Miejski Rzecznik Konsumentów
URZĄD MIASTA TYCHY
ul. Barona 30
43-100 Tychy
tel.: 32 776 36 77; 32 780 50 63
fax: 32 438 23 30

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI

MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W TYCHACH

ZA ROK 2018

Sprawozdanie stanowi wykonanie obowiązku wynikającego z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U Nr 50 poz. 331 z późn. zm.), na podstawie którego przedkładam Prezydentowi Miasta Tychy do zatwierdzenia roczne sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w roku ubiegłym.

Zatwierdzam:

Prezydent Miasta Tychy
/-/ mgr inż. Andrzej Dziuba
……

SPIS TREŚCI

I. Uwagi ogólne o działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach .. 3

1. Przepisy regulujące zakres działania Miejskiego Rzecznika Konsumentów 3
2. Struktura i organizacja biura Rzecznika 4

II. Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów 5

1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów 6
2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów 8
3. Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi 10
4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów 11
5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów 11
6. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym. 12

III. Wnioski końcowe 13

IV. Tabele dodatkowe zalecane przez UOKIK. 19

I. Uwagi ogólne o działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

1. Przepisy regulujące zakres działania Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Aktem nadrzędnym regulującym problematykę ochrony interesów konsumenta jest Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, która w art. 76 zobowiązuje władze publiczne do zapewnienia ochrony konsumentom, użytkownikom i najemcom przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Konstytucja pozostawia ustalenie zakresu tejże ochrony ustawom szczególnym.

Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 roku o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142 poz. 1592 z późn. zm.) zakłada natomiast, że ochrona praw konsumenta należy do zadań powiatu.

W oparciu o przepisy wynikające z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16 lutego 2007 roku (Dz. U. nr 50, poz. 331 z późn. zm.) należy uznać, iż podstawowym i nadrzędnym celem Miejskiego Rzecznika Konsumentów jest ochrona praw i interesów konsumentów. Zadanie to realizowane jest między innymi poprzez: zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej; składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów; występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów; współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej, organizacjami konsumenckimi oraz wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych.

Rzecznik Konsumentów może również wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować, za ich zgodą, do toczącego się już postępowania w sprawach o ochronę ich interesów. Zobowiązany jest także przekazywać na bieżąco delegaturom Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wnioski i sygnalizować problemy dotyczące ochrony konsumentów, które wymagają podjęcia działań przez organy administracji rządowej.

W sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów Rzecznik Konsumentów może natomiast pełnić funkcję oskarżyciela publicznego w rozumieniu

przepisów ustawy z dnia 24 sierpnia 2001 roku Kodeks postępowania w sprawach o wykroczenia (Dz. U. Nr 106, poz. 1148, z późn. zm.).

Ustawa kodeks postępowania cywilnego z dnia 17 listopada 1964 roku (Dz. U. z 1964 Nr 43 poz. 296 z późn. zm.) stanowi zaś podstawę do przedstawienia przez Rzecznika sądowi istotnego dla sprawy poglądu.

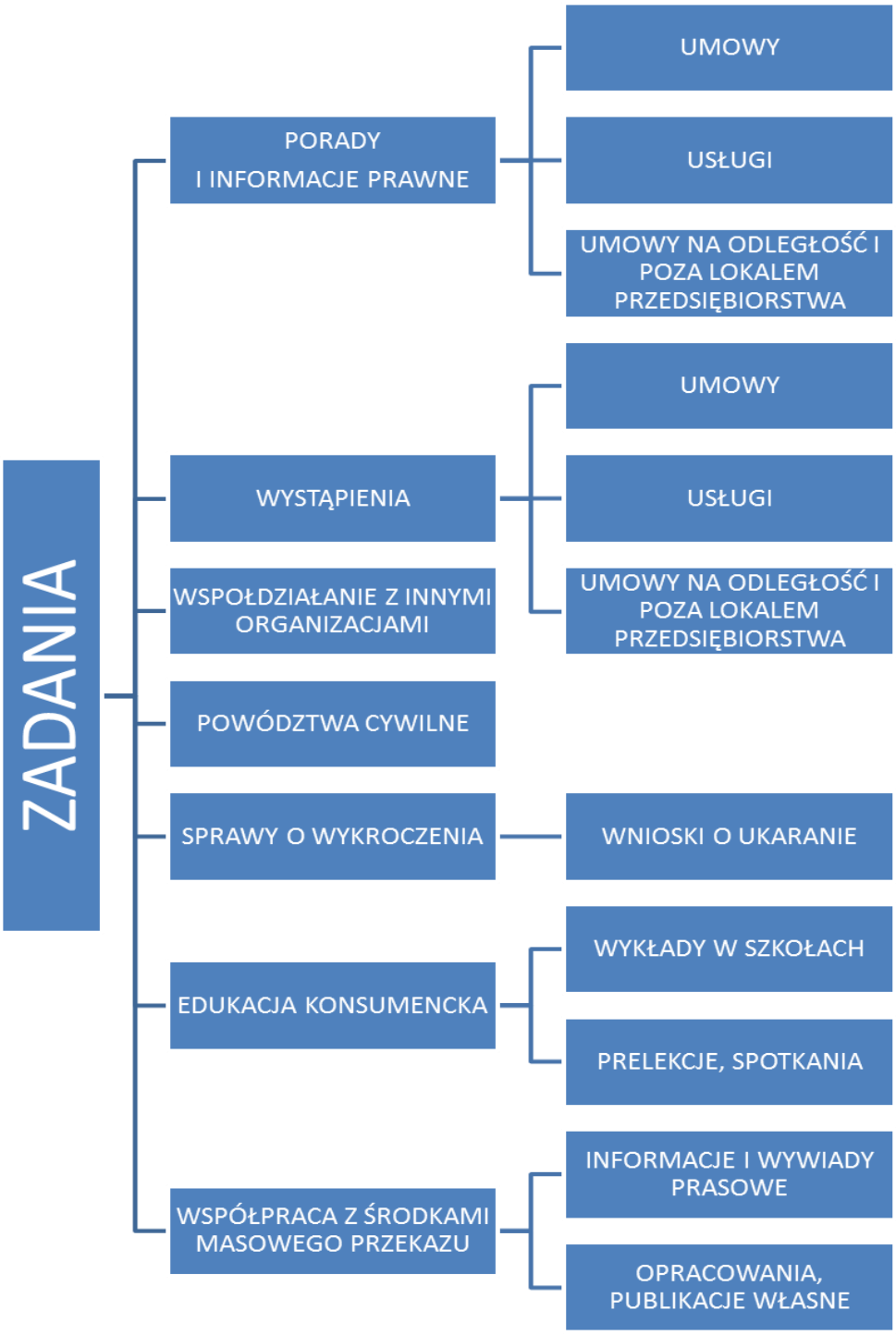
Dodatkowym obowiązkiem nałożonym przez Prezydenta Miasta Tychy w Zarządzeniu numer 120/66/18 z dnia 6 września 2018 roku w sprawie szczegółowego regulaminu organizacyjnego samodzielnego stanowiska Miejskiego Rzecznika Konsumentów, jest prowadzenie edukacji konsumenckiej.

2. Struktura i organizacja biura rzecznika

1. Województwo	**Śląskie**
2. Miasto /Powiat	**Tychy**
3. PRK/ MRK	**Miejski Rzecznik Konsumentów**
4. Imię i nazwisko Rzecznika Konsumentów	**Katarzyna Szostak – Zjawiony**
5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	**Wyższe prawnicze**
6. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.	**TAK**
NIE DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI „TAK" NA PYT. 6 **7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.**	**-** $\frac{3}{5}$ **etatu** **-** $\frac{1}{2}$ **etatu** **-** $\frac{2}{5}$ **etatu** **-** $\frac{1}{5}$ **etatu** **- inne, np. dyżury**
DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI NA PYT. 7 **8. Liczba dni/godzin w tygodniu, w których wykonywane są zadania Rzecznika Konsumentów (np. 5 razy w tygodniu po 3 godziny).**	
9. Rzecznik działa w ramach wyodrębnionego biura (art. 40 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) Proszę napisać TAK lub NIE.	**TAK**
10. Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.	**TAK**
11. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę).	**2**

II. Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów

Schemat opracowania niniejszego sprawozdania:



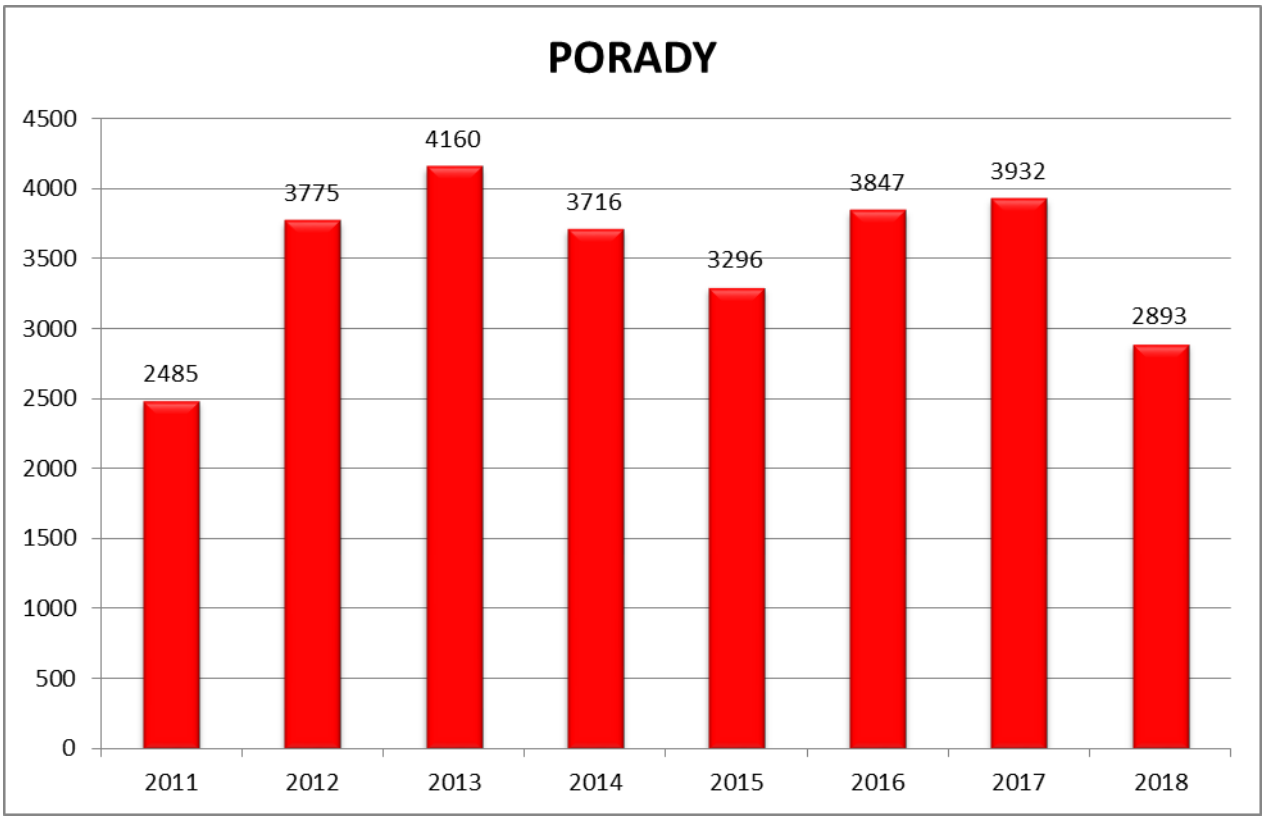
1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów

Miejski Rzecznik Konsumentów w sprawach związanych z ochroną praw i interesów konsumentów przyjmuje konsumentów osobiście lub poprzez pracownika biura, codziennie, w pełnym wymiarze czasu pracy. Porady udzielane są w różnorakiej formie, zarówno ustnej, jak i pisemnej bądź w formie elektronicznej. Generalnie, forma udzielenia porady jest uzgadniana indywidualnie, w zależności od potrzeby zgłaszanej przez konsumenta.

Wnoszone sprawy rejestrowane są w formie papierowej oraz elektronicznej w podziale na następujące kategorie: porady prawne, pomoc w sporządzeniu pisma, interwencja telefoniczna u przedsiębiorcy, wezwanie do usunięcia braków formalnych podania/wniosku o interwencję, wstąpienie rzecznika do sprawy za zgodą konsumenta, wskazanie organu właściwego do rozpoznania sprawy, pismo do wiadomości rzecznika, inne. Każda zgłaszana przez konsumenta skarga odnotowywana jest również na formularzu notatki służbowej wprowadzonym w tut. biurze w lipcu 2009 roku, który w kolejnym okresie został dostosowany do bieżących potrzeb. Notatka taka zawiera m.in. informacje odnośnie sposobu przyjęcia skargi konsumenta, rodzaju podjętych przez Rzecznika działań oraz wyniku przeprowadzonego postępowania.

Podczas spotkania pracownicy Wydziału przedstawiają konsumentom prawne możliwości rozwiązania zgłoszonego problemu, analizują zasadność skargi, wskazują konsumentom właściwe instytucje świadczące również pomoc w zakresie ochrony ich interesów bądź instruują skarżących przy sporządzaniu różnego rodzaju pism.

Realizując obowiązek wykonywania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej Miejski Rzecznik Konsumentów udzielił w roku ubiegłym **2.893 porady (w roku 2017 – 3.932 porady)**. Pomimo mniejszej ilości udzielonych porad, w porównaniu do roku ubiegłego, ich **struktura** przedstawia się niemalże identycznie.



Wykres nr 1: Porady prawne w latach 2011-2018

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

porady ustne	**2288**
w lokalu/ bez znaczenia	1921
poza lokalem	105
na odległość	126
informacje ogólne	9
inne (niekonsumenckie)	127

porady pisemne	**605**
w lokalu/ bez znaczenia	**455**
poza lokalem	**58**
na odległość	**47**
informacje ogólne	**4**
inne (niekonsumenckie)	**41**

Tabela nr 1: Struktura udzielonych porad w 2018 roku

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Bezpłatna porada i informacja prawna obejmuje również pomoc w sporządzaniu różnego rodzaju pism, zarówno tych wymienianych na etapie przedsądowym, jak i w trakcie toczącego się już postępowania sądowego. Oferowana pomoc w tym zakresie dotyczy m.in. sporządzania zgłoszeń reklamacyjnych, odwołań od decyzji przedsiębiorców, odstąpień od umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Niezwykle pomocne są więc stosowane od dłuższego czasu wzory i formularze, które w praktyce znacznie przyspieszają postępowanie.

W związku z faktem, iż do biura Rzecznika zgłaszają się w dużej mierze osoby starsze bądź nieporadne, pomoc w zakresie zredagowania wystąpień do przedsiębiorców lub wskazania precyzyjnej instrukcji dalszego postępowania okazuje się być konieczna.

Analizując zgromadzone dane pod kątem ilości udzielanych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy 2018 roku **średniomiesięcznie** odnotowano **287 skarg**, co stanowi średnio **14 porad udzielnych przez pracowników każdego dnia.**

miesiąc	porady ustne	porady pisemne	wystąpienia	RAZEM
styczeń	234	51	49	**334**
luty	153	48	34	**235**
marzec	193	55	41	**289**
kwiecień	197	59	38	**294**
maj	198	59	42	**299**
czerwiec	166	46	52	**264**
lipiec	203	63	49	**315**
sierpień	203	48	45	**296**
wrzesień	178	45	48	**271**
październik	204	47	64	**315**
listopad	182	44	53	**279**
grudzień	177	40	35	**252**
SUMA	**2288**	**605**	**550**	**3443**

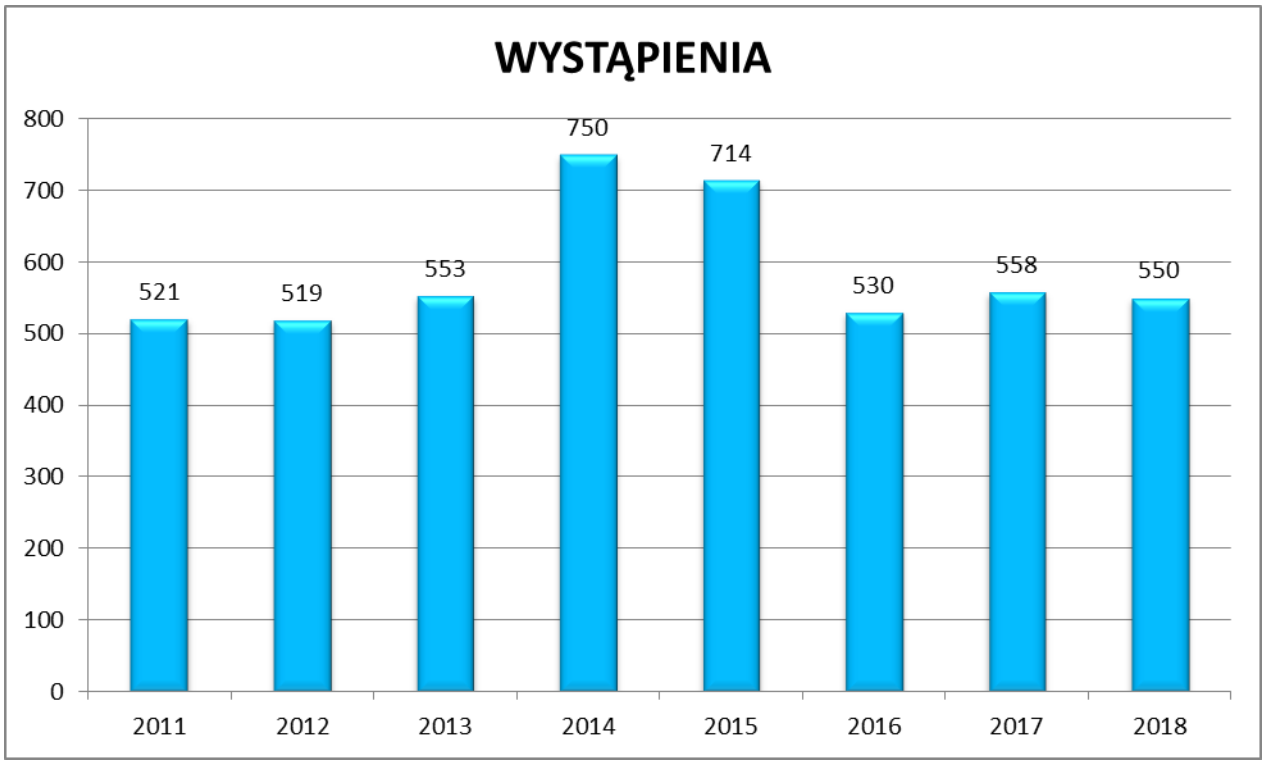
Tabela nr 2: Ilość wniesionych skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów

Wola przedsiębiorcy polubownego zakończenia sporu decyduje o wyborze formy interwencji Rzecznika. W niektórych typach spraw uświadomienie przedsiębiorcy jego obowiązków, a zarazem uprawnień konsumenta, podczas przeprowadzonej rozmowy telefonicznej okazuje się być wystarczające. W przypadku braku możliwości porozumienia się z profesjonalistą we wskazanej formie, konieczne jest wystąpienie Rzecznika z oficjalnym pismem i wszczęcie postępowania wyjaśniającego.

W roku sprawozdawczym Rzecznik skierował łącznie **550 wystąpień** do przedsiębiorców, podczas gdy w roku ubiegłym wszczęto 558 postępowań.



Wykres nr 2: Ilość wystąpień w latach 2011-2018

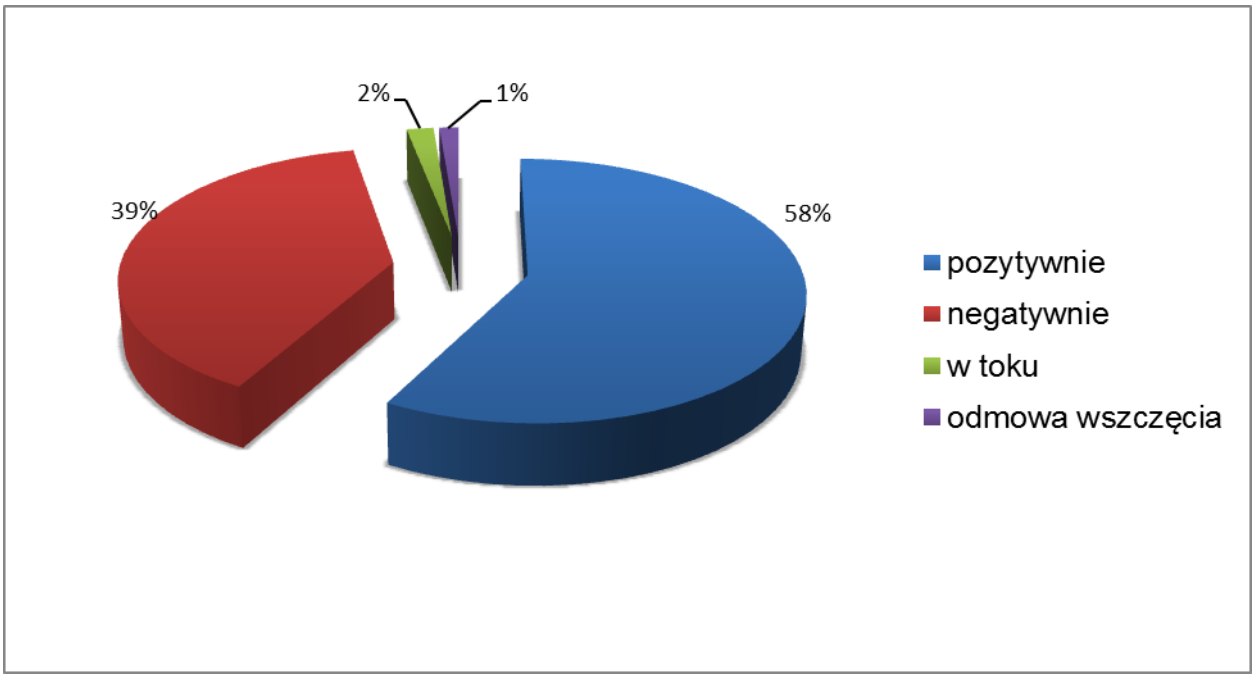
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

wystąpienia	550
w lokalu/ bez znaczenia	469
poza lokalem	25
na odległość	56

Tabela nr 3: Struktura wystąpień w 2018 roku

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Zadowalający jest nadal wynik prowadzonych przez Rzecznika postępowań. W roku sprawozdawczym wystąpienia Rzecznika doprowadziły do polubownego zakończenia sporu z przedsiębiorcą w **58%** spraw zakończonych na dzień sporządzenia sprawozdania. W 39% postępowań podjęte działania nie przyniosły pozytywnego dla konsumentów rozstrzygnięcia. Brak możliwości stwierdzenia powodzenia w pozostałym zakresie wynika z faktu, iż 2% spraw nadal jest w toku, natomiast w kolejnym 1% skarg odmówiono interwencji z uwagi na brak właściwości miejscowej bądź rzeczowej Rzecznika w danej sprawie.



Wykres nr 3: Wynik zakończonych postepowań prowadzonych w 2018 roku

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Każde z wystąpień zawiera propozycję polubownego załatwienia sporu. W przypadku braku możliwości rozstrzygnięcia sprawy za pośrednictwem biura Rzecznika, część spraw kierowanych jest na drogę postępowania sądowego przed sądem powszechnym bądź przed Stałym Polubownym Sądem Konsumenckim przy Inspekcji Handlowej lub też przed sądami polubownymi powołanymi przy innych instytucjach świadczących pomoc z zakresu ochrony interesów konsumentów.

3. Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi

W roku objętym niniejszym sprawozdaniem kontynuowano dotychczasową współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Urzędem Regulacji Energetyki czy z Komisją Nadzoru Finansowego m.in. poprzez udział w spotkaniach szkoleniowych, otrzymywanie wyjaśnień bądź materiałów edukacyjnych, stanowiących wsparcie w bieżącej pracy Rzecznika.

W roku sprawozdawczym Rzecznik Konsumentów w Tychach, zgodnie z właściwością rzeczową przekazał innym współpracującym instytucjom, tj. Wojewódzkim

Delegaturom Inspekcji Handlowych – 2 sprawy, Urzędowi Komunikacji Elektronicznej – 3 sprawy oraz Urzędowi Regulacji Energetyki - Koordynatorowi ds. negocjacji przy Prezesie Urzędu Regulacji Energetyki – 1 sprawę. W 2 sprawach złożono zawiadomienia do Prokuratury o podejrzeniu popełnienia przestępstwa.

W roku 2018, złożono również **11 zawiadomień** do UOKiK w sprawie podejrzenia stosowania przez przedsiębiorców niedozwolonych praktyk w zakresie postanowień umowy wpisanych do rejestru tzw. „klauzul niedozwolonych" lub nieuczciwych praktyk rynkowych.

4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów

W zakresie wskazanego uprawnienia w 2018 roku biuro Rzecznika przygotowało dla konsumentów **17 pozwów i innych pism procesowych**. W większości, w 10 sprawach, pozwy dotyczyły reklamacji z tytułu rękojmi i gwarancji, natomiast pozostałe 4 spraw dotyczyło nienależytego wykonania usług.

5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów

Celem zapewnienia sprawności i skuteczności interwencji Rzecznika ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje element nacisku na przedsiębiorcę w postaci kary grzywny, w razie braku ustosunkowania się do wystąpienia Rzecznika. W przypadku bezczynności przedsiębiorcy Rzecznik może wystąpić do sądu z wnioskiem o ukaranie grzywną na zasadach i w trybie wynikającym z Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia. W 2017 roku w **12 sprawach** wystąpiono z wnioskami o ukaranie. Na dzień sporządzenia sprawozdania 1 postępowanie zostało wstrzymane. W kolejnych 7 sprawach Policja, na podstawie przekazanego materiału dowodowego, skierowała do sądów wnioski o ukaranie przedsiębiorców. W 1 sprawie złożono wniosek o odstąpienie od ukarania przedsiębiorcy w związku z zaspokojeniem roszczeń reklamacyjnych konsumenta. Pozostałe sprawy nie znalazły swojego finału w roku sprawozdawczym.

6. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym

W roku sprawozdawczym kontynuowano realizację cyklu zajęć z zakresu edukacji konsumenckiej z uczniami tyskich szkół publicznych. W zależności od zgłaszanego zapotrzebowania na spotkania o tematyce konsumenckiej przez dyrektorów i nauczycieli placówek, Rzecznik przeprowadził łącznie **13 prelekcji** w: I Liceum Ogólnokształcącym, II Liceum Ogólnokształcącym i III Liceum Ogólnokształcącym w Tychach, TEB Edukacja sp. z o.o., Szkole Podstawowej nr 10, Zespole Szkół nr 4, Zespole Szkolno-Przedszkolnym nr 1.

Tematyka zajęć każdorazowo uzgadniana jest z organizatorem spotkań, czasem podporządkowana programowi szkolnemu, w szczególności dotyczy sprzedaży konsumenckiej, zawierania umów na odległość i poza lokalem przedsiębiorcy. W ramach prowadzonych zajęć prócz wykładu Rzecznika, rozpowszechniane są ulotki informacyjno – edukacyjne, znajdujemy czas na wyjaśnienie bieżących wątpliwości z zakresu ochrony praw konsumentów zgłaszanych zarówno przez uczniów, jak i nauczycieli szkół.

Ponadto, w dniu 30 sierpnia 2018 roku w Domu Pomocy Społecznej Wrzos w Tychach odbyła się prelekcja na temat praw konsumentów - seniorów. Spotkanie zostało zorganizowane przez Fundację „KOPALNIA KREATYWNOŚCI”, która do projektu „**Bezpieczny Senior**” zaprosiła Miejskiego Rzecznika Konsumentów. Zaprezentowano Seniorom informacje dotyczące nieuczciwych praktyk stosowanych przez przedsiębiorców, zwłaszcza podczas **prezentacji produktów** czy w związku z zaproszeniami na **rzekomo nieodpłatne badania** podstępnie połączone ze sprzedażą produktów i usług medycznych.

Rzecznik Konsumentów przypomniała Seniorom o **prawie do rezygnacji**, a ściślej **odstąpienia od umów zawartych podczas pokazów**, a także wówczas, gdy podpiszą niechcianą umowę z przedstawicielem firmy w swoim domu w terminie **14 dni od dnia zawarcia umowy**. Problem ten szczególnie dotyczy **usług telekomunikacyjnych** oraz **dostaw prądu i gazu**. Wyjaśniono Seniorom, iż wielokrotnie przedstawiciele niektórych firm kuszą osoby starsze wizją niższych rachunków. Jednocześnie częstokroć podszywają się pod dotychczasowych dostawców wykorzystując ufność osób starszych, podstępem skłaniają do podpisania umowy z innym przedsiębiorcą.

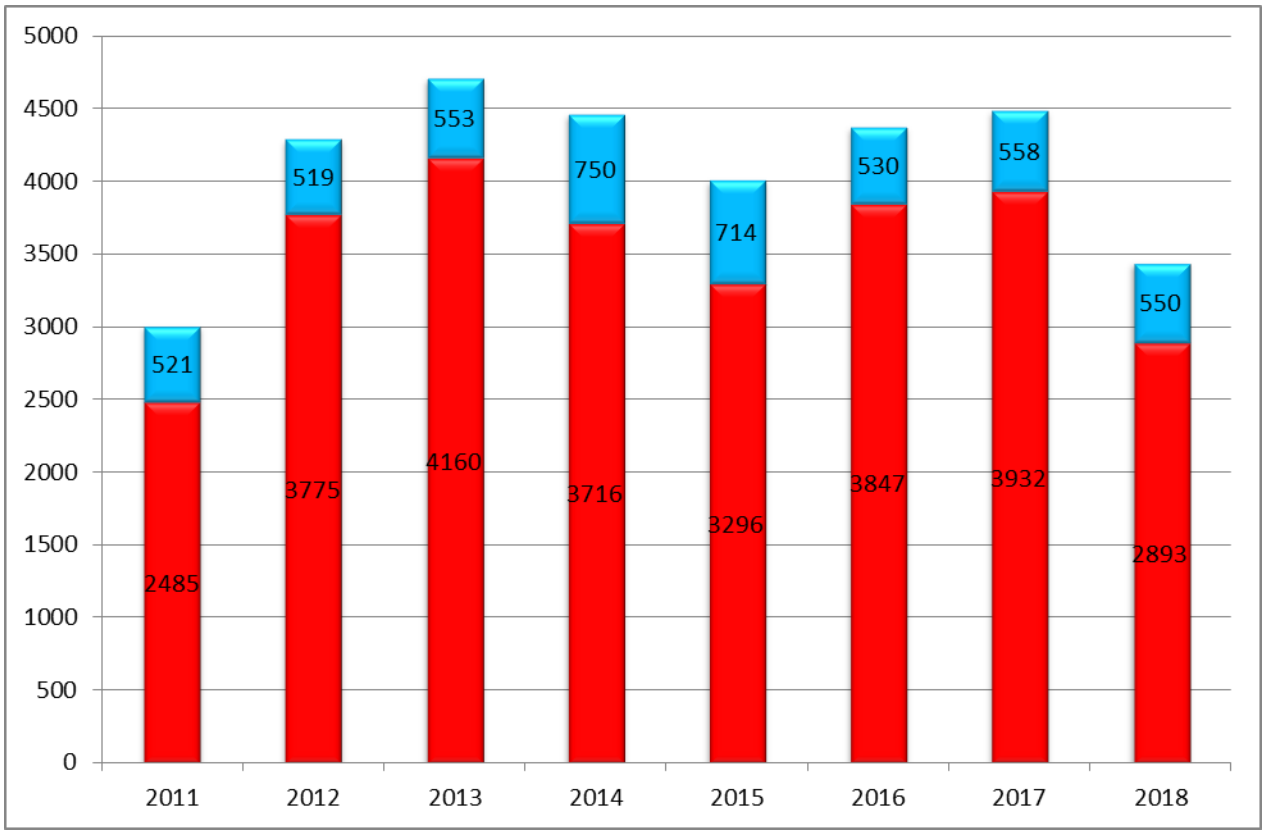
III. Wnioski końcowe

Dokonując **analizy skuteczności** podjętych przez Rzecznika działań, niezależnie od przyjętej formy interwencji, należy stwierdzić zadowalającą skuteczność na poziomie **58%.**

Przyczyny braku osiągnięcia oczekiwanego porozumienia z przedsiębiorcą należy natomiast stale upatrywać w ograniczeniach dowodowych związanych z koniecznością poniesienia przez konsumentów dodatkowych kosztów czy ignorowaniem przez niektórych przedsiębiorców wystąpień rzecznika.

W roku sprawozdawczym **łączna ilość wszystkich porad i wystąpień** zmalała w odniesieniu do roku ubiegłego z 4490 do **3443.** Zmniejszenie ilości skarg upatrujemy w możliwości skorzystania przez konsumentów z nieodpłatnej pomocy prawnej, jak i rozwojem procedury ADR i ODR. Utworzenie w ostatnim czasie nowych instytucji dla poszczególnych sektorów rynku, jak np. Rzecznik Praw Pasażera Kolei czy też Centrum Polubownego Rozwiązywania Sporów dot. Żywności utworzony przez Polską Federację Producentów Żywności, z pewnością umożliwiło konsumentom skorzystanie z alternatywnych pozasądowych form rozwiązywania sporów.
Nie bez znaczenia dla samodzielności klientów pozostają również realizowane działania edukacyjne zarówno przez rzeczników, jak i inne podmioty działające w sferze ochrony interesów konsumentów.

Na niemalże identycznym poziomie kształtuje się natomiast **liczba wszczętych postepowań** przez Rzecznika (**550 wystąpień**). Oferta skierowana do konsumentów przez inne instytucje w zakresie możliwości uzyskania pomocy w większości obejmuje jedynie nieodpłatne poradnictwo. Zmiany w obszarze przedmiotu skarg to przede wszystkim wzrost stopnia złożoności spraw, jak i wartości przedmiotu sporu. Częstokroć, sprawy wymagają większego zaangażowania pracowników biura rzecznika w ustalenie stanu faktycznego sprawy, a w konsekwencji wydanie opinii i sugestii, co do dalszego działania w sprawie.
W związku z powyższym, wielokrotnie poradnictwo okazuje się niewystarczającą formą wsparcia konsumentów, a jedyną skuteczną i właściwą metodą polubownego zakończenia sporu okazuje się interwencja rzecznika.



Wykres nr 4: Ilość skarg w latach 2011 - 2018 roku

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Część spraw znalazło swój finał w interwencjach bezpośrednich rzecznika, polegających na zorganizowaniu spotkań konsumentów z przedsiębiorcami, na kształt, **spotkań quasi mediacyjnych**, podczas których z pewnością łatwiej o wypracowanie polubownych rozwiązań.

Wszystkie dotychczas przeprowadzone działania rzecznika w tym zakresie pozwoliły na zawarcie ugody i uniknięcie sporu sądowego.

Wskazane w niniejszym sprawozdaniu dane w zakresie szerzenia **edukacji** konsumenckiej świadczą natomiast o istniejącej potrzebie prowadzenia dalszych działań rzecznika w tym zakresie obejmujących kontynuowaną współpracę z tyskimi szkołami publicznymi, jak i lokalną prasą. Udzielane przez rzecznika informacje stwarzają możliwość propagowania wiedzy konsumenckiej oraz sygnalizowania konsumentom nieprawidłowości odnotowywanych na tyskim rynku w zakresie nieuczciwych zachowań przedsiębiorców.

Prezentowana wiedza z zakresu ochrony interesów konsumenta na stronie **www.konsument.umtychy.pl** z całym przekonaniem zapewnia konsumentom możliwość uzyskania szybkiej i precyzyjnej informacji odnośnie koniecznych działań w ramach różnego rodzaju procedur reklamacyjnych, na ich poszczególnych etapach. W szczególności dużą popularnością cieszą się udostępnione wzory pism do pobrania i samodzielnego uzupełnienia.

Mając na względzie powyższe, należy stwierdzić, że w roku sprawozdawczym **zrealizowano ustawowe zadania rzecznika konsumentów.**

Przypadające w roku bieżącym obchody 20 rocznicy powołania instytucji rzeczników konsumentów stanowią okazję do refleksji odnośnie ewolucji rynku konsumenckiego.

Minione 20 lat to z pewnością okres szeregu zmian, rozwoju, wzmocnienia pozycji konsumenta w europejskim, a w konsekwencji polskim porządku prawnym. Na przestrzeni dwóch dziesięcioleci zmianie uległ sam rynek, zasady konkurencji, ale i pojęcie konsumenta.

Z całą pewnością obserwujemy wzrost konkurencji na rynku. Przedsiębiorcy zmuszeni są obecnie zabiegać o uwagę konsumenta. Kuszeni jesteśmy już nie tylko ceną samego produktu, ale i dodatkowymi elementami oferty, jak chociażby przejrzystą, wielokanałową, zgodną z prawem procedurą reklamacyjną, która nie wymaga nadmiernej aktywności po stronie konsumenta. Oferty dotyczą także sprawnej obsługi serwisowej, nierzadko również po okresie odpowiedzialności sprzedawcy bądź gwaranta. To także korzystniejsze od uprawnień ustawowych, uregulowania (samoregulacje) przedsiębiorców, np. co do wydłużonego terminu na odstąpienie od umowy zawartej na odległość bądź umożliwienie zwrotu towaru zakupionego w sklepie stacjonarnym. Konkurencja wymusiła również na przedsiębiorcach uruchomienie nowych kanałów dystrybucji i obsługi klienta. W zamian przedsiębiorcy mogą oczekiwać lojalnego, zadowolonego klienta, będącego najlepszą reklamą firmy. Przedsiębiorcy znają także wyliczenia, zgodnie z którymi koszt utrzymania klienta jest siedem razy mniejszy od kosztów pozyskania nowego.

Obecny konsument to osoba aktywna, wyedukowana, zasadniczo racjonalnie podejmująca decyzje o wyborze produktu (bardziej spontaniczne są jednak kobiety).

Dzisiejszy kupujący jest świadomy szerokiej oferty na rynku. Poszukuje konkretnych, zdefiniowanych doznań. Wie czego chce. Oczekuje określonych cech produktu czy funkcjonalności.

Rynek konsumencki to z jednej strony pokolenia X, Y, Z, chcące kupić szybko, bez nadmiernych formalności, z każdego miejsca, w każdym czasie. To zwolennicy nowych technologii, kupujący wielokanałowo. Z każdym dniem rośnie liczba e-konsumentów. Według badań przeprowadzonych przez Izbę Gospodarki Elektronicznej, co piąty młody konsument chce być aktywny w procesie tworzenia marki. Chciałby być zaangażowany zarówno na etapie kreowania przez przedsiębiorcę ofert, realizowania kampanii, ale i na etapie tworzenia produktu. Za przykład może posłużyć jedna z ostatnich kampanii producenta pewnej znanej marki obuwia sportowego, zakończonej ogromnym sukcesem, który umożliwił konsumentom samodzielne wykreowanie produktu w pełni odpowiadającego zindywidualizowanym potrzebom kupującego. Zainteresowany ma możliwość stworzenia własnego projektu obuwia, wyboru wielu elementów, jak rodzaj podeszwy, materiału czy kolorystyki. Istnieje również możliwość uzupełnienia stylizacji o haft imienia lub inicjałów użytkownika.

Z drugiej strony, w związku z potwierdzonym zjawiskiem starzenia się społeczeństwa, znaczną grupę konsumentów stanowią osoby starsze. Wzrost statusu materialnego Polaków pozwolił seniorom na większą aktywność. Łatwiejszy dostęp do ofert, systemy sprzedaży na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa, sprzyjają decyzjom zakupowym. Ta szczególna, wrażliwa i ufna grupa konsumentów, jakimi są osoby starsze to zarazem łatwiejszy kąsek dla nieuczciwych sprzedawców. Wskazana grupa społeczna wymaga więc większej uwagi eksperckiej i społecznej, w tym również intensyfikacji działań o charakterze edukacyjnym m.in. na temat praw i obowiązków konsumentów, w szczególności zagrożeń.

Od lat pracownicy biura rzecznika w Tychach podejmują działania zmierzające do poprawy świadomości osób starszych w zakresie prawa konsumenckiego. Aktywność ta obejmuje przede wszystkim codzienne poradnictwo konsumenckie, ale i spotkania dedykowane seniorom.

W obecnej rzeczywistości rzecznicy starają się wesprzeć każdą z grup konsumentów. Na przestrzeni 20 lat rzecznicy na stałe wpisali się w system instytucji działających w zakresie ochrony interesów konsumentów. Wzrosła również świadomość

konsumentów, co do możliwości uzyskania pomocy prawnej u rzecznika. Z wyliczeń UOKiK wynika, że co siódmy Polak korzystał już ze wsparcia rzecznika.

Do rzecznika w Tychach na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat wpłynęło łącznie **59.108 skarg.** Udzielono **49.654 porad** i informacji prawnych. W **9.454** sprawach przeprowadzono **postępowania wyjaśniające**, które w większości przypadków zakończyły się pozytywnie dla konsumenta.

Zmiany prawa konsumenckiego generują również **potrzebę zmiany uregulowań dotyczących instytucji rzecznika**.

W mojej ocenie za cenną należałoby uznać inicjatywę powołania zastępcy rzecznika. Instytucja zastępcy gwarantowałaby ciągłość pracy rzecznika. Obecnie, każda dłuższa nieobecność rzecznika, będącego samodzielnym stanowiskiem w strukturze organizacyjnej urzędu, może stanowić niebezpieczeństwo niewykonania zadań.

Za wartościową należy uznać zmianę przepisów w zakresie jednoznacznego określenia właściwości miejscowej rzecznika. Brak przejrzystych uregulowań w tym zakresie może prowadzić do powstania sporów kompetencyjnych.

Wartym zastanowienia pozostaje również możliwość wyłączenia rzecznika od udziału w sprawie w przypadku kolizji, konfliktu interesów bądź uregulowanie wprost uznaniowego charakteru decyzji rzecznika odnośnie wszczęcia postępowania wyjaśniającego lub wstąpienia do postępowania sądowego.

Rozszerzenie katalogu podmiotów uprawnionych do dostępu do akt spraw indywidualnych w sektorze bankowym i ubezpieczeniowym o rzeczników konsumentów z pewnością uskuteczniłoby nasze działania w tym zakresie. Obecnie, brak wglądu w decydujące dla sprawy dokumenty chronione tajemnicą bankową bądź ubezpieczeniową, stanowi przeszkodę dowodową w pomyślnym dla konsumenta rozstrzygnięciu sporu.

Ponadto, dążąc do zwiększenia skuteczności postępowania ADR, być może, na wzór postępowań w sektorze finansowym, należałoby rozważyć obowiązkowy udział pozostałych podmiotów w tej formie rozwiązywania sporów.

Co przyniesie kolejne 20 lat? Jak będzie zmieniał się świat i poszczególni uczestnicy rynku? Już dziś cenimy sobie wygodę. Oczekujemy by otaczające nas inteligentne sprzęty podążały za naszym stylem życia. Chcielibyśmy by urządzenia odgadywały nasze potrzeby czy nastroje. Już dziś możemy mieć na wyposażeniu

inteligentne telewizory uruchamiające się na naszą komendę głosową czy lodówkę rozpoznającą brak jajek czy jogurtu, składającą bez naszego udziału zamówienie, a potem samodzielnie ustalającą menu na nadchodzący dzień. Pytaniem pozostaje, kto będzie podmiotem odpowiedzialnym za podejmowane decyzje? Czy zostaniemy całkowicie wyłączeni z procesu zawierania umów, zastąpieni przez boty? Czy prawo nadąży za zmianami? Z pewnością wszystko w naszych rękach, od nas zależy czy wygoda zwycięży nad potrzebą samodzielnego kreowania rzeczywistości.

Tabele dodatkowe zalecane przez UOKIK.

Tabela UOKiK nr 1: Udzielanie osobiście i telefonicznie porad i informacji prawnych w zakresie ochrony konsumentów.

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

porady	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie					b.wady towarów nienależyte wykonanie umowy					c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne		d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr				e. inne					Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	d informacje ogólne	e niekonsumenckie	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	d informacje ogólne	e niekonsumenckie	a w lokalu / bez znaczenia	e niekonsumenckie	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	e niekonsumenckie	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	d informacje ogólne	e niekonsumenckie	e. inne	
a. art. żywnościowe						9	1						4									14
b. odzież i obuwie	50	29				357	11		1				5	5								457
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	17	14	29			169	8	1					2									240
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	17	21	28			337	18	1			4		2	2								429
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	7	9				148	3							1								168
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące	1	1				6	1							1								10
g. produkty związane z opieką zdrowotną		4	1			33	2							3								43
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci	1	3				24	3							1								32
i. inne	6	2				12			2				1	2						6		28
j. związane z rynkiem nieruchomości	5				1	23					1		1									31
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja						85	1						2									88
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia						8		1														9
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu						21																21
n. finansowe	5	1	1			65	4	1					8	3					2			89
o. ubezpieczeniowe	7	1	1			87	1						1									98
p. pocztowe i kurierskie		1				14	4						1									20
r. telekomunikacyjne	25	8	7			127	13	1					5		7					2		194
s. transportowe						37	2				1		1									41
t. turystyka i rekreacja	3	1				76	2						2									84
u. sektor energetyczny i wodny	9	3	10	1		54		1			2		3		14	1						97
urządzenia gosp. Domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy						1																1
w. związane z opieką i opieką zdrowotną	1		1			10						1										13
x. edukacyjne	3	3				3	2						1	1								13
y. inne	1	3				16	2		1	1				1		1	1	2	2	37	42	68
Suma końcowa	**158**	**104**	**78**	**1**	**1**	**1722**	**78**	**6**	**4**	**1**	**8**	**1**	**39**	**20**	**21**	**2**	**1**	**2**	**4**	**45**	**42**	**2288**

Tabela UOKiK nr 2: Udzielanie pisemnych porad i informacji prawnych w zakresie ochrony konsumentów.

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

pisemne porady i informacje prawne	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie			b. wady towarów nienależyte wykonanie umo				c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne		d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr				e. inne			Suma końcowa
	a w lokalu / bez znacz	b na odległość	c poza lokalem	a w lokalu / bez znacz	b na odległość	c poza lokalem	d informacje ogólne	a w lokalu / bez znacz	d informacje ogólne	a w lokalu / bez znacz	b na odległość	c poza lokalem	d informacje ogólne	a w lokalu / bez znacz	b na odległość	e niekonsumenckie	
a. art. żywnościowe				2							1						3
b. odzież i obuwie	2	7		121	7			1									138
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	1	7	15	31	6						1		1				62
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	6	7	22	87	7	2			2	1	2						136
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	1			25	3												29
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące		2															2
g. produkty związane z opieką zdrowotną		2	2	5							2						11
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci		2		7	4												13
i. inne	1	2		8	1						1						13
j. związane z rynkiem nieruchomości	3			2						2							7
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja				22													22
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia				1													1
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu				3													3
n. finansowe	1		2	16	3					4	1					1	28
o. ubezpieczeniowe	1		1	16							1						19
p. pocztowe i kurierskie				2	1												3
r. telekomunikacyjne	10	4		24	3					1	2	4					48
s. transportowe				6													6
t. turystyka i rekreacja				5													5
u. sektor energetyczny i wodny	3	1	4	18						2		6					34
w. związane z opieką i opieką zdrowotną	2			3													5
x. edukacyjne		1		3													4
y. inne	1			3	2		1							2	1	3	13
Suma końcowa	**32**	**35**	**46**	**410**	**37**	**2**	**1**	**1**	**2**	**10**	**11**	**10**	**1**	**2**	**1**	**4**	**605**

Tabela UOKiK nr 3: Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony interesów konsumentów.

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

wystąpienia	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie			b.wady towarów nienależyte wykonanie umowy			c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne			d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr		Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	a w lokalu / bez znaczenia	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	a w lokalu / bez znaczenia	
a. art. żywnościowe					2							2
b. odzież i obuwie		1		201	9				1			212
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	2	6	3	28	3							42
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	1	6	2	65	8	1		1	1			85
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria		1		12	2							15
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące				2								2
g. produkty związane z opieką zdrowotną		1		2					1			4
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci				7	1				2			10
i. inne				4	1							5
j. związane z rynkiem nieruchomości	1			5								6
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja				19								19
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia				2								2
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu				2				1				3
n. finansowe				6			2				1	9
o. ubezpieczeniowe	1			7								8
odzież i obuwie				1								1
p. pocztowe i kurierskie				2								2
r. telekomunikacyjne	15	5	3	27	2					10		62
s. transportowe				6								6
t. turystyka i rekreacja	2	1		28								31
u. sektor energetyczny i wodny	3		1	8			1			5		18
x. edukacyjne	2	1		2	1							6
Suma końcowa	**27**	**22**	**9**	**436**	**29**	**1**	**3**	**2**	**5**	**15**	**1**	**550**

Sprawozdanie sporządziła:

***/-/* Katarzyna Szostak – Zjawiony**
Miejski Rzecznik Konsumentów

Tychy, dnia 26 marca 2019 roku