

## Konkurencja a nieuczciwa konkurencja

### Wstęp

W dobie rozwoju gospodarki, a w szczególności polskich przedsiębiorstw, pojawia się istotne pojęcie związane z dążeniem do tego rozwoju, pojęcie konkurencji, bez której rozwój firm i przedsiębiorstw byłby niemożliwy. Zjawisko konkurencji jest mechanizmem napędzającym rozwój przedsiębiorstw i firm. Konkurencja jest dążeniem niezależnych przedsiębiorców na wspólnym rynku do osiągnięcia takiego samego celu gospodarczego [Szwaja, 1994, s. 10].

Działalność konkurencyjna to działalność, która wiąże się ze specyficznym kręgiem czynności, mogących stanowić czyn konkurencyjny, którym jest prowadzenie we własnym lub cudzym imieniu, bezpośrednio lub za pośrednictwem innych osób, działalności tego samego rodzaju co przedsiębiorca [Kidyba, 2011, s. 192]. Zjawisko konkurencji jest jednym z najważniejszych czynników rozwoju gospodarczego.

Pojęcie konkurencji nie zostało zdefiniowane w ustawodawstwie polskim. Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji odnosi się do aspektów zwalczania nieuczciwej konkurencji oraz w art. 3 ust. 1 definiuje pojęcie czynu nieuczciwej konkurencji jako działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Sąd Najwyższy w uzasadnieniu wyroku z dnia 20 maja 1991 r. [Uzasadnienie wyroku SN z 20.5.1991 r.] stwierdził, iż: "Złożone i wielopłaszczyznowe zagadnienie konkurencji można określić jako rywalizację co najmniej dwóch podmiotów w dążeniu do osiągnięcia tego samego celu, lecz z jednoczesnym działaniem zmierzającym do uzyskania przewagi. 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

---

\* Prof. UB, dr hab., Zakład Prawa Handlowego Wydziału Prawa Uniwersytetu w Białymstoku, ul. Mickiewicza 1, 15-213 Białystok, adres e-mail: kancelaria@malarewicz.com.pl

(produkowanych) towarów okazują się – w świetle obowiązujących przepisów – dozwolonymi".

Celem niniejszego artykułu jest próba ustalenia granic pomiędzy konkurencją a czynami nieuczciwej konkurencji, czyli działaniami przedsiębiorców, które mogą prowadzić do naruszenia interesów innych przedsiębiorców.

## 1. Zjawisko konkurencji

Zjawisko konkurencji charakteryzuje się pewnym rodzajem relacji pomiędzy podmiotami, które tym zjawiskiem zostały objęte. Relacje te wiążą się ściśle z konkurowaniem. Rzeczywista konkurencja gospodarcza występuje w systemie gospodarki towarowej. Funkcjonowanie konkurencji jest uwarunkowane spełnieniem stosownych przesłanek. Jedną z nich jest własność prywatna, odnosząca się zarówno do środków produkcji, jak i środków konsumpcji. Drugą przesłanką jest istnienie rynku, na którym towary i usługi są oferowane i nabywane. Decyzje o sprzedaży i zakupie przedsiębiorcy i klienci, a wśród nich konsumenci, podejmują samodzielnie. Rynek powinien być wolny, a więc dostępny dla nowych przedsiębiorców i nowych klientów. Przedsiębiorcy konkurują na rynku o kontrahentów, pracowników, a zwłaszcza o klientów. Uczestnicy gry rynkowej dysponują informacjami o oferowanych towarach i usługach oraz o żądanych i płaconych cenach [Szwaja, 2013 r.].

Spełnienie powyżej wskazanych przesłanek dawałoby możliwość istnienia na rynku konkurencji doskonałej, czyli sytuacji, gdzie istnieje wielu konkurentów, oferujących ten sam produkt i usługę. Ponieważ nie występuje tu zróżnicowanie produktu, cena jest taka sama dla wszystkich konkurujących firm. Żaden z konkurentów nie reklamuje swoich wyrobów, chyba że reklama może wykreować różnicę w postrzeganiu towaru przez klientów. Sprzedawcy osiągają różne stopy zysku w stopniu, w jakim uda się im obniżyć koszty produkcji i dystrybucji [Kotler, 1999, s. 209].

Model konkurencji doskonałej jest modelem czysto teoretycznym, bowiem w praktyce spełnienie powyższych przesłanek jest niemożliwe. Dlatego też realnie istnieją rynki, na których występuje konkurencja niedoskonała np. monopolistyczna<sup>1</sup> lub oligopolistyczna.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Konkurencja monopolistyczna występuje w gałęzi, w której wielu konkurentów jest w stanie zróżnicować całkowicie lub częściowo swoją ofertę rynkową. Szereg konkurentów koncentruje się na wybranym segmencie rynku, na którym są w stanie najlepiej

Funkcjonowanie na rynku zasad uczciwej konkurencji pomiędzy przedsiębiorcami może zostać zaburzone poprzez [Szwaja, 2013]:

- 1) ograniczenie konkurencji wskutek uzyskania przez niektórych przedsiębiorców pozycji dominującej na rynku lub na faktycznym zniesieniu konkurencji, jeżeli jedno przedsiębiorstwo zdobędzie pozycję monopolistyczną,
- 2) posługiwanie się przez przedsiębiorców niełojalnymi, nieuczciwymi lub zabronionymi środkami i metodami konkurowania.

Konkurencja przedsiębiorców powinna cechować się działaniami zmierzającymi do uzyskania lepszej jakości swoich towarów i usług, poprzez większy ich wybór, funkcjonalność i nowoczesność produktów, informowanie klientów, lepszą obsługę w trakcie sprzedaży, skracanie terminów dostaw towarów, zmniejszanie kosztów własnych, promocje oraz obniżenie cen. Natomiast, gdy działania przedsiębiorców skupiają się na uciekaniu się do niełojalnych środków i metod poprzez wprowadzanie klientów w błąd co do ilości, jakości lub pochodzenia towarów, oczernianiu konkurentów, nakłanianiu pracowników do niełojalnego postępowania wobec zatrudniających ich przedsiębiorców, naśladownictwie cudzych wyrobów, wykradanie tajemnic innych przedsiębiorców, łamanie zakazów reklamy itp., zachowania takie nazywane są czynami nieuczciwej konkurencji. Zapobieganie im i zwalczanie takich zachowań, poprzez odpowiednią represję, jest zadaniem ustawodawcy, administracji rządowej oraz samorządów terytorialnych, gospodarczych i zawodowych. Istotną rolę w zwalczaniu nieuczciwych działań powinny pełnić również organizacje konsumenckie [Szwaja, 2013].

Ograniczenie konkurencji w drodze zawierania przez przedsiębiorców porozumień antykonkurencyjnych lub przez praktyki monopolistyczne (nadużywanie pozycji) staje się źródłem niepożądanych dla konsumentów zjawisk, przyczyną dokonywania przez nich niekorzystnych wyborów rynkowych lub wręcz ograniczenia konsumpcji [Stefa-

---

zaspokajając pragnienia klienta, za co naliczają też odpowiednio wyższą cenę [Kotler, 1999, s. 210].

<sup>2</sup> Konkurencja oligopolistyczna polega na rywalizacji kilku przedsiębiorstw produkujących ten sam lub częściowo zróżnicowany produkt. To zróżnicowanie może dotyczyć poziomu jakości, szczególnych cech, stylu lub serwisu. Gdy firma produkuje ten sam produkt to nie może ustalić ceny swoich wyrobów na poziomie wyższym od rynkowego, chyba że jest w stanie zróżnicować poziom swoich usług. Wtedy stara się zostać liderem w jednym z wymienionych wyżej elementów, co przyciągnąć ma klientów, dla których element ten jest istotny [Kotler, 1999, s. 209].

nicki, 2011, s. 37]. Przeciwdziałać takim praktykom ma za zadanie ustawodawstwo antymonopolowe i polityka państwa wspierająca rozwój konkurencji.

## 2. Konkurencja czy nieuczciwa konkurencja

Na podstawie art. 3 ust. 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji [Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r.] za czyny nieuczciwej konkurencji uważa się: wprowadzające w błąd oznaczenie przedsiębiorstwa, fałszywe lub oszukańcze oznaczenie pochodzenia geograficznego towarów albo usług, wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub usług, naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa, nakłanianie do rozwiązania lub niewykonania umowy, naśladownictwo produktów, pomawianie lub nieuczciwe zachwalanie, utrudnianie dostępu do rynku, przekupstwo osoby pełniącej funkcję publiczną, nieuczciwa lub zakazana reklama, organizowanie systemu sprzedaży lawinowej.

Pojęciu nieuczciwości należy nadać szeroką interpretację. Oczywiście czyn nieuczciwy, sprzeczny z zasadami moralności obowiązującymi w danym czasie i miejscu, jeśli zostanie popełniony w obrocie gospodarczym, zasługuje na sankcję. Będzie on uznany za czyn nieuczciwej konkurencji. Jednakże za taki czyn, jeżeli spełni ustawowe przesłanki, może zostać uznane również zachowanie subiektywnie niezawinione przez sprawcę, a także zachowanie niebudzące zastrzeżeń moralnych. Czynem nieuczciwej konkurencji może być również przekroczenie ustawowych nakazów lub zakazów, dotyczących godzin otwarcia sklepów, reklamowania niektórych towarów lub usług. Pojęciem czynu nieuczciwej konkurencji objęte są więc również niektóre zachowania, o których nie da się powiedzieć, że są nieuczciwe w potocznym znaczeniu tego słowa [Szwaja, 2013 r.].

Zgodnie z wyrokiem Sądu Apelacyjnego w Łodzi z dnia 31 lipca 1995 r. [Wyrok Sądu Apelacyjnego w Łodzi z dnia 31 lipca 1995 r.], jeśli określone działanie nie mieści się w katalogu czynów wyraźnie zakazanych przez ustawę o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, należy na podstawie przewidzianej w art. 3 ustawy klauzuli generalnej, jako uniwersalnego zakazu nieuczciwej konkurencji, ocenić charakter tego działania, z uwzględnieniem przesłanek przewidzianych w tym przepisie.

Przepis art. 3 ust. 1 w zw. z art. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, określa przesłanki uznania konkretnego zachowania za czyn nieuczciwej konkurencji. Jest nim działanie lub zaniechanie, podję-

te w związku z działalnością gospodarczą, będące szkodliwym, ponieważ zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta, jeżeli jednocześnie jest bezprawne jako sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Tak określony czyn nieuczciwej konkurencji stanowi klauzulę generalną powyższej ustawy. Określa ona elementy istotne dla kwalifikacji prawnej konkretnego działania jako czynu nieuczciwej konkurencji [Malarewicz, 2009, s. 123]. Wyliczenie zawarte w art. 3 ust. 2 nie jest wyczerpujące, a katalog tych czynów w orzecznictwie i praktyce będzie się rozszerzał. [Kidyba, 2011, s. 194]. Ustawodawca polski posługuje się klauzulą generalną dlatego, aby objąć zakresem zastosowania ustawy wszystkie niepożądane działania przedsiębiorców. Funkcja klauzuli generalnej polega na ocenie czynów występujących w działalności gospodarczej niepodpadających pod żaden szczegółowy przepis ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i powinna być prowadzona na podstawie art. 3 ust. 1 ustawy. Jeżeli zostanie stwierdzone, że konkretne zachowanie spełnia przewidziane w nim przesłanki, jest ono czynem nieuczciwej konkurencji i uzasadnia wystąpienie z roszczeniami przewidzianymi w ustawie.

Treść art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji zawierający klauzulę generalną stanowi *lex generalis* dla czynów wymienionych w art. 3 ust. 2 i zdefiniowanych w rozdziale 2 cytowanej ustawy oraz dla czynów nieuczciwej konkurencji stypizowanych w innych ustawach [Szwaja, 2013 r.], a sam przepis odsyła do systemu ocen i norm pozaprawnych. Tym samym zobowiązuje sędziego rozstrzygającego kwestie naruszenia prawa do oceny danego stanu faktycznego. Dlatego bardzo istotnym elementem w rozstrzyganiu sporów dotyczących nieuczciwej konkurencji jest dorobek orzecznictwa sądowego.

Zgodnie z wyrokiem Sądu Najwyższego z dnia 9 czerwca 2009 r., art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji może stanowić także samodzielną podstawą zakwalifikowania określonego zachowania jako czynu nieuczciwej konkurencji i to bez względu na to, czy zachowanie to stwarza możliwość wprowadzenia klienta w błąd, m. in. co do pochodzenia usług. Z punktu widzenia pokrzywdzonego przedsiębiorcy istotnym jest fakt, że może on dochodzić swoich roszczeń na etapie istnienia zagrożenia dla jego interesu, bez oczekiwania na powstanie szkody majątkowej. Ponadto, zgodnie z wyrokiem Sądu Najwyższego z dnia 26 września 2002 r., stwierdzenie zagrożenia interesu innego przedsiębiorcy nie ma charakteru "czysto formalnego", a jest jedynie

oceną konkretnej sytuacji i jej konsekwencji, wyrażonej przy uwzględnieniu powszechnie znanych zjawisk gospodarczych. O uznaniu danych okoliczności za znane i niewymagające dowodu decyduje sąd.

Ciężar dowodu prawdziwości oznaczeń lub informacji umieszczanych na towarach albo ich opakowaniach lub wypowiedzi zawartych w reklamie spoczywa na osobie, której zarzuca się czyn nieuczciwej konkurencji związany z wprowadzeniem w błąd.

Można postawić tezę, że ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji wyznacza granicę pomiędzy konkurencją uczciwą i konkurencją nieuczciwą. Zgodnie z powołaną wyżej generalną klauzulą "czyn określonego podmiotu, dokonywany w ramach walki konkurencyjnej, jest co do zasady dozwolony (i mieści się w pojęciu uczciwej konkurencji), chyba że jest on sprzeczny z prawem albo z dobrymi obyczajami. W tym ostatnim przypadku jest on czynem nieuczciwej konkurencji.

W postępowaniu sądowym to powód musi wykazać, że czynności dokonywane przez pozwanego mają charakter czynów nieuczciwej konkurencji. W praktyce oznacza to, że w pierwszej kolejności musi on udowodnić, że pozwanemu w ogóle zarzucany czyn można przypisać. Następnie musi wykazać, że czyn ten jest sprzeczny z prawem i narusza konkretną normę prawną, albo z dobrymi obyczajami i narusza więc konkretne normy obyczajowe.

W niektórych sytuacjach może się bowiem okazać, iż mimo, że dany stan faktyczny formalnie biorąc spełnia przesłanki przewidziane w jednym z przepisów rozdz. 2 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, to jednak nie jest uzasadnione potraktowanie go jako czynu nieuczciwej konkurencji. Przykładowo nie można uznać za czyn z art. 5 powołanej ustawy, dotyczący podobieństwa oznaczenia jednego przedsiębiorstwa do oznaczenia innego przedsiębiorstwa, jeżeli z okoliczności sprawy wynika, że nie wyrządza to szkody ani nie zagraża interesom przedsiębiorcy uprawnionego do oznaczenia.

### **3. Dobre czy złe obyczaje**

Przesłanką klauzuli generalnej zawartą w art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji są "dobre obyczaje". Jest to zwrot niedookreślony i w związku z tym to doktryna i orzecznictwo dokonują definicji tego pojęcia [Knypl, 1994, s. 101-108], [Walaszek-Pyziół, Pyziół, 1994, s. 8], [Krauss, Zoll, 1929, s. 170-172]. Zobligowanymi do przestrzegania "dobrych obyczajów" są osoby fizyczne oraz podmioty prowadzą-

ce działalność gospodarczą. "Dobre obyczaje" oznaczają odwołanie się do zasad niezakłóconego funkcjonowania konkurencji, poprzez zgodne z prawem współzawodnictwo. Rzetelne, niezafałszowane współzawodnictwo pomiędzy konkurującymi podmiotami gospodarczymi może przejawiać się w oferowaniu klientom-konsumentom dobrej jakości towarów w niskich cenach [Nowińska, 2002, s. 65-69].

Zgodnie z wyrokiem Sądu Najwyższego z dnia 18 marca 2009 r. za sprzeczne z dobrymi obyczajami, w rozumieniu art. 3 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, należy uznać rozpowszechnianie przez osobę nie będącą stroną umowy, ogólnikowych, dowolnych, nie popartych żadnymi dowodami i nie dających się zweryfikować ocen, dotyczących nieprawidłowego wykonywania umowy przez jedną z jej stron.

Natomiast zgodnie z wyrokiem Sądu Apelacyjnego w Lublinie z dnia 30 września 1998 r. złożenie oferty i nawet ustne nakłanianie do jej przyjęcia nie pozostaje w sprzeczności z dobrymi obyczajami. Zauważyć przy tym należy, że w art. 3 ZNKU nie chodzi o ogólne pojęcie dobrych obyczajów, ale o dobre obyczaje kupieckie, tj. takie, które są przyjęte i akceptowane w obrocie gospodarczym.

Pojęcie dobrych obyczajów, zyskuje na treści dopiero w konkretnych sytuacjach, w zetknięciu z rzeczywistością. "Dobre obyczaje" posiadają charakter dynamiczny, przechodzą ciągłą ewolucję, dostosowując się do nowych sytuacji i zdarzeń [Malarewicz, 2009, s. 130].

#### **4. Sprzeczność z prawem**

Artykuł 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji odróżnia sprzeczność z prawem od sprzeczności z dobrymi obyczajami. Działanie sprzeczne z dobrymi obyczajami także jest zakazane. Bezprawnymi w sensie szerszym są więc jedno i drugie czyny. Dla uznania konkretnego działania za czyn nieuczciwej konkurencji wystarczy, jeżeli narusza on prawo lub dobre obyczaje, jeżeli jednocześnie jest szkodliwy, tzn. zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub przedsiębiorców albo klienta lub klientów.

W świetle art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem. Oznacza to, że działanie musi naruszać nakazy lub zakazy sankcjonowane przez przepisy prawa [Szwaja, 2002, s. 1111-1117]. Sprzeczne z prawem są zachowania zabronione i zagrożone sankcją. W świetle art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji ze sprzecznością

z prawem będziemy mieli do czynienia dopiero w sytuacji, gdy zostaną naruszone przepisy, których zadaniem jest regulowanie stosunków z zakresu konkurencji lub przepisy, których naruszenie daje sprawcy przewagę wobec konkurentów postępujących zgodnie z prawem. Sąd, rozpatrując fakt naruszenia określonej normy prawnej, wstępnie powinien ustalić, jakiej rangi jest to norma. W przypadku stwierdzenia sprzeczności z przepisem niższej rangi niezbędne jest wykazanie pewnych okoliczności dodatkowych [Nowińska 1997, s. 64]. Sprzeczność z prawem należy przyjąć w razie naruszenia przepisu, którego zadaniem jest regulowanie konkurencji lub przepisu, którego naruszenie daje sprawcy przewagę wobec konkurentów postępujących zgodnie z prawem [Szwaja, 2013].

Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 2 lutego 2001 r. stwierdził, że prowadzenie działalności gospodarczej bez wymaganej koncesji nie stanowi wystarczającej przesłanki do uznania za czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 3 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. W uzasadnieniu wyroku Sąd Najwyższy wskazał, że zachowania noszące znamiona czynów konkurencyjnych powinny być badane najpierw z uwzględnieniem przesłanek określonych w art. 17 d ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Dopiero wówczas, gdy kwestionowane przez innego przedsiębiorcę działania nie mieszczą się w hipotezie tego przepisu, powstaje potrzeba dokonania ich oceny w świetle klauzul generalnych przewidzianych w art. 3 powołanej ustawy, określających uniwersalną postać czynu nieuczciwej konkurencji. Nie można przyjąć, aby przepis art. 3 miał służyć wzmocnieniu, czy ochronie przejawów tendencji monopolistycznych, zwłaszcza w warunkach wspierania przez ustawodawcę gospodarki rynkowej.

Natomiast zgodnie z tezą wyroku Sądu Najwyższego z dnia 1 grudnia 2004 r., dla zaistnienia czynu nieuczciwej konkurencji nie jest konieczne istnienie zamiaru konkurenta wprowadzenia w błąd klienteli lub zamiaru wdarcia się w cudzą klientelę. Wystarczy bezprawność działania, aby uznać, że przedsiębiorca dopuszcza się czynu nieuczciwej konkurencji. Nie jest konieczne wskazanie jego winy.

## 5. Interes przedsiębiorcy

Niezbędną przesłanką, której zaistnienie jest potrzebne do postawienia zarzutu nieuczciwej konkurencji jest zagrożenie lub naruszenie interesu przedsiębiorcy lub konsumenta. O naruszeniu interesu przed-



siębiorcy można mówić wtedy, gdy na skutek działania konkurencyjnego, podjętego przez innego przedsiębiorcę, nastąpi pogorszenie możliwości zakupu lub zbytu potrzebnych mu lub zbywanych przez niego dóbr lub usług. "Pogorszenie możliwości zakupu lub zbytu" obejmuje również sytuację, w której przedsiębiorca nie poprawia swojej pozycji na rynku w stopniu, jakiego można by oczekiwać w normalnym biegu wydarzeń [Malarewicz, 2009, s. 131].

Zgodnie z tezą wyroku Sądu Najwyższego z dnia 14 października 2009 r. jeżeli przedsiębiorca dochodzi na podstawie art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji zaniechania niedozwolonych zachowań, sam sposób naruszenia dobrych obyczajów może wystarczyć do uznania, że zachowania te zagrażają interesom tego przedsiębiorcy.

Jednak nie każde zagrożenie lub naruszenie interesów przedsiębiorcy jest traktowane jako czyn nieuczciwej konkurencji. Zagrożenie lub naruszenie interesów musi być sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, natomiast grożące naruszenie powinno dotyczyć interesu mającego pewną wagę gospodarczą. Zagrożenie musi być również realne, a więc musi zachodzić prawdopodobieństwo naruszenia tych interesów. O tym czy przesłanki te są lub nie są spełnione nie decyduje subiektywne przekonanie jednej ze stron. Ocena dokonywana jest przez sąd rozpoznający sprawę, przy zastosowaniu obiektywnych kryteriów [Szwaja, 2013].

## **Zakończenie**

Dla rozwoju gospodarki rynkowej podstawą jest pojęcie konkurencji przedsiębiorców. Pojęcie to ściśle wiąże się z wolnością gospodarczą. Natomiast wolność gospodarcza przekłada się na swobodę podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej przez samodzielne niezależne podmioty gospodarcze. Swoboda prowadzenia działalności gospodarczej oraz równość podmiotów gospodarczych, prowadzi do konkurencji pomiędzy przedsiębiorcami, którzy dążą do osiągnięcia zysków. Konsekwencją gospodarki rynkowej jest tworzenie zabezpieczeń i możliwości, które sprzyjają uczciwej konkurencji poprzez wydawanie odpowiednich przepisów prawnych. Dotychczas nie uregulowano kompleksowo materii składającej się na prawo wyznaczające granice uczciwej konkurencji. Treść art. 3 ust. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji określa ogólnie czyn nieuczciwej konkurencji. Definiuje jego pojęcie za pomocą terminów prawnych o charakterze ogólnym. Sprecy-

zowanie i określenie szczegółowej hipotezy powyższego przepisu następuje przede wszystkim w orzecznictwie sądowym i polega na sprecyzowaniu w danej sytuacji zawartych w nim pojęć. W wielu przypadkach granica pomiędzy uczciwą konkurencją a czynami kwalifikowanymi jako nieuczciwa konkurencja jest trudna do określenia, a wręcz niemożliwa. Dlatego bardzo ważnym elementem w rozstrzyganiu powyższej materii jest dorobek orzecznictwa sądowego. Zaistnienie konkretnej sytuacji i analiza jej w postępowaniu sądowym pozwala na kwalifikację jej jako czynu uczciwej bądź nieuczciwej konkurencji.

## Literatura

1. Kidyba A. (2011), *Pravo handlowe*, Warszawa.
2. Knypl T. M. (1994), *Zwalczanie nieuczciwej konkurencji w Polsce i Europie*, Sopot.
3. Kotler P. (1999), *Marketing: analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Warszawa.
4. Krauss A., Zoll F. (1929), *Polska ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, Poznań.
5. Malarewicz A. (2009), *Konsument a reklama. Studium cywilnoprawne*, Warszawa.
6. Nowińska E. (1997), *Zwalczanie nieuczciwej reklamy, zagadnienia cywilnoprawne*, Kraków.
7. Stefanicki R. (2011), *Pravo nieuczciwej konkurencji a ochrona konsumentów w świetle ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*, SPP, Nr 2.
8. Szwaja J. (1994), *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, Warszawa.
9. Szwaja J. (2002, 2003), *Ostatnie nowelizacje ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, "Monitor Prawniczy", cz. I i II, nr 24, nr 1.
10. Szwaja J. (2013), *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, Warszawa.
11. Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Dz. U. 2003, Nr 153.
12. Uzasadnienie wyroku SN z 20.5.1991 r., II CR 445/90, OSG 1991, Nr 4, poz. 78, s. 38 z glosą R. Skubisza, PiP 1992, Nr 8.
13. Walaszek-Pyziół A., Pyziół W. (1994), *Czyn nieuczciwej konkurencji (analiza pojęcia)*, "Przegląd Prawa Handlowego", nr 10.

14. Wyrok Sądu Apelacyjnego w Lublinie z dnia 30 września 1998 r., Sygn. akt I ACA 281/98, Apel.-Lub. 1999, Nr 1, s. 45.
15. Wyrok Sądu Apelacyjnego w Łodzi z dnia 31 lipca 1995 r., I ACR 308/95, OSA 1995, Nr 7-8, poz. 52.
16. Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 1 grudnia 2004 r., Sygn. akt III CK 15/04, MoP 2005, Nr 1, s. 10.
17. Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 14 października 2009 r., Sygn. akt V CSK 102/09, Legalis.
18. Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 18 marca 2009 r., IV CSK 419/08, Legalis.
19. Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 2 lutego 2001 r., Sygn. akt IV CKN 255/00, OSN 2001, Nr 9, poz. 137 z aprobowaną glosą T. Szanciły, PPH 2002, Nr 5, s. 46.
20. Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 26 września 2002 r., Sygn. akt III CKN 213/01, Legalis.
21. Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 9 czerwca 2009 r., Sygn. akt II CSK 44/09, Legalis.
22. Wyrok SN z 20.5.1991 r., II CR 445/90, OSG 1991, Nr 4, poz. 78, s. 38 z glosą R. Skubisza, PiP 1992, Nr 8.

### **Streszczenie**

Konkurencja to podstawa gospodarki rynkowej, a przedsiębiorcy w niej funkcjonujący muszą odznaczać się konkurencyjnością. Konkurencyjne przedsiębiorstwo powinno cechować się zdolnością i elastycznością w adaptacji do zmieniających się warunków działania oraz podejmować takie decyzje, które zapewnią mu uzyskanie przewagi konkurencyjnej. Działania konkurencyjne przedsiębiorców powinny być zgodne z prawem, dobrymi obyczajami oraz nie powinny zagrażać lub naruszać interesów innych przedsiębiorców. W wielu przypadkach granica pomiędzy uczciwą konkurencją, a czynami kwalifikowanymi jako nieuczciwa konkurencja jest trudna do określenia, a wręcz niemożliwa.

### **Słowa kluczowe**

nieuczciwa konkurencja, przedsiębiorstwo, konsument

### **Competition and unfair competition (Summary)**

The competition is the fundamentals of a market economy and the entrepreneurs, who function in this, must be characterized by competitiveness. The competitive company should be characterized by the ability and flexibility to adapt to changing operating conditions and to make such decisions, which will

enable it to obtain competitive advantage. The competitive business activities should be in accordance with the law, morality and should not endanger or encroach on other entrepreneurs interests. In many cases, the line between the fair competition and qualified as acts of the unfair competition is difficult to define, and even impossible.

**Keywords**

unfair competition, enterprise, consumer