorców dążących do osiągnięcia tego samego celu, jakim jest osiąganie zysku i zwiększanie liczby klientów. Z uwagi na ograniczoną liczbę możliwych odbiorców towarów i usług poszerzenie kręgu klientów przez jednego z przedsiębiorców odbywa się kosztem innego przedsiębiorcy, który klientów tych traci. Zatem konkurencja oznacza, że niektóre podmioty będą doznawały uszczerbku⁵. Jednocześnie na skutek rywalizacji i wyeliminowania z rynku przedsiębiorców, którzy

¹ E. Dereń, E. Polański, *Wielki słownik języka polskiego*, red. E. Polański, Kraków 2012, s. 355.

² E. Dereń, E. Polański, *Wielki...*, s. 355.

³ E. Dereń, E. Polański, *Wielki...*, s. 355.

⁴ II CR 445/90, LEX nr 1133986.

⁵ D. Miąsik, *Stosunek prawa ochrony konkurencji do prawa własności intelektualnej*, Warszawa 2012, s. 34.

nie nadążają za zmianami, podmioty najlepiej sobie radzące zacierają do osiągnięcia pozycji monopolistycznej.

Konkurencja wymusza na przedsiębiorcach walkę o klienta poprzez obniżanie cen i podejmowanie działań innowacyjnych, co prowadzi do zmniejszenia zysku. W związku z tym zdarza się, że przedsiębiorcy podejmują różne zachowania zmierzające do ograniczenia konkurencji, między innymi poprzez ustalanie cen minimalnych, podział rynku itp.⁶

Konkurencja ma wiele funkcji. Prowadzi do optymalizacji rozdzielania zasobów (funkcja alokacyjna), przepływu towarów według preferencji nabywców, a nie decyzji politycznych (funkcja sterownicza), zapewnia dostosowanie oferty przedsiębiorców do zmieniających się potrzeb nabywców (funkcja dostosowawcza). Z kolei w ramach funkcji innowacyjnej konkurencja wymusza na konkurujących ze sobą przedsiębiorcach dokonywanie ulepszeń, czyli prowadzi do postępu techniczno-organizacyjnego. Wyróżnia się również funkcję regulacyjną, czyli zapewnienie podziału dochodów między przedsiębiorcami według kryterium wydajności, a nie siły ekonomicznej⁷.

Jak stwierdził Sąd Najwyższy w wyroku z 11.08.2004 r.⁸: „Konkurencja jest korzystnym czynnikiem gospodarczym, zapewniającym postęp i racjonalizację kosztów, a w rezultacie także obniżenie cen produktów”. Nazywana jest ona często kołem zamachowym gospodarki, z uwagi na to, że przyczynia się do rozwoju gospodarczego. Dzięki konkurencji zwiększa się jakość towarów oraz usług i zmniejsza ich cena. Rywalizacja między przedsiębiorcami jest zatem korzystna dla konsumentów. Podkreślił to Sąd Najwyższy w wyroku z 19.10.2006 r.⁹, wskazując, że „pod pojęciem konkurencji należy rozumieć proces rywalizacji niezależnych przedsiębiorstw, który prowadzi do podniesienia poziomu dobrobytu konsumentów”.

⁶ S. Gronowski, *Polskie prawo antymonopolowe. Zarys wykładu*, Warszawa 1998, s. 21.

⁷ Na temat funkcji zob.: D. Miąsik, *Stosunek...*, s. 33; S. Gronowski, *Polskie...*, s. 39–40.

⁸ II CK 487/03, LEX nr 176100.

⁹ III SK 15/06, OSNP 2007/21–22, poz. 337.

Zapewnieniu istnienia konkurencji służą przepisy ograniczające możliwość zawierania porozumień ograniczających konkurencję, nadużywania pozycji dominującej, koncentracji czy regulujące udzielanie pomocy publicznej przedsiębiorcom.

Ponadto rywalizacja przedsiębiorców ma być uczciwa, tj. niedopuszczalne jest podejmowanie zachowań niezgodnych z prawem lub dobrymi obyczajami.

1.2. Pojęcie uczciwej konkurencji i pojęcie nieuczciwej konkurencji

Według Autorów *Wielkiego słownika języka polskiego* „uczciwość” to „godne zachowanie wynikające z poczucia obowiązku, szczerości, prawdomówności; bycie uczciwym”¹⁰. Nieuczciwość to odwrotność uczciwości. Jednakże pojęcie nieuczciwej konkurencji na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jest szersze niż wynikałoby to ze słownikowego znaczenia słowa „nieuczciwość”. W ustawie tej jest ono bowiem ściśle powiązane z pojęciem czynu nieuczciwej konkurencji” zdefiniowanym w art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Zgodnie z tym przepisem czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Z uwagi na użycie funktora „lub” należy przyjąć, że mogą istnieć trzy różne sytuacje:

- 1) zachowanie sprzeczne z dobrymi obyczajami, ale nienaruszające przepisów,
- 2) zachowanie sprzeczne zarówno z dobrymi obyczajami, jak i z prawem,
- 3) zachowanie sprzeczne z określonym przepisem, ale nienaruszające dobrych obyczajów¹¹.

¹⁰ E. Dereń, E. Polański, *Wielki...*, s. 857.

¹¹ Na to, że zachowanie sprzeczne z przepisem nie musi być niezgodne z dobrymi obyczajami, zwracali uwagę już A. Kraus i F. Zoll – A. Kraus, F. Zoll, *Polska ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z objaśnieniami*, Poznań 1929, s. 173. Tak też uważa M. Kępiński – M. Kępiński, *Problemy ogólne nowej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, RPEiS 1994/2, s. 7.

Słusznie zatem twierdzą J. Szwaja i A. Kubiak-Cyrul, że pojęcie czynu nieuczciwej konkurencji to termin techniczny, który oprócz zachowań niezgodnych z zasadami etyki obejmuje także takie czyny, które nie są nieuczciwe w potocznym znaczeniu tego słowa, na przykład zachowania polegające na naruszeniu ustawowych regulacji dotyczących reklamowania niektórych towarów¹².

Przy czym należy zwrócić uwagę, że w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 1926 r. dobre obyczaje związane były z uczciwością kupiecką¹³. Służyło to podkreśleniu, że chodzi o dobre obyczaje w obrocie gospodarczym¹⁴. W obecnej ustawie takiego wskazania nie ma. Tradycyjnie przyjmowano, że dobre obyczaje obejmują oceny moralno-etyczne rozumiane obiektywnie. W komentarzu do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji z 1926 r. czytamy: „Dobre obyczaje są przeto wskazówką postępowania, istniejącą obiektywnie w poczuciu etycznym społeczeństwa (względnie, o ile idzie o uczciwość kupiecką, w poczuciu kół kupieckich). Za miarę tych wymagań etycznych bierze się przeciętny poziom moralny, właściwy godziwemu życiu zarobkowemu i gospodarczemu. Nie mogą przeto decydować o granicach dobrych obyczajów poglądy ludzi o szczególnie idealistycznym lub niekupieckim sposobie myślenia (n. p. zdolnych do poświęcania własnej godziwej korzyści na rzecz interesów swych bliźnich). Tak samo jednak z drugiej strony praktyki, widocznie nieetyczne, choćby zakorzeniły i rozpowszechniły się w pewnych sferach, nie mogą przez ten zwyczaj być uznane za mieszczące się w granicach dobrych obyczajów. Wobec tego, że ocena, czy dane

¹² J. Szwaja, A. Kubiak-Cyrul [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. J. Szwaja, Warszawa 2019, s. 10.

¹³ Artykuł 3 u.z.n.k. z 1926 r. stanowił: „Kto poza przypadkami art. 1 i 2 szkodzi przedsiębiorcy przez czyny, sprzeczne z obowiązującymi przepisami albo z dobrymi obyczajami (uczciwością kupiecką), jako to przez podawanie nieprawdziwych wiadomości o przedsiębiorstwie, przez podmawianie dla celów konkurencyjnych jego organów do niewypełniania obowiązków służbowych, przez wyjawianie tajemnic przedsiębiorstwa technicznych lub handlowych i t. p., winien zaniechać tych czynów, w razie winy wynagrodzić szkodę pokrzywdzonemu i ewentualnie dać mu zadośćuczynienie. Roszczenia te podlegają przepisom art. 1^o. Pisownia oryginalna.

¹⁴ J. Szwaja, K. Jasińska [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. J. Szwaja, Warszawa 2019, s. 161.

Publikacja omawia wiele spornych problemów z zakresu prawnokarnej ochrony przed nieuczciwą konkurencją o istotnym znaczeniu dla praktyki z uwzględnieniem najnowszego orzecznictwa i piśmiennictwa.

Oprócz szczegółowej analizy znamion przepisów penalnych (karnych i wykroczeniowych) zawartych w ustawie z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, w pracy omówiono także kwestie:

- wpływu przepisów cywilnych na zakres odpowiedzialności penalnej,
- dopuszczalności podwójnego ukarania za określone zachowanie – z jednej strony na podstawie przepisów statuujących przestępstwa lub wykroczenia, a z drugiej – na podstawie przepisów statuujących delikty administracyjne.

Publikacja przeznaczona jest dla adwokatów, radców prawnych, sędziów oraz prokuratorów. Omówione w niej zagadnienia pomogą w właściwym zakwalifikowaniu określonych zachowań – tj. w dokonaniu oceny, czy stanowią one penalizowane czyny nieuczciwej konkurencji, czy jedynie delikty cywilnoprawne.

Anna Zientara – doktor nauk prawnych; adiunkt w Katedrze Prawa Karnego na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego; szczególnie interesuje się prawem karnym gospodarczym, europejskim i polskim prawem ochrony konkurencji i konsumentów oraz prawnokarną ochroną zwierząt; autorka lub współautorka ponad 30 publikacji w czasopismach prawniczych i rozdziałów w pracach zbiorowych.



9788383289588 W01P01

ISSN 1897-4392
ISBN 978-83-8328-958-8



9 788383 289588

ZAMÓWIENIA:

INFOLINIA: +48 801 044 545

ZAMOWIENIA@WOLTERSKLUWER.PL

WWW.PROFINFO.PL

Kup e-book i czytaj
w aplikacji Smarteca



CENA 169 Zł (W TYM 5% VAT)