

Spis treści

Przedmowa	V
Wykaz skrótów	XIX
Rozdział I. Pojęcie i systematyka prawa konkurencji	1
§ 1. Istota konkurencji	2
§ 2. Postacie konkurencji	3
§ 3. Efektywność gospodarowania	4
§ 4. Modele konkurencji	5
§ 5. Cele prawa konkurencji	6
§ 6. Działy prawa konkurencji	9
§ 7. Podstawy traktatowe prawa konkurencji	12
§ 8. Podstawy konstytucyjne	16
§ 9. Umowy międzynarodowe	16
Rozdział II. Rozwój polskiego prawa konkurencji i prawa antymonopolowego	19
§ 10. Rozwój polskiego prawa konkurencji	21
I. Prawo konkurencji II Rzeczypospolitej	21
II. Prawo konkurencji w okresie PRL	23
III. Współczesne polskie prawo konkurencji	23
§ 11. Rozwój polskiego prawa antymonopolowego	27
I. Prawo antymonopolowe II Rzeczypospolitej	27
II. Prawo antymonopolowe PRL	29
III. Współczesne polskie prawo ochrony konkurencji	31
Rozdział III. Międzynarodowe i europejskie prawo konkurencji	41
§ 12. Międzynarodowe prawo konkurencji	43
§ 13. Unijne prawo konkurencji	48
Rozdział IV. Nieuczciwa konkurencja jako podstawowe pojęcie prawa o zwalczaniu nieuczciwego współzawodnictwa gospodarczego	61
§ 14. Pojęcie konkurencji	62
I. Ogólna charakterystyka „działań konkurencji”	62
II. Stosunek konkurencji	67
§ 15. Pojęcie czynu nieuczciwej konkurencji – koncepcje uzasadniające odpowiedzialność	74
I. Uwagi wprowadzające	74
II. Teoria ujmująca czyn nieuczciwej konkurencji jako nadużycie prawa do wolności działań rynkowych	75
III. Teoria o dyscyplinującym znaczeniu przepisów przewidujących odpowiedzialność za czyn nieuczciwej konkurencji	75
IV. Teoria o naruszeniu prawa podmiotowego	76
V. Teoria nawiązująca do reguł cywilnej odpowiedzialności deliktowej	79
VI. Ocena zaprezentowanych teorii	80
Rozdział V. Cele i zakres zastosowania ZNKU	89
§ 16. Uwagi wstępne – rozwój regulacji prawnej	90
§ 17. Przedmiot i cele regulacji	94
I. Zakres przedmiotowy regulacji	94
II. Zakres podmiotowy zastosowania przepisów ZNKU	98

Rozdział VI. Klauzula generalna w ZNKU	107
§ 18. Uwagi wprowadzające	107
§ 19. Klauzula sprzeczności z dobrymi obyczajami kluczową konstrukcją ZNKU	108
§ 20. Wielokrotne posłużenie się klauzulą a zasady techniki prawodawczej	113
§ 21. Funkcje klauzuli odsyłającej	119
I. Wprowadzenie	119
II. Funkcja adaptacyjna	119
III. Funkcja uzupełniająca	121
IV. Funkcja korygująca	123
§ 22. Treść klauzuli odsyłającej i jej wyznaczniki	126
§ 23. Test badania nieuczciwości wyznaczony metodą regulacji	132
§ 24. Przesłanka zagrożenia lub naruszenia interesu innego przedsiębiorcy (klienta)	135
§ 25. <i>Venire contra fatum proprium</i>	138
§ 26. Zakończenie	140
Rozdział VII. Oznaczenia odróżniające	143
§ 27. Wprowadzenie	148
§ 28. Oznaczenie przedsiębiorstwa	150
I. Przedmiot ochrony	150
II. Warunki ochrony	155
III. Pierwszeństwo korzystania	158
IV. Treść prawa	162
V. Charakter prawny	166
VI. Oznaczenie przedsiębiorstwa a znak towarowy	170
VII. Oznaczanie przedsiębiorstwa nazwiskiem przedsiębiorcy	172
VIII. Oznaczenie przedsiębiorstwa w razie jego podziału, przekształcenia lub likwidacji	175
IX. Oznaczenia zagraniczne	176
§ 29. Oznaczenia przedsiębiorców – firma	179
I. Podstawy prawne ochrony firmy	179
II. Określenie firmy	179
III. Budowa firmy	180
IV. Przepisy wspólne dla różnych typów spółek	182
V. Ogólne zasady budowy firmy	184
VI. Charakter prawny firmy	190
VII. Ochrona firmy	192
VIII. Podstawy ochrony firmy w przepisach ZNKU	193
IX. Firma a oznaczenie przedsiębiorstwa	194
X. Firma a znak towarowy lub usługowy	196
XI. Zagraniczne nazwy handlowe	197
§ 30. Niezarejestrowane znaki towarowe	200
I. Niezarejestrowany znak towarowy – definicja	200
II. Rejestracja jako podstawa ochrony znaków towarowych	200
III. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji jako podstawa ochrony znaków niezarejestrowanych	201
IV. Wybór ZNKU jako podstawy ochrony dla znaków niezarejestrowanych	202
V. Dochodzenie roszczeń w ZNKU a dochodzenie roszczeń w PrWiPrzem ..	203
VI. Wzajemna relacja PrWiPrzem i ZNKU	205
VII. Oznaczenia wprowadzające w błąd co do pochodzenia (art. 10 ZNKU) ..	209
VIII. Klauzula generalna (art. 3 ust. 1 ZNKU)	210

IX. Oznaczenie przedsiębiorstwa jako znak towarowy	211
X. Oznaczenie używane a znak zarejestrowany – kolizje	213
XI. Przenoszenie praw do znaków niezarejestrowanych	215
§ 31. Tytuł jako szczególne oznaczenie	215
I. Wprowadzenie	215
II. Funkcje tytułu	216
III. Ochrona tytułu przed czynami nieuczciwej konkurencji	217
§ 32. Nazwy prawnie zastrzeżone	232
I. Wprowadzenie	232
II. Oznaczenia zastrzeżone na rzecz niektórych przedsiębiorców	233
III. Nazwy organów publicznych	241
IV. Podsumowanie	242
Rozdział VIII. Ochrona oznaczeń geograficznych	245
§ 33. Uwagi wstępne	246
§ 34. Pojęcie i rodzaje oznaczeń geograficznych	247
I. Oznaczenia geograficzne – kwestie terminologiczne	247
II. Funkcje oznaczeń geograficznych	248
III. Kategorie oznaczeń geograficznych	248
§ 35. Modele ochrony oznaczeń geograficznych	250
§ 36. Ochrona oznaczeń geograficznych w prawie polskim	251
I. Unormowanie prawa polskiego w ujęciu ewolucyjnym	251
II. Ochrona oznaczeń geograficznych w ustawie – Prawo własności przemysłowej	254
III. Ochrona oznaczeń geograficznych w prawie europejskim	257
§ 37. Ochrona oznaczeń geograficznych na podstawie art. 8 i 9 ZNKU	261
I. Uwagi wprowadzające	261
II. Przedmiot ochrony	262
III. Przesłanki ochrony z art. 8 i 9 ZNKU	265
IV. Dodatkowe przesłanki ochrony z art. 9 ZNKU	271
V. Ochrona w granicach funkcji odróżniającej. Ochrona przed wykorzystaniem renomy	272
VI. Legitymacja czynna i środki ochrony	273
§ 38. Prawo europejskie a prawo polskie	273
Rozdział IX. Wykorzystanie osiągnięć rynkowych przedsiębiorcy jako postać czynu nieuczciwej konkurencji	275
§ 39. Uwagi wprowadzające	277
§ 40. Naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa jako czyn nieuczciwej konkurencji	278
I. Uwagi wstępne	278
II. Ochrona tajemnicy przedsiębiorstwa – rozważania historyczne	279
III. Przedmiot ochrony przewidzianej w art. 11 ZNKU	281
IV. Podstawowe cechy czynu nieuczciwej konkurencji wskazanego w art. 11 ZNKU	285
V. Postacie deliktu naruszenia tajemnicy	291
VI. Sytuacja prawna pracownika wobec zakazu przekazywania, ujawniania lub wykorzystania cudzych informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa	294
VII. Ochrona będącego w dobrej wierze nabywcy poufnej informacji	301
§ 41. Ingerencja w stosunki umowne jako czyn nieuczciwej konkurencji	306
I. Uwagi wstępne	306
II. Ogólna charakterystyka konstrukcji przyjętej w ZNKU	310
III. Dogmatyczne uzasadnienie odpowiedzialności za ingerencję w stosunki umowne na gruncie ZNKU	316

IV. Przesłanki odpowiedzialności za czyn nieuczciwej konkurencji polegający na ingerencji w stosunki umowne	318
§ 42. Naśladownictwo cudzych produktów jako czyn nieuczciwej konkurencji w świetle ZNKU	321
I. Uwagi wprowadzające	321
II. Problematyka niewolniczego naśladownictwa w ZNKU z 1926 r.	323
III. Stanowisko prawa polskiego wobec zakresu dopuszczalności aktów naśladownictwa w praktyce gospodarczej	324
IV. Przesłanki uznania naśladownictwa za czyn nieuczciwej konkurencji na gruncie art. 13 ZNKU	330
V. Wykorzystanie renomy cudzej firmy jako postać niedozwolonego naśladownictwa na gruncie art. 3 ZNKU	333
Rozdział X. Ochrona funkcjonowania rynku na podstawie art. 15 ZNKU ..	335
§ 43. Uwagi ogólne	336
§ 44. Ustawowa ochrona dostępu do rynku; utrudnianie dostępu do rynku jako czyn nieuczciwej konkurencji	339
I. Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów a ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji	339
II. Utrudnianie dostępu do rynku jako czyn nieuczciwej konkurencji ..	341
III. Utrudnianie (małym) przedsiębiorcom dostępu do rynku	376
Rozdział XI. Reklama i rozpowszechnianie innych informacji	381
§ 45. Zakazana lub nieuczciwa reklama. Charakterystyka ogólna	387
I. Reklama a system gospodarczy	387
II. Źródła prawa	389
III. Pojęcie, rodzaje i funkcje reklamy	416
IV. Interesy podmiotów uczestniczących w reklamie	421
V. Reklama a instytucje pokrewne	423
§ 46. Reklama sprzeczna z przepisami prawa oraz reklama sprzeczna z dobrymi obyczajami i uchybiająca godności człowieka	426
I. Wprowadzenie	426
II. Reklama sprzeczna z przepisami prawa	428
III. Reklama sprzeczna z dobrymi obyczajami i uchybiająca godności człowieka	449
§ 47. Reklama wprowadzająca w błąd	455
I. Zapewnienie prawdziwego charakteru informacji rynkowych	455
II. Reklama wprowadzająca w błąd. Ogólna charakterystyka regulacji w prawie polskim	457
III. Reklama wprowadzająca w błąd jako czyn nieuczciwej konkurencji (art. 16 ust. 1 pkt 2 ZNKU)	458
IV. Reklama wprowadzająca w błąd jako nieuczciwa praktyka rynkowa (art. 5 i 6 NPrRynU)	474
V. Reklama wprowadzająca w błąd w innych ustawach	476
§ 48. Ukryta reklama, lokowanie produktów	479
I. Uwagi wprowadzające	479
II. Zakaz reklamy ukrytej w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji	481
III. Z problematyki lokowania produktów w emisjach radiowych i telewizyjnych	486
IV. Reklama ukryta w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	489
§ 49. Reklama porównawcza	492
I. Uwagi ogólne	492
II. Reklama porównawcza w prawie europejskim	495

III. Pojęcie reklamy porównawczej	499
IV. Przesłanki dopuszczalności reklamy porównawczej	508
V. Reklama porównawcza a ochrona zarejestrowanych znaków towarowych	522
§ 50. Inne czyny nieuczciwej konkurencji	524
I. Uwagi ogólne	524
II. Reklama nierzeczowa i reklama uciążliwa – charakterystyka regulacji w prawie polskim	525
III. Reklama nierzeczowa	529
IV. Reklama uciążliwa	536
§ 51. Rozpowszechnianie informacji	539
I. Uwagi wprowadzające	539
II. Przesłanki czynu nieuczciwej konkurencji z art. 14 ZNKU – ogólna charakterystyka	540
III. Przesłanka dotycząca rozpowszechniania informacji	541
IV. Treść i charakter rozpowszechnianych informacji	543
V. Działanie w celu przysporzenia korzyści lub wyrządzenia szkody	546
VI. Relacja art. 14 do art. 16 ust. 1 pkt 2 ZNKU	547
Rozdział XII. Regulacja sprzedaży w ZNKU	549
§ 52. Sprzedaż premiowana (art. 17a ZNKU)	550
I. Podstawy prawne	550
II. Cele sprzedaży premiowej	551
III. Istota i treść sprzedaży premiowanej	551
IV. Przesłanka „odmienności towarów”	552
V. Zakres podmiotowy – konsumenci	554
VI. Charakter prawny umowy sprzedaży premiowanej	554
VII. Wyłączenia z art. 17a ust. 2 pkt 1 ZNKU – „niewielka wartość” i „próbka towaru”	555
VIII. Wyłączenia z art. 17a ust. 2 pkt 2 ZNKU	558
IX. Stosunek art. 17a ZNKU do przepisów dyrektywy 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych	560
X. Odpowiedzialność karna	562
§ 53. Sprzedaż lawinowa (art. 17c ZNKU)	563
I. Charakterystyka sprzedaży lawinowej	563
II. Historia „systemów lawinowych”	564
III. Istota czynu nieuczciwej konkurencji z art. 17c ZNKU	564
IV. Przesłanki czynu nieuczciwej konkurencji sprzedaży lawinowej	566
V. Zakres podmiotowy art. 17c ZNKU	568
VI. Wyjątki od zakazu sprzedaży lawinowej	569
VII. Stosunek art. 17c ZNKU do przepisów o nieuczciwych praktykach rynkowych	573
VIII. Sankcje karne	574
§ 54. Nadmierna sprzedaż marek właściciela (art. 17d ZNKU)	574
I. Uwagi wstępne	574
II. Cele i założenia art. 17d ZNKU	575
III. Terminologia art. 17d ZNKU	577
IV. Sprzeczność art. 17d ZNKU z przepisami TFUE	580
Rozdział XIII. Odpowiedzialność cywilnoprawna za czyny nieuczciwej konkurencji	581
§ 55. Uwagi wstępne	582
I. Wprowadzenie	582
II. Podstawy prawne ochrony	583

III. Modele odpowiedzialności cywilnoprawnej w europejskich regulacjach zwalczania nieuczciwej konkurencji	585
IV. Stosunek regulacji szczególnej do zasad ogólnych odpowiedzialności cywilnoprawnej	588
§ 56. System środków cywilnoprawnych	589
I. Roszczenie o zaniechanie	589
II. Roszczenie o usunięcie skutków	593
III. Roszczenie o złożenie oświadczenia	595
IV. Roszczenie o naprawienie szkody	598
V. Roszczenie o wydanie bezpodstawnie uzyskanych korzyści	610
VI. Roszczenie informacyjne	615
VII. Roszczenie o zapłatę na określony cel społeczny	616
VIII. Wniosek o orzeczenie o przedmiotach	618
IX. Powództwo o ustalenie	621
§ 57. Przedawnienie roszczeń z tytułu czynów nieuczciwej konkurencji ..	622
§ 58. Legitymacja w sprawach zwalczania nieuczciwej konkurencji ..	629
I. Legitymacja czynna	629
II. Legitymacja bierna	634
§ 59. Inne środki prawne zwalczania nieuczciwej konkurencji	634
I. Wniosek o podjęcie działań przez organy celne	634
II. Odpowiedzialność karna	636
§ 60. Ostatnie zmiany i perspektywy rozwoju regulacji i orzecznictwa ..	637
Rozdział XIV. Związki między prawem konkurencji a ochroną konsumentów	639
§ 61. Ewolucja koncepcji ochrony konsumenta w prawie unijnym ..	639
§ 62. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów	641
§ 63. Ochrona interesów ekonomicznych konsumentów jako zasadniczy cel prawa antymonopolowego. Praktyki eksploatacyjne	644
§ 64. Rola Trybunału Sprawiedliwości oraz Komisji Europejskiej w kształtowaniu koncepcji prywatnego wykonywania prawa konkurencji	657
§ 65. Przerzucanie obciążeń	661
§ 66. Trudności z realizacją prawa do odszkodowania	665
§ 67. Ograniczenia dostępu do informacji jako podstawowa bariera skutecznego wykonywania prawa	675
§ 68. Zasada pełnej kompensacji poniesionych strat	691
§ 69. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Legitymacja czynna dla konsumentów	696
§ 70. Pozwy grupowe	705
§ 71. Alternatywne metody rozstrzygnięcia sporów	714
§ 72. Podsumowanie	716
Rozdział XV. Podstawy i zakres publicznoprawnej ochrony konkurencji ..	719
§ 73. Wprowadzenie	722
§ 74. Konkurencja jako przedmiot ochrony; ograniczenie konkurencji jako przesłanka ingerencji publicznej	725
§ 75. Interes publiczny w ochronie konkurencji	731
I. Zakres i znaczenie	731
II. Funkcje	735
§ 76. Zakres stosowania ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ..	744
I. Zakres przedmiotowy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ..	744
II. Zakres podmiotowy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ..	756
III. Zakres przestrzenny ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów ..	768
IV. Zakres czasowy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów	772

Rozdział XVI. Porozumienia ograniczające konkurencję	775
§ 77. Wprowadzenie	778
I. Podstawy prawne	778
II. Miejsce zakazu porozumień ograniczających konkurencję w prawie prywatnym	779
III. Pojęcie porozumień ograniczających konkurencję i ich ocena w prawie antymonopolowym	780
§ 78. Zakaz porozumień ograniczających konkurencję	781
I. Charakter prawny zakazu porozumień	781
II. Konkurencja	783
III. Rynek właściwy	785
IV. Naruszenie konkurencji – wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie w inny sposób	786
V. Cel porozumienia	788
VI. Skutek porozumienia	792
VII. Ocena porozumienia pod kątem wystąpienia skutków na określonym terytorium. Wpływ na handel między państwami członkowskimi	793
VIII. Zakres podmiotowy zakazu – przedsiębiorca	794
§ 79. Formy porozumień	796
I. Uwagi ogólne	796
II. Umowy	798
III. Porozumienia w formie uzgodnionych zachowań	804
IV. Paralelne zachowania rynkowe	806
V. <i>Gentlemen's agreements</i> i tzw. listy intencyjne	807
VI. Uchwały lub inne akty związków przedsiębiorców	808
VII. Formy porozumienia w prawie europejskim	812
§ 80. Wyłączenia zakazu porozumień ograniczających konkurencję	817
I. Porozumienia bagatelne	817
II. Kryterium ilościowe	820
III. Kryterium jakościowe	824
IV. Reguła <i>de minimis</i> w prawie europejskim	825
V. Grupowe i indywidualne wyłączenia zakazu porozumień ograniczających konkurencję	826
VI. Indywidualne wyłączenie zakazu porozumień na podstawie przesłanek z art. 8 ust. 1 OchrKonkurU	827
VII. Przyczynianie się do polepszenia produkcji, dystrybucji towarów lub do postępu technicznego lub gospodarczego	832
VIII. Zapewnienie nabywcom lub użytkownikom odpowiedniej części udziału w korzyściach	833
IX. Niezbędność ograniczeń konkurencji	835
X. Brak stworzenia stronom porozumienia możliwości wyeliminowania konkurencji na rynku właściwym w zakresie znacznej części określonych towarów	836
XI. Ograniczenia akcesoryjne	838
XII. Wyłączenia grupowe	840
§ 81. Rodzaje porozumień	844
I. Porozumienia horyzontalne	846
II. Porozumienia wertykalne	847
III. Porozumienia określające ceny i warunki handlowe	849
IV. Porozumienia kontyngentowe	857
V. Porozumienia podziałowe	862
VI. Porozumienia dyskryminujące	866
VII. Porozumienia wiązane	869

VIII. Porozumienia ograniczające dostęp do rynku	871
IX. Zmowa przetargowa	877
Rozdział XVII. Wyłączenia grupowe	881
§ 82. Podstawy prawne wydawania wyłączeń grupowych	887
§ 83. Przesłanki wydania wyłączenia grupowego	889
§ 84. Elementy treści wyłączenia grupowego	891
§ 85. Okres obowiązywania wyłączenia grupowego i możliwość jego cofnięcia	893
§ 86. Rodzaje porozumień objętych wyłączeniami grupowymi	894
I. Prawo Unii Europejskiej	894
II. Prawo polskie	896
§ 87. Relacje między unijnym i krajowym systemem wyłączeń grupowych	897
§ 88. Skutki objęcia porozumienia wyłączeniem grupowym w prawie ochrony konkurencji	898
I. Wyłączenie grupowe a względny charakter zakazu porozumień ograniczających konkurencję	898
II. Wyłączenie grupowe a porozumienia bagatelne i pojęcie rynku właściwego	899
III. Brak sankcji nakładanych w drodze decyzji indywidualnych	901
IV. Wyłączenie grupowe a zakaz nadużywania pozycji dominującej	904
§ 89. Skutki objęcia porozumienia wyłączeniem grupowym w prawie cywilnym	905
I. Wyznaczenie granic swobody umów	905
II. Brak sankcji nieważności	906
III. Brak odpowiedzialności cywilnej za naruszenie reguł konkurencji	909
IV. Wyłączenie grupowe a określenie elementów przedmiotowo istotnych umowy	911
§ 90. Zakres i treść poszczególnych wyłączeń grupowych	912
I. Porozumienia wertykalne	912
II. Porozumienia wertykalne w sektorze samochodowym	923
III. Porozumienia dotyczące transferu technologii	930
IV. Porozumienia badawczo-rozwojowe i specjalizacyjne	938
V. Porozumienia zawierane między przedsiębiorstwami prowadzącymi działalność ubezpieczeniową	948
VI. Porozumienia w transporcie kolejowym, drogowym i żegludze śródlądowej	956
VII. Porozumienia w transporcie morskim	958
VIII. Porozumienia w dziedzinie transportu lotniczego	961
Rozdział XVIII. Zakaz nadużywania pozycji dominującej	965
§ 91. Wprowadzenie	966
§ 92. Pojęcie pozycji dominującej	970
I. Istota pozycji dominującej	970
II. Kryteria (przesłanki) pozycji dominującej	972
III. Rynek właściwy	976
IV. Udział w rynku i inne czynniki wskazujące na dominację rynkową	979
V. Indywidualna i kolektywna pozycja dominująca	981
§ 93. Pojęcie nadużycia pozycji dominującej	983
I. Wprowadzenie	983
II. Koncepcja nadużycia pozycji dominującej w prawie konkurencji Unii Europejskiej	985
III. Elementy konstytuujące nadużycie pozycji dominującej	986

IV. Koncepcja nadużycia a katalog praktyk abuzywnych z art. 9 ust. 2 OchrKonkurU	991
V. Możliwość racjonalizacji zakazu nadużywania pozycji dominującej ..	992
VI. Sankcje	994
VII. Praktyki wykluczające	995
VIII. Praktyki eksploatacyjne	1012
Rozdział XIX. Kontrola koncentracji przedsiębiorców	1019
§ 94. Zagadnienia ogólne	1022
I. Miejsce regulacji administracyjnoprawnego oddziaływania na procesy koncentracji przedsiębiorców w systemie ochrony konkurencji	1022
II. Metoda regulacji ustawowej	1030
III. Kontrola koncentracji przedsiębiorstw w prawie Unii Europejskiej ..	1037
§ 95. Zdarzenia faktyczne poddane kontroli koncentracji	1048
I. Proponowane zmiany w OchrKonkurU dotyczące zakresu obowiązku zgłaszania zamiaru koncentracji	1048
II. Przejawy koncentracji strukturalnej	1049
III. Przejawy koncentracji mienia	1058
§ 96. Kryteria determinujące ustawowy obowiązek zgłoszenia zamiaru koncentracji. Progi zgłoszenia zamiaru koncentracji określone w art. 13 ust. 1 OchrKonkurU	1063
I. Wielkość obrotu przedsiębiorców zamierzających dokonać koncentracji jako miernik zdolności zgłoszeniowej koncentracji	1063
II. Ocena skutków koncentracji z punktu widzenia przedmiotowych wyłączeń przewidzianych ustawą antymonopolową	1068
§ 97. Wybrane elementy proceduralne zgłoszenia zamiaru koncentracji. Kryteria oceny skutków zgłoszonej i zamierzonej koncentracji. Formalnoprawne aspekty zgłoszenia zamiaru koncentracji	1075
I. Kształt postępowania antymonopolowego w sprawach koncentracji i proponowane kierunki jego nowelizacji	1075
II. Zgłoszenie zamiaru koncentracji jako przesłanka wszczęcia przez Prezesa UOKiK postępowania w sprawie koncentracji	1077
III. Podmioty obowiązane do zgłoszenia Prezesowi UOKiK zamiaru koncentracji	1082
IV. Forma zgłoszenia zamiaru koncentracji	1083
§ 98. Istota rozstrzygnięć w sprawach koncentracji przedsiębiorców ..	1086
I. Uwagi ogólne	1086
II. Rozstrzygnięcia Prezesa UOKiK kończące postępowanie w zakresie nadzoru prewencyjnego	1086
III. Istota rozstrzygnięć Prezesa UOKiK kończących postępowanie w sferze relacji nadzoru represyjnego	1096
Rozdział XX. Postępowanie przed Prezesem Urzędu Konkurencji i Konsumentów	1105
§ 99. Podstawy prawne struktury i właściwości organów	1106
I. Przemiany regulacji prawnej	1106
II. Organy administracyjne ochrony konkurencji i konsumentów	1108
III. Zakres działania organów ochrony konkurencji i konsumentów	1113
IV. Kompetencja organów ochrony konkurencji i konsumentów	1117
§ 100. Podstawy prawne postępowania administracyjnego przed organami ochrony konkurencji i konsumentów	1121
I. Struktura podstaw prawnych postępowania administracyjnego	1121
II. Przepisy KPA o udziale prokuratora w postępowaniu oraz dotyczące postępowań uproszczonych o charakterze administracyjnym	1125

§ 101. Podmioty postępowania w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów	1127
I. Ustawowy krąg stron postępowania	1127
II. Podmioty na prawach strony	1131
III. Incydentalni uczestnicy postępowania	1133
IV. Zastępstwo procesowe stron i uczestników postępowania	1134
§ 102. Postępowanie administracyjne przed Prezesem Urzędu i podejmowane w nim czynności procesowe	1135
I. Odrębności przedmiotowe postępowania	1135
II. Postępowanie wyjaśniające	1136
III. Wszczęcie postępowania w sprawach ochrony konkurencji lub konsumentów	1140
IV. Odrębności czynności postępowania przed Prezesem Urzędu	1142
Rozdział XXI. Współpraca instytucjonalna (ECN)	1157
§ 103. Uwagi ogólne	1157
§ 104. Geneza reformy	1158
§ 105. Rozporządzenie Nr 1/2003	1161
§ 106. Prymat prawa konkurencji UE	1162
§ 107. Współpraca Komisji i organów krajowych	1162
§ 108. Swobodny obieg dowodów	1166
§ 109. Możliwość zawieszenia lub zakończenia postępowania	1167
§ 110. Komitet Doradczy	1168
§ 111. Programy <i>leniency</i>	1169
§ 112. Funkcjonowanie ECN	1171
Rozdział XXII. Postępowania sądowe	1177
§ 113. Ustrój sądownictwa	1178
I. Uwagi wstępne	1178
II. Istota i zakres władzy sądowniczej	1179
III. Prawo do sądu	1181
IV. Sprawowanie wymiaru sprawiedliwości przez sądy powszechne i sądy administracyjne	1185
V. Rozgraniczenie właściwości sądów powszechnych i sądów administracyjnych	1187
§ 114. Ewolucja sądownictwa z zakresu ochrony konkurencji	1190
I. Sąd Kartelowy	1190
II. Naczelny Sąd Administracyjny	1191
III. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów	1192
§ 115. Postępowanie sądowe w sprawach z zakresu ochrony konkurencji	1194
I. Zagadnienia ogólne	1194
II. Właściwość rzeczowa	1196
III. Strony i uczestnicy postępowania	1200
IV. Wszczęcie postępowania	1201
V. Czynności sądu	1205
VI. Orzeczenia	1209
VII. Postępowanie apelacyjne i kasacyjne	1213
VIII. Inne sądy	1213
IX. Perspektywy ustroju sądownictwa w sprawach z zakresu ochrony konkurencji	1215
Rozdział XXIII. Sankcje z tytułu naruszeń ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów	1221
§ 116. Cywilnoprawne skutki porozumień	1224
I. Sankcja nieważności w ustawie antymonopolowej	1224

II. Nieważność w prawie cywilnym	1225
III. Częściowa nieważność	1227
IV. Nieistniejące czynności prawne	1230
V. Zakres zastosowania sankcji nieważności	1231
VI. Kompetencje organów antymonopolowych i sądu w przedmiocie stwierdzenia nieważności i dochodzenia roszczeń cywilnoprawnych ..	1232
VII. Inne cywilnoprawne skutki porozumień	1238
VIII. Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji	1241
IX. Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	1242
X. Skuteczność zobowiązań i odpowiedzialność uczestników porozumienia	1243
XI. Podstawy rozliczeń pomiędzy uczestnikami porozumienia	1244
XII. Cywilnoprawne skutki porozumień dotyczące osób niebędących uczestnikami porozumienia	1245
XIII. Roszczenia publikacyjne	1253
XIV. Roszczenia o ustalenie	1254
XV. Roszczenie o zapłatę sumy pieniężnej w przypadku umyślnego naruszenia przepisów prawa konkurencji	1254
XVI. Sytuacja prawna konsumentów	1255
XVII. Sankcja nieważności w prawie europejskim	1257
XVIII. Inne skutki cywilnoprawne porozumień	1261
§ 117. Sankcje administracyjnoprawne	1262
I. Sankcje w sprawach praktyk ograniczających konkurencję	1262
II. Sankcje w sprawach koncentracji	1274
III. Sankcje w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów	1286
§ 118. Sankcje penalne w polskim prawie antymonopolowym	1291
I. Charakter kar pieniężnych w prawie antymonopolowym	1291
II. Rodzaje kar pieniężnych – klasyfikacje i podstawy prawne ich stosowania	1299
III. Zasady stosowania kar pieniężnych	1328
IV. Wykonywanie decyzji nakładających kary	1348
Rozdział XXIV. Prokonkurencyjne regulacje sektorowe	1351
§ 119. Regulacja prokonkurencyjna w sektorach infrastrukturalnych ..	1354
I. Rozwój prokonkurencyjnej regulacji sektorowej i jej miejsce w doktrynie	1354
II. Prokonkurencyjna regulacja sektorowa jako odrębna funkcja interwencji publicznej w gospodarce	1360
III. Prokonkurencyjna regulacja sektorowa (sektorów infrastrukturalnych) – charakterystyka ogólna	1366
§ 120. Regulacja prokonkurencyjna w sektorze komunikacji elektronicznej	1373
I. Wprowadzenie	1373
II. Regulacja rynków telekomunikacyjnych	1379
III. Usługa powszechna	1386
IV. Dysponowanie zasobami telekomunikacyjnymi	1388
§ 121. Regulacja prokonkurencyjna w sektorze energetycznym – elektroenergetyce, gazownictwie i energetyce ciepłej	1391
I. Uwagi wprowadzające	1391
II. Tworzenie warunków powstania i rozwoju konkurencji w sektorze energetycznym	1396
III. Zapewnienie świadczenia usług powszechnych	1411

§ 122. Regulacja prokonkurencyjna w sektorze transportu kolejowego	1415
I. Uwagi wstępne	1415
II. Instrumenty służące tworzeniu warunków rozwoju konkurencji	1418
III. Zapewnienie usługi publicznej	1430
§ 123. Regulacja prokonkurencyjna w sektorze transportu lotniczego	1433
I. Charakter sektora transportu lotniczego a regulacja prokonkurencyjna	1433
II. Tworzenie warunków konkurencji na rynkach usług sektora lotniczego	1435
III. Obowiązek użyteczności publicznej	1443
§ 124. Regulacja prokonkurencyjna w sektorze usług pocztowych	1444
I. Specyfika sektora determinująca sposób liberalizacji rynku pocztowego	1444
II. Zagwarantowanie świadczenia usług powszechnych	1447
III. Tworzenie warunków konkurencji w sektorze pocztowym	1453
Rozdział XXV. Karnoprawna ochrona konkurencji	1455
§ 125. Przedmiot karnoprawnej ochrony konkurencji	1456
§ 126. Zasady karnoprawnej ochrony konkurencji	1458
I. Komplementarność ochrony karnoprawnej konkurencji	1458
II. Zasada <i>ultima ratio</i> prawa karnego	1459
III. Blankietowość przepisów prawa karnego chroniącego konkurencję	1460
§ 127. Zasady odpowiedzialności za przestępstwa i wykroczenia	1462
I. Zasady odpowiedzialności karnej za przestępstwa	1462
II. Zasady odpowiedzialności karnej za wykroczenia	1465
§ 128. Konkurencja jako przedmiot ochrony karnoprawnej	1466
§ 129. Przestępstwa przeciwko konkurencji	1468
I. Przestępstwa nieuczciwej praktyki rynkowej	1468
II. Przestępstwa naruszenia tajemnicy przedsiębiorstwa	1472
III. Przestępstwo oszukańczego splagiatowania produktu	1474
IV. Przestępstwo sprzedaży lawinowej	1476
§ 130. Wykroczenia przeciwko konkurencji	1478
I. Wykroczenie odmowy współpracy z rzecznikiem konsumentów	1478
II. Wykroczenie agresywnej praktyki rynkowej	1479
III. Wykroczenie oszukańczego oznaczenia towaru albo usługi	1479
IV. Wykroczenie sprzedaży bonusowej	1480
V. Wykroczenia nierzetelnego informowania o przedsiębiorstwie	1481
Indeks rzeczowy	1483