

Warszawa, dnia 16 listopada 2023 r.

Dr hab. Katarzyna Chałubińska-Jentkiewicz, prof. ASzWoj

Katedra Prawa Informatycznego

Wydział Prawa i Administracji

Akademia Sztuki Wojennej

Recenzja rozprawy doktorskiej pani mgr Karoliny Grosickiej ¹

I. Kryteria oceny

Kryteria oceny osiągnięć osoby ubiegającej się o nadanie stopnia doktora zostały określone w art. 186 ust. 1 pkt 4 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (tj. Dz. U. z 2023 r. poz. 742 z późn. zm.). Zgodnie z art. 186 ust. 1 pkt 4, ww. ustawy przedmiotem recenzji jest maszynopis rozprawy doktorskiej zatytułowanej „*Ograniczenia prawa reklamy w zawodach zaufania publicznego*”.

II. Przedmiot oceny

Pani mgr Karolina Grosicka przedstawiła do oceny w przewodzie doktorskim osiągnięcie naukowe stanowiące rozprawę pt. „*Ograniczenia prawa reklamy w zawodach zaufania publicznego*”.

III. Ocena osiągnięcia naukowego – rozprawy pt. „Ograniczenia prawa reklamy w zawodach zaufania publicznego”.

1. Temat i zakres pracy

W systemie prawa polskiego, na gruncie przepisów konstytucyjnych została określona organizacja tzw. „zawodów zaufania publicznego”, która dotyczy kwestii decentralizacji w realizacji zadań publicznych, do których możemy zaliczyć wybrane profesje, a których zasady określają samorządy zawodowe (Doktorantka podkreśla etyczny charakter ich działalności, w

¹ Podstawa sporządzenia recenzji:

- 1) Wszczęcie przewodu doktorskiego na podstawie uchwały Rady Naukowej Instytutu Prawa SWPS Uniwersytetu Humanistycznospołęcznego.
- 2) Powołanie w skład Komisji w charakterze recenzenta uchwałą Rady Naukowej Instytutu Prawa SWPS Uniwersytetu Humanistycznospołęcznego zgodnie z art. 190 ust. 2 Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (tj. Dz. U. z 2023 r. poz. 742 z późn. zm.).
- 3) Pismo dyrektor Instytutu Prawa SWPS Uniwersytetu Humanistycznospołęcznego dr hab. Teresy Gardockiej prof. SWPS z dnia 3 lipca 2023 r.

tym zaangażowanie w rozwiązywanie problemów natury moralnej z uwzględnieniem aksjologii właściwej dla danego typu profesji). Jedną z kluczowych regulacji w obszarze działania zawodów zaufania publicznego jest kwestia ograniczeń i zakazu reklamy, którą Doktorantka poddała dodatkowo szczególnej analizie w poszczególnych częściach pracy. Doktorantka wskazuje jako podstawową tezę pracy, iż ograniczenie prawa reklamy w zawodach zaufania publicznego ma na celu ograniczenie konkurencji wśród przedstawicieli tych zawodów, ponieważ są to zawody, które wymagają od ich przedstawicieli wysokich kwalifikacji i reprezentowania określonych postaw. Ponieważ muszą oni dbać o godność zawodu i zaufanie, które wzbudzają w społeczeństwie, a reklama zwłaszcza ta niestosowna dotycząca wizerunku i usług mogłaby naruszać godność zawodu i zaufanie do niego.

W świetle powyższych założeń, zadanie badawcze postawione przez Doktorantkę dotyczy odpowiedzi na istotne pytania: 1) Jaki jest cel ograniczania prawa reklamy w zawodach zaufania publicznego? 2) Czy ograniczenia prawa reklamy zawodów zaufania publicznego są zgodne z uregulowaniami prawa Unii Europejskiej? 3) Czy całkowite zniesienie ograniczeń prawa reklamy w zawodach zaufania publicznego jest zasadne i słuszne?

Doktorantka uzasadnia potrzebę zmian, które podyktowane są postanowieniami Dyrektywy 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 roku dotyczącej usług na rynku wewnętrznym zakazy prawa reklamy zawodów zaufania publicznego są sprzeczne z powyższymi. Państwa członkowskie są zobowiązane usunąć całkowite zakazy odnoszące się do informacji handlowych zawodów regulowanych, są równocześnie zobowiązane zapewnić zgodność tych informacji handlowych odnoszących się szczególnie do niezależności, godności i uczciwości zawodowej, do tajemnicy zawodowej z regułami dotyczącymi realizacji zawodu, zgodnie z prawem Unii Europejskiej, w sposób właściwy dla szczególnego charakteru profesji. Doktorantka odwołuje się także do postanowień dyrektywy Dyrektywy 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 roku w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego, gdzie w art. 1 ust. 1 wskazuje się, że jej postanowienia dążą do prawidłowego funkcjonowania rynku wewnętrznego poprzez zagwarantowanie swobodnego przepływu usług społeczeństwa informacyjnego między członkami Unii Europejskiej. Na mocy tego aktu prawnego członkowie zawodów regulowanych powinni móc korzystać z usług społeczeństwa informacyjnego, aby mieć możliwość promowania swoich usług, pod warunkiem zgodności informacji handlowych (zgodnie z przepisami dyrektywy to taka informacja, która promuje choćby pośrednio towary, usługi lub wizerunek firmy, organizacji

lub jednostki prowadzącej działalność handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub reprezentującą zawód regulowany) z zasadami wykonywania zawodu, które dotyczą szczególnie niezależności, godności, tajemnicy zawodowej, prestiżu zawodowego i rzetelności. Państwa członkowskie mogą podejmować środki ograniczające to uprawnienie jednak muszą one być uzasadnione m.in. porządkiem publicznym, ochroną zdrowia publicznego, bezpieczeństwem publicznym, ochroną konsumentów, muszą być proporcjonalne do tych celów. Komisja Europejska w związku z naruszeniem postanowień powyższej dyrektywy pozwała Polskę do Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej za obowiązujący w polskim prawie nieuzasadniony i nieproporcjonalny w zakresie interesu zdrowia publicznego zakaz reklamy aptek i ich działalności. Podjęta w pracy tematyka stanowi niezwykle interesujący problem konfliktu z jednej strony pomiędzy interesem indywidualnym osób wykonujących zawód zaufania publicznego i prowadzących w tym obszarze działalność gospodarczą a zasadami przyjmowanymi na gruncie działalności samorządów stojących na straży interesu publicznego, z drugiej strony regulacji i samoregulacji krajowych podyktowanych względami interesu publicznego i przyjętej aksjologii a interesem ogólnym Unii Europejskiej (UE) opartym na traktatowej regule swobody wymiany towarów i usług na jednolitym rynku wspólnym UE.

Należy zaznaczyć, iż problem ograniczeń wskazanych powyżej, jest traktowany w literaturze przedmiotu albo ogólnie i pobieżnie, albo wybiórczo, poprzez skupienie uwagi tylko na jednym z wybranych rodzajów zawodu zaufania publicznego, które Doktorantka kategoryzuje na dwie podstawowe grupy zawodowe (zawody prawnicze i samorzady reprezentujące zawody medyczne) bez analizy systemowej tego zagadnienia. Celem rozprawy, jak podkreśla Doktorantka we Wprowadzeniu (str. 20) jest przeprowadzenie pełnej, kompleksowej analizy zakresu ograniczeń a nawet zakazów, które zdaniem Doktorantki mogą utrudniać skorzystanie z pomocy profesjonalisty i sprzyjać nadużyciom w zakresie reklamy przedstawiciela zawodu zaufania publicznego i jego usług. Należy zauważyć, że przedstawiona do oceny rozprawa nie jest kolejną próbą wypracowania generalnego rozwiązania kwestii ograniczeń czy zakazów. Chociaż w pracy wielokrotnie zostało podkreślone znaczenie problemowej samoregulacji – zwłaszcza w części odnoszącej się do kwestii ograniczeń dla poszczególnych profesji, to takie podejście analityczne utrudnia ostateczne ustalenie głównego celu badawczego, którym według Doktorantki jest ocena dotychczasowych interpretacji i przedstawienie nowego spojrzenia na rozwiązania prawne w zakresie realizacji podstawowych zadań przez przedstawicieli zawodów zaufania publicznego. Tematyka podjęta w rozprawie jest niewątpliwie aktualna, wiele zagadnień na obecnym etapie nie da się rozwiązać, jednak bez

prac badawczych, obejmujących diagnozę obecnego stanu i identyfikację potrzeb, trudno jest podejmować działania naprawcze. Wybór omawianej w pracy problematyki należy zatem uznać za trafny i niezwykle interesujący.

2. Kompozycja pracy

Konstrukcja pracy jest przejrzysta i odpowiada jej tematowi. Doktorantka dokonała podziału rozprawy, w ramach którego łącznie znajdują się trzy rozdziały, podzielone na mniejsze jednostki redakcyjne. Żadna z części nie została opatrzona uwagami wstępnymi (*wprowadzeniem*), czy podsumowaniem (*wnioski*), co byłoby trafnym rozwiązaniem wspierającym czytelnika w analizie przeprowadzonego wywodu.

Przedstawiona do oceny rozprawa liczy 215 stron, w tym zawiera 198 stron tekstu merytorycznego, a nadto: spis treści, słowa kluczowe, wykaz orzecznictwa i zestawienie literatury. Objętość poszczególnych części jest względnie zrównoważona i symetryczna, zarówno pod względem liczby stron (Część pierwsza – 31 stron, Część druga - 22 strony, Część trzecia – 107 – ta największa objętościowo część stanowi analizę poszczególnych regulacji dotyczących wybranych zawodów zaufania publicznego podzielonych według dwóch głównych kategorii jak i wskazując wybrane nieskategoryzowane zawody), jak i wewnętrznego podziału każdej części.

3. Strona warsztatowa

Generalnie strona warsztatowa pracy nie budzi zastrzeżeń. Doktorantka kompetentnie posługuje się językiem prawniczym, nadto dokonuje właściwego przekładu ze źródeł w językach obcych. Wywody należy uznać za precyzyjne i konsekwentne. Bibliografia obejmuje 50 pozycji, przy czym są to najważniejsze pozycje związane z podejmowaną tematyką, przytoczone orzecznictwo jest bogate. Dodatkowo Doktorantka posłużyła się źródłami internetowymi zawsze podając daty dostępu. Należy przyjąć, że są to omyłki pisarskie, jednak nieco wprowadzające chaos w generalnie bardzo sprawnie prowadzonym przez Doktorantkę wywodzie.

4. Treść merytoryczna

Podjęte zadanie badawcze Doktorantka wykonała w sposób satysfakcjonujący, przedstawiając merytorycznie poprawną rozprawę doktorską. Na podkreślenie zasługują obszernie nawiązania do literatury krajowej oraz przegląd rozwiązań zagranicznych z tłumaczeniem źródeł, przywołanie orzecznictwa, ciekawych źródeł internetowych, nie

odnoszące się jednak do regulacji w zakresie wyłączeń w pozaeuropejskich systemach prawnych, co niewątpliwie wzbogacałoby przeprowadzony wywód.

Rozprawę otwierają uwagi dotyczące podstawowego problemu – ograniczeń i zakazów reklamy w zawodach zaufania publicznego. I tak, jeśli chodzi o rozważania dotyczące pojęcia zawodu zaufania publicznego, Doktorantka stara się je określić zarówno kierując się ich rozumieniem w doktrynie zagranicznej i krajowej. Opinia Doktorantki co do przyszłych rozwiązań byłaby tu ciekawą dodatkową uwagą w kontekście porównywanych rozwiązań przyjętych na gruncie zagranicznych regulacji, jak i na gruncie polskim. Przede wszystkim na uwagę zasługuje kwestia bardzo dyskusyjna związana z definiowaniem zakresu ograniczeń na poziomie krajowym państw członkowskich uwzględniających ich interes publiczny, bowiem doktorantka wielokrotnie podkreśla iż jest to właśnie interes publiczny stanowi uzasadnienie ograniczeń działalności reklamowej, która także jest działalnością gospodarczą, i która może być poddana ograniczeniom wynikającym z celów interesu publicznego. Doktorantka nie definiuje szczegółowo tych celów, wskazując na brak jednej reguły ustalenia przesłanek ustawowych ograniczeń w odniesieniu do każdego rodzaju zawodów zaufania publicznego. Doktorantka przyjmuje tezę, iż problematyka ograniczeń nie zawsze odnosi się do zawodów zaufania publicznego, które bezpośrednio związane są z realizacją zadań publicznych, odnoszą się do rodzaju służby publicznej i misji publicznej. Bowiem nie w każdym przypadku ograniczeń został uwzględniony aspekt definicyjny dotyczący zawodu zaufania publicznego, wynikający z ratio legis art. 17 ust. 1 Konstytucji RP. Doktorantka przeprowadziła analizę tego pojęcia odwołując się przede wszystkim do ujęcia konstytucyjnego art. 17 ust.1 Konstytucji RP. Wydaje się, że takie stanowisko jest słuszne, ponieważ należy podkreślić, iż zawód zaufania publicznego polega na zaspokajaniu istotnych osobistych potrzeb ludzkich, z czym wiąże się przetwarzanie informacji dotyczących życia osobistego. Pełnienie wysokich wymagań stawianych przez ustawodawcę osobom wykonującym zawód zaufania publicznego jest uzasadnione tym, iż powierzone są im zadania o szczególnym charakterze lub szczególnej doniosłości z punktu widzenia zadań państwa, troski o realizację interesu publicznego czy gwarancji wolności i praw jednostki.

Należy zauważyć, że wymóg "nieskazitelności charakteru" ustawodawca stawia nie tylko wobec kandydatów do zawodu adwokata, ale także w wielu innych przypadkach. Współczesny ustawodawca wymaga od kandydatów do służby publicznej (np. sędziów, prokuratorów, urzędników państwowych i pracowników państwowej służby cywilnej) nieskazitelności charakteru i nieposzlakowanej opinii. Takich właśnie cech kandydatów, jak nieskazitelny charakter i nienaganna postawa etyczna wymagają także m.in. korporacje

notarialna i lekarska². Warunki te dotyczą dostępu do zawodu oraz zasad jego wykonywania. W ocenie Trybunału Konstytucyjnego, przekazanie upoważnienia do ingerencji w pewne konstytucyjne wolności osób wykonujących zawód zaufania publicznego samorządom zawodowym może być w określonych warunkach uzasadnione, a nawet uznane za zgodne z potrzebami "należytego wykonywania" zawodów reglamentowanych. Upoważnienie to nie może jednak mieć charakteru blankietowego (tak TK w wyroku w sprawie o sygn. P 21/02³). Należy wskazać, że "przystąpienie przez daną osobę - po spełnieniu ustawowo określonych warunków - do określonej korporacji zawodowej (...) jest równoznaczne z wolicjonalnym poddaniem się przez nią «pieczy nad należytym wykonywaniem zawodu»", a tym samym "stanowi dobrowolne poddanie się unormowaniom wewnątrz korporacyjnym"⁴.

Idąc tym tropem Doktorantka podejmuje wyzwanie, iż zawody zaufania publicznego wyodrębnione ze względu na swoje cechy szczególne słusznie posiadają ograniczenia prawa reklamy, które służą właściwemu ich wykonywaniu, sprzyjają samorządom zawodowym, przedstawicielom zawodów zaufania publicznego i klientom/pacjentom. Te ograniczenia nie mogą być jednak nadmierne, a niezbędne dla osiągnięcia wskazanego powyżej celu, dlatego też ograniczenie w postaci zastrzeżenia, że reklama nie będzie podważała zaufania do zawodu zaufania publicznego adresuje Jej zdaniem większość, jeśli nie wszystkie zagrożenia związane z „niewłaściwą reklamą i reklamowaniem się” tego typu zawodów. Zdaniem Doktorantki pojęcie zaufania dotyczy zaufania m.in. do osoby, treści, które przedstawia, kompetencji, które posiada, ale także szacunku do takiej osoby, pewności, że przedstawiciel zawodu zaufania publicznego daje rękojmię prawidłowego wykonywania zawodu i reprezentowania interesów osoby, która powierza mu swoje najcenniejsze dobra. „To wiara, że reprezentant zawodu zaufania publicznego zachowa się w oczekiwany i określony sposób”. Rozważania tu przytaczane dotyczą kluczowej dla zawodów zaufania publicznego kwestii etyki i moralności publicznej, co uzasadnia i charakter przeprowadzonego wywodu w rozprawie i wybrana przez Doktorantkę metodę badawczą.

Praca została podzielona na trzy części, jednocześnie stanowiących rozdziały pracy, w których zawarte zostały rozważania dotyczące samodzielnych zagadnień tematycznych.

Pierwsza część (*Reklama*) zawiera omówienie aspektów historycznych regulacji związanej z reklamą i przekazem handlowym, włączeniami przedmiotowym w prawie reklamy. W części tej w sposób interesujący przedstawiono genezę problematyki ograniczeń

² Wyrok TK z 7.05.2002 r., SK 20/00, OTK-A 2002, nr 3, poz. 29.

³ Postanowienie TK z 22.10.2003 r., P 21/02, OTK-A 2003, nr 8, poz. 90.

⁴ Wyrok TK z 23.04.2008 r., SK 16/07, OTK-A 2008, nr 3, poz. 45.

reklamowych, prezentując takie zagadnienia, jak m.in.: bezwzględne i względne zakazy reklamy towarów i usług. W części tej Doktorantka wskazuje na problem zakresu regulacji. Zważywszy jednak na definicyjny charakter rozdziału w tej części Doktorantka dokonuje w sposób interesujący przede wszystkim zestawienia definicji reklamy, obowiązującej w poszczególnych obszarach regulacyjnych z ograniczeniami.

Druga część (*Zawód, wolny zawód, zawód regulowany, zawód zaufania publicznego*) otwiera zakres tematyczny rozprawy, w którym Doktorantka koncentruje się na zagadnieniach związanych z definicjami poszczególnych rodzajów profesji o szczególnym charakterze oraz dokonuje kwalifikacji tych zawodów w świetle postawionej na wstępie rozprawy tezy.

Trzecia część pracy i najważniejsza merytorycznie (*Reklama w zawodach zaufania publicznego reprezentowanych przez samorządy zawodowe zawodów zaufania publicznego o których mowa w art. 17 ust. 1 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej*) odnosi się do reguł rządzących reklamą poszczególnych zawodów zaufania publicznego. W tym bardzo interesującym rozdziale pracy Doktorantka odwołuje się do pojęć z zakresu prawa publicznego, niestety pomijając tak obszerny i bogaty dorobek prawa administracyjnego, co w pewnym stopniu powoduje, że Doktorantka wkracza tematycznie w obszar zagadnień niedostatecznie znanych, które niekoniecznie wymagają aż tak pogłębionej analizy, jak to zostało uczynione w rozprawie, a ostatecznie nie stanowią także kluczowych elementów wyводу. W analizie ograniczeń dotyczących funkcjonowania poszczególnych profesji Doktorantka używa pojęcia „interesu publicznego” nie odwołując się jednak do definicji zawartych w bogatej na ten temat literaturze przedmiotu oraz do orzecznictwa. Podobnie nie zostało w pełni zdefiniowane pojęcie „zadania publicznego”, które także posiada wiele definicji w literaturze teorii prawa administracyjnego. Wymagane byłoby podjęcie próby odwołania się do prawa publicznego w tym względzie, nie tylko analizy w kontekście przepisu konstytucyjnego. Cechą regulacji administracyjnoprawnych jest niespotykana w innych gałęziach prawa dynamika i zmienność przepisów. Dotyczy to także kwestii pojęć podstawowych. Prawo administracyjne odnoszące się w naturze swojej do spraw publicznych stanowi dziedzinę niezwykle „wrażliwą” na zawirowania ustrojowe, polityczne, społeczne i ekonomiczne, które niejednokrotnie skłaniają do rewizji określonych pojęć. Dlatego tak kluczowe znaczenie mają tu pojęcia władzy publicznej, zadań publicznych, interesu publicznego, które są z natury swej pojęciami niedookreślonymi, ale niepozbawionymi definicji w teorii (*vide* np. E. Ura, *Pojęcie władzy publicznej* [w:] *Władza w przestrzeni administracji publicznej*, red. Z. Duniewska, R. Lewicka, M. Lewicki, Warszawa 2020). Można tu było poddać analizie to pojęcie w kontrze do celów interesu ogólnego, które stanowią podstawę rozwiązań unijnych.

W części dotyczącej pojęcia realizacji „zadania publicznego” przez przedstawicieli zawodu zaufania publicznego brakuje uwagi odnoszącej się do realizacji zadań publicznych przez podmioty sektora prywatnego (chodzi tu o prywatyzację realizacji zadań publicznych), co jednak mogłoby wzbogacić analizę pod względem przedmiotowej koncepcji ograniczeń reklamowych, prowadzonej w rozprawie przez Doktorantkę. Należy podkreślić, że jest to tylko szczegół nie wpływający na wywód zaprezentowany w pracy.

Chociaż analiza ta ma charakter przede wszystkim sprawozdawczy, to pokazuje ogromne zaangażowanie badawcze Doktorantki i wnikliwe spojrzenie na wybrane zagadnienia poddane analizie. W podsumowaniu tej części pracy Autorka dokonała zestawienia w oparciu o własne badania. Podsumowanie odnoszące się do kwestii potrzeby wskazania wybranych regulacji, gdzie wykazano związek ograniczeń z zadaniami określonych podmiotów, którego to rozszerzenia regulacji nie można odnaleźć na gruncie krajowego systemu prawnego, to zabieg niezwykle właściwy, choć pozostawia miejsce do wypełnienia w zakresie wniosków końcowych całej rozprawy. Otóż wydaje się, że brakuje tu bezpośredniego odniesienia do systemowego ujęcia kwestii ograniczeń na rzecz ochrony interesu publicznego. Zamysł Autorki jest mimo to czytelny, chociaż zmusza do jego poszukiwania w prowadzonych rozważaniach.

Podsumowując, na szczególną uwagę zasługuje ta część pracy, w której Doktorantka omawia kwestie związane z realizacją zadań publicznych. Tak przyjęta koncepcja rozprawy podkreśla wpływ realizacji interesu publicznego na regulacje zawodu zaufania publicznego. Jednak Doktorantka nie wiąże jej bezpośrednio z realizacją określonych zadań publicznych, lecz zwraca ostatecznie uwagę na niedoskonałości przyjętych obecnie rozwiązań. Tematyka ta stanowić mogłaby przedmiot dalszych, może obszerniejszych rozważań. Uwagi związane z realizacją zadań publicznych, które uzasadniają ograniczenia w działalności reklamowej zawarte w tej części pracy, są nie tylko interesujące dla czytelnika lecz także niezmiernie ważne dla procesu przyszłych regulacji związanych z sytuacjami dotyczącymi aksjologii i moralności publicznej, w tych obszarach, które stanowią domenę krajową. Chociaż słusznie Doktorantka podkreślił znaczenie reklamy internetowej i jej transgranicznego charakteru, wskazując i praktykę i regulacje dyrektywy e-commerce. W efekcie może dojść bądź do pewnego konfliktu interesów, bądź do ich permanentnego naruszania, jeśli zważyć na istotne różnice zachodzące także pomiędzy różnymi grupami interesów i środowisk, w szczególności z uwagi na różnice celów i w sektorach prywatnym i publicznym, i w celach regulacji tego obszaru na poziomie unijnym i krajowym. W tym kontekście interesujący jest także następujący problem: jak dalece kompetencje przyznane samorządom zawodowym mogą

wpływać na krajowe rozwiązania, które kształtują zasady funkcjonowania zawodu zaufania publicznego, na poziom dostępu do rynku usług reklamowych. Pracę kończy Zakończenie, w którym Doktorantka przybliżyła i podsumowuje podjęty problem badawczy.

Bardzo trudny i ciekawy temat omówiony został dostatecznie i z dużym wyczuciem poruszanej problematyki. Obszernie i wyczerpująco Autorka zwraca uwagę na trudności związane z odpowiednimi regulacjami, nie pomija także stanowiska zajmowanego przez często przytaczane szerokie orzecznictwo.

5. Uwagi końcowe

Recenzowana praca prawidłowo przedstawia tematykę wskazaną w tytule. Postawione zadanie badawcze Doktorantka omówiła w sposób satysfakcjonujący na tym poziomie badań.

6. Konkluzja

Przedstawiona do recenzji praca pani mgr Karoliny Grosickiej pt. „Ograniczenia prawa reklamy w zawodach zaufania publicznego” spełnia wymogi stawiane rozprawom doktorskim i może stanowić podstawę dalszych etapów postępowania, w celu nadania Doktorantce tytułu doktora nauk prawnych.