Miejski Rzecznik Konsumentów
URZĄD MIASTA TYCHY
ul. gen. Grota-Roweckiego 42/229-230
43-100 Tychy
tel.: 32 776 36 77; fax: 32 780 50 63

SPRAWOZDANIE
MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW
W TYCHACH ZA 2011 ROK

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.....5
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 10
5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów 11
6. Prowadzenie edukacji konsumenckiej 11
7. Współpraca ze środkami masowego przekazu: 12
III. Przykładowe sprawy prowadzone przez Rzecznika w roku sprawozdawczym 13
IV. Przykładowe działania doskonalące prowadzone w ramach wdrożonego w Urzędzie Miasta Systemu Zarządzana Jakością zgodnie z normą PN-EN ISO 9001:2001.....15
V. Wnioski końcowe.....16
VI. Tabele i wykresy 22
VII. Załączniki.....36

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 oraz 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 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 Zarządzenie Prezydenta Miasta Tychy Nr 0152/9/10 z dnia 21 grudnia 2010 roku w sprawie szczegółowego regulaminu organizacyjnego samodzielnego stanowiska Miejskiego Rzecznika Konsumentów jest prowadzenie edukacji konsumenckiej.

2. Struktura i organizacja biura rzecznika

Zgodnie z przepisami ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów niniejsze sprawozdanie obejmuje okres od dnia 1 stycznia 2011 roku do dnia 31 grudnia 2011 roku. W tym okresie, funkcję Miejskiego Rzecznika Konsumentów pełniły:
- od dnia 1 stycznia 2011 roku do dnia 16 maja 2011 roku - Katarzyna Szostak – Zjawiony,
- od dnia 17 maja 2011 roku do dnia 31 grudnia 2011 roku – Ewa Kolny.

Obecnie w biurze Rzecznika zatrudnione są dwie osoby, tj. Rzecznik oraz pracownik biura Pani Karolina Sobczak - Ryło - Inspektor. Siedziba biura mieści się w Tychach przy ul. Grota Roweckiego 42 p. 229, 230.

W związku z wprowadzonymi w roku sprawozdawczym zmianami w zakresie struktury organizacyjnej Urzędu Miasta w Tychach, Miejski Rzecznik Konsumentów został przeniesiony do pionu podległego bezpośrednio Sekretarz Miasta, otrzymując symbol DUM.

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

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. 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, 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 dostosowywany był 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 biura rzecznika przedstawiają konsumentom możliwości prawne 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.

Problemy z jakimi w roku ubiegłym, podobnie jak w latach poprzednich, zwracali się konsumenci, przede wszystkim dotyczyły podstawowych uprawnień reklamacyjnych kupującego wynikających z gwarancji i niezgodności towaru z umową, braku możliwości zwrotu pełnowartościowego towaru do sprzedawcy, prawa do wyboru żądania reklamacyjnego (naprawy bądź wymiany) lub prawa do pełnej rzetelnej informacji o towarze.

Konsumenci nadal w dużej większości nie posiadają świadomości odnośnie przebiegu wszczynanej procedury reklamacyjnej, a w szczególności podmiotu, do którego należy się zwrócić, rodzaju żądania czy też terminów obowiązujących w ramach każdego z postępowań. Skarżącym brak również niestety wiedzy, iż to do nich należy wybór drogi dochodzenia naszych roszczeń, tj. na podstawie niezgodności towaru z umową bądź gwarancji. Często sprzedawcy bazując na niewiedzy konsumentów podejmują samodzielnie decyzje w tym zakresie, wypełniając zgłoszenie reklamacyjne poprzez odesłanie konsumenta do gwaranta, uwalniając się tym samym bezprawnie od odpowiedzialności.

Realizując obowiązek wykonywania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej Miejski Rzecznik Konsumentów udzielił w roku ubiegłym **2485 porad** (w roku 2010 - 2137 porad). Pomimo wzrostu ilości udzielonych porad o prawie 350, w porównaniu do roku ubiegłego ich **struktura** przedstawia się niemalże identycznie: 52 % porad dotyczyła umów sprzedaży, w 33 % świadczenia usług oraz w 8 % obejmowała porady w zakresie umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa (tabela nr 1 i wykres nr 1 oraz szczegółowo tabela nr 2).

Nadal najczęściej zgłaszane problemy w zakresie jakości i zakresu świadczonych **usług** dotyczyły: usług telekomunikacyjnych - 279 porady, co stanowiło 43,12 % łącznie udzielonych w tej kategorii, usług finansowych – 91 (11,1 %), usług ubezpieczeniowych - 88 (10,8 %), remontowo – budowlanych – 86 (10,5 %), usług motoryzacyjnych - 70 (8,6 %) czy usług turystycznych - 51 (6,2 %).

Szczegółową charakterystykę udzielonych porad i informacji prawnych dotyczących świadczonych usług w pozostałym zakresie obrazuje wykres nr 2.

Problemy konsumentów dotyczyły również kwestii niewykonania bądź nienależytego wykonania **umów** sprzedaży, których przedmiot stanowiła tradycyjnie sprzedaż odzieży i obuwia – 457 porad (35,5%), sprzętu elektronicznego - 345 (26,8 %), wyposażenia wnętrz – 196 (15,2 %) czy motoryzacji - 87 (6,8 %). W pozostałym zakresie wątpliwości i zapytania konsumentów dotyczyły komputerów i akcesoriów komputerowych, artykułów spożywczych, zabawek oraz artykułów chemicznych i kosmetyków. Szczegółowa struktura udzielonych porad i informacji prawnych o bardzo szerokim spektrum przedstawiona została na wykresie nr 3.

W porównaniu do roku ubiegłego zmodyfikowano treść tabel obrazujących strukturę udzielonych porad konsumenckich i informacji prawnych poprzez połączenie pokrewnych kategorii, jak odzież i obuwie, sprzęt RTV i AGD oraz sprzęt telekomunikacyjny, jak i wyeliminowanie grupy produktów skategoryzowanych uprzednio jako: nieruchomości, materiały budowlane, sprzęt sportowy, rehabilitacyjny, biżuteria, zwierzęta czy telefony komórkowe.

Wprowadzone do tabeli zmiany miały na celu dostosowanie wzoru umieszczanych w sprawozdaniu tabel do wzorów proponowanych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W roku sprawozdawczym potwierdziła się tendencja wzrostowa w zakresie porad udzielanych w przedmiocie **umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa**. W roku 2011 zarejestrowano bowiem aż **201 porad**, podczas gdy w roku 2010 udzielono 149 porad, natomiast w roku 2009 kształtowały się one jedynie na poziomie - 57 porad. W głównej mierze zapytania nadal dotyczyły możliwości odstąpienia od zawieranych umów. Kontrakty analizowane były również przez Rzecznika pod kątem zachowania przez przedsiębiorcę wymogów przewidzianych prawem, jak chociażby w kwestii pouczenia konsumenta na piśmie o możliwości odstąpienia od umowy czy dostarczenia wzoru przedmiotowego oświadczenia. Zdarzają się bowiem nadal przypadki zaniechania tychże obowiązków przez przedsiębiorców bądź też zachowanie jedynie pozorów ich dopełnienia.

Bezpłatna porada i informacja prawna obejmuje również pomoc w sporządzaniu różnego rodzaju pism, zarówno tych wymienianych na etapie przesądowym, 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.

Umieszczona w części VI niniejszego sprawozdania Tabela nr 6 oraz wykres nr 8 przedstawiają natomiast liczbę udzielonych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy. Wynika z nich, iż ilość zapytań konsumentów w całym rocznym okresie kształtowała się na porównywalnym poziomie, z tendencją zwiększającą wraz z zakończeniem roku oraz w okresach wakacyjnych i świątecznych. **Średniomiesięcznie udzielono 251 porad** i informacji prawnych.

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

Stanowisko przedsiębiorcy w konkretnej sprawie w zakresie woli polubownego zakończenia sporu decyduje o wyborze formy wystąpienia 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 pracownicy biura Rzecznika przygotowali i wysłali łącznie aż **521 wystąpień** do przedsiębiorców, podczas gdy w roku ubiegłym wszczęto 750 postępowań, a 2009 roku wysyłano 430 wystąpień.

Zadowalający jest również wynik prowadzonych przez Rzecznika postępowań. W roku sprawozdawczym wystąpienia Rzecznika doprowadziły do polubownego zakończenia sporu z przedsiębiorcą w **303 sprawach, co stanowi 58 %** wszystkich wystąpień. W 156 postępowaniach (30 %) niestety podjęte działania nie przyniosły pozytywnego dla konsumentów rozstrzygnięcia.

Tabela nr 5 obrazuje ilość spraw przekazanych przez Rzecznika innym współpracującym organom jak np. Urzędowi Ochrony Konkurencji i Konsumentów – 3 sprawy czy Urzędowi Komunikacji Elektronicznej – 11 spraw. Wskazana niewielka liczba przekazanych postępowań świadczyć może o samodzielności Rzecznika w podejmowanych czynnościach, który jedynie w

nielicznych przypadkach zwraca się z wnioskiem o wsparcie innych instytucji w dotychczasowych działaniach.

Struktura wystąpień Rzecznika przedstawia się następująco: niewykonanie bądź nienależyte wykonanie umów – 66 %, usług – 29 %, wystąpienia w zakresie umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa – 5 % (wykres nr 4 i tabela nr 3 oraz szczegółowo tabela nr 4).

Podobnie jak w roku ubiegłym wystąpienia Rzecznika, których przedmiot stanowiło wykonanie umów i zamówień na **usługi**, w głównej mierze dotyczyło braku satysfakcji z usług telekomunikacyjnych - 68 (45 % wszystkich wystąpień), finansowych – 17 (11,3 %), remontowo - budowlanych – 17 (11,3 %) oraz usług ubezpieczeniowych - 7 (4,6 %). W pozostałym zakresie wystąpienia dotyczące usług kształtowały się jak na załączonym wykresie nr 5.

Pozostała ilość wystąpień dotyczyła niezadowolonych konsumentów z wykonania **umów** sprzedaży dotyczących głównie odzieży i obuwia - 232 (67,2 %), sprzętu RTV i ADG i telekomunikacyjnego – 38 (11 %), wyposażenia wnętrz - 34 (9,9 %), sprzętu komputerowego i akcesoriów komputerowych - 17 (4,9 %). W 25 postępowaniach (5 % wszystkich wystąpień) skierowano do przedsiębiorców pisma w sprawie **umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość**. Szczegółową strukturę interwencji Rzecznika przedstawia wykres nr 6.

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 praw 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 czy z Komisją Nadzoru Finansowego m.in. poprzez udział w spotkaniach szkoleniowych, otrzymywanie wyjaśnień bądź materiałów edukacyjnych, w postaci ulotek nt. „Zakupy przez internet", „Na wakacjach z biurem podróży", „Jak kupować", „Po co drzeć koty? Rozstrzyganie sporów konsumenckich" udostępnionych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, stanowiących wsparcie w bieżącej pracy Rzecznika.

W indywidualnych sprawach konsumentów, jak już wskazano powyżej, skierowano łącznie **11 wniosków** o wsparcie działań Rzecznika do Urzędu Komunikacji Elektronicznej, natomiast w sprawie zbiorowego naruszania praw konsumentów w roku 2011 skierowano **4 zawiadomienia** do UOKiK w sprawie podejrzenia stosowania przez przedsiębiorców niedozwolonych praktyk w zakresie postanowień umowy wpisanych do rejestru tzw. „klauzul niedozwolonych" lub nieuczciwych praktyk rynkowych, z czego do chwili obecnej jedno postępowanie zakończyło się ukaraniem i uznaniem stosowanych przez przedsiębiorców praktyk za niedozwolone i naruszające zbiorowe interesy konsumentów. W trzech sprawach UOKiK wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające, które nie znalazło finału w roku sprawozdawczym, natomiast w ostatniej ze spraw, postępowanie zostało umorzone z uwagi na zaprzestanie przez przedsiębiorcę prowadzenia działalności gospodarczej.

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 2011 roku biuro Rzecznika przygotowało dla konsumentów **18 pozwów i pism procesowych**. W większości dotyczyły one nienależytego wykonania umów sprzedaży odzieży i obuwia, niewykonania umów zawieranych na odległość,

rozliczenia dokonywanych przedpłat na poczet niewykonanych ostatecznie umów, reklamacji sprzętu sportowego, artykułów motoryzacyjnych.

5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów

Celem zapewnienia sprawności i skuteczności interwencji Rzecznika ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje pewnego rodzaju 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 2011 roku w **10 sprawach** wystąpiono z wnioskami o ukaranie do Wydziału Karnego Sądu Rejonowego w Tychach. Do dnia 31 grudnia 2011 roku w 4 sprawach zapadł prawomocny wyrok skazujący na karę grzywny w wysokości 2.000 złotych, 2 sprawy wycofano, natomiast 4 sprawy są nadal w toku.

W związku z pojawiającymi się problemami z uzyskaniem danych z Krajowego Rejestru Sądowego 3 sprawy z 10 wymienionych powyżej przekazano do Komendy Miejskiej Policji w Tychach. Postępowania te dotyczą przede wszystkim ukarania członków zarządu spółek kapitałowych, co skutkuje koniecznością wskazania we wniosku o ukaranie ich danych osobowych, nie zawsze stanowiących nieodpłatną informację publiczną. Celem uzyskania szczegółowych danych w tym zakresie istnieje więc potrzeba uzyskania odpisu z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego bądź zbadania akt rejestrowych spółki, co wiąże się z dodatkowymi kosztami, których Rzecznik nie jest w stanie ponieść. Zasadnym jest zatem w tej sytuacji przekazanie tego typu postępowań, zgodnie z właściwością, do tyskich organów ścigania.

6. Prowadzenie edukacji konsumenckiej

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 **15 wykładów** w: III Liceum Ogólnokształcącym,

Zespole Szkół nr 2 Gimnazjum nr 8, Zespole Szkół nr 5, Zespole Szkół nr 6, Zespół Szkół Integracyjnych, Gimnazjum nr 5 w Tychach. 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 2011 roku przygotowano **2 prezentacje multimedialne** pt. „HAKUNA MATATA - czyli jak przetrwać w dżungli sklepów" dla szkół gimnazjalnych oraz „KUPIĆ, NIE KUPIĆ? - OTO JEST PYTANIE. KONSUMENCI I RYNEK" dla szkół ponadgimnazjalnych, które wykorzystywano każdorazowo podczas spotkań z uczniami tyskich szkół i które cieszyły się dużym zainteresowaniem.

7. Współpraca ze środkami masowego przekazu:

W roku sprawozdawczym udzielono łącznie **7 informacji i wywiadów** prasowych. Wypowiedzi Rzecznika publikowane były w tygodniku lokalnym „Twoje Tychy" oraz na nowoutworzonej stronie internetowej biura Rzecznika www.konsument.umtychy.pl. Dotyczyły głównie skarg konsumentów na umowy zawierane przez akwizytorów, nienależytego wykonywania umów, obowiązku sprzedawcy wystawiania i przechowywania paragonów, bezpieczeństwa produktów, braku możliwości zwrotu towaru pełnowartościowego oraz nienależytego wykonania umów zawartych na odległość.

III. Przykładowe sprawy prowadzone przez Rzecznika w roku sprawozdawczym

W roku sprawozdawczym potwierdziła się dotychczasowa tendencja wzrostowa skarg dotyczących **nienależytego wykonania bądź niewykonania umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa**. W prowadzonym bowiem rejestrze odnotowano aż 201 porad i informacji prawnych w tym zakresie.

Jakkolwiek zawieranie różnego rodzaju umów z konsumentem bez konieczności jednoczesnej obecności obu stron przy wykorzystywaniu środków porozumiewania się na odległość umożliwia konsumentom zawarcie umów bez jakichkolwiek dodatkowych aktów staranności, jak chociażby wyjście z domu czy konieczność porównania ofert, to jednak jak wskazuje doświadczenie, umowy te mogą jednocześnie stanowić źródło poważnych problemów.

Podobnie bowiem jak w roku 2010, kiedy to na tyskim rynku operatorów telekomunikacyjnych pojawiła się Telekomunikacja Novum sp. z o.o., w roku sprawozdawczym działalność swoją rozpoczęła kolejna firma pod nazwą TelePolska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie. Zastrzeżenia konsumentów w obu przypadkach dotyczyły wprowadzenia w błąd przy zawarciu umowy co do podmiotu, z którym faktycznie dochodziło do zawarcia umowy. Z relacji skarżących, w rozmowach telefonicznych, jak i podczas spotkań bezpośrednich przedstawiciele tychże firm przedstawiali się potencjalnym klientom jako Telekomunikacja, nie dodając drugiego członu nazwy. Podczas prowadzonych rozmów utwierdzano i nie wyprowadzono konsumentów z błędu co do posiadanej świadomości, że reprezentują Telekomunikację Polską S.A.

Dodatkowo zastrzeżenia klientów TelePolska Sp. z o.o. dotyczyły uniemożliwienia złożenia skutecznego oświadczenia o odstąpieniu od umowy w ustawowym dziesięciodniowym terminie poprzez brak wydania konsumentom egzemplarza podpisanej umowy. Klienci pozbawieni zostali zatem wiedzy odnośnie podmiotu, z którym zawarli umowę o świadczenie usług telekomunikacyjnych, jak i wiedzy w zakresie prawa do odstąpienia od umowy.

Po konsultacji z Urzędem Komunikacji Elektronicznej wszelkie skargi zgłaszane przez konsumentów kierowano do ww. Urzędu, który każdorazowo podejmował interwencję w indywidualnych sprawach konsumentów. Niestety interwencje te nie zawsze przynosiły dla konsumentów oczekiwane pozytywne rozstrzygnięcie, z uwagi na fakt, że operator w większości

spraw, na wezwanie Urzędu, przedkładał podpisany przez konsumenta egzemplarz umowy, z którego jednoznacznie wynikał fakt zapoznania się z jej treścią, w szczególności z prawem do odstąpienia od umowy.

Pomimo wydania przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta w dniu 31 marca 2010 roku (decyzja nr RWR 6/2010) decyzji uznającej, iż stosowana przez Iwonę Kwiatkowską, Rafała Peisert Eller Service s.c. z siedzibą w Gdańsku reklama wprowadza konsumentów w błąd, do biura Rzecznika nadal wpływały kolejne skargi na działalność firmy będącej właścicielem portalu **www.pobieraczek.pl.**
W roku sprawozdawczym odnotowano 67 skarg (w roku 2010 – 25 skarg), które odnosiły się każdorazowo do tej samej kwestii, a mianowicie braku uzyskania rzetelnej informacji odnośnie rzeczywistego czasookresu trwania umowy, jak i jej odpłatności.

Nadal bardzo duża część skarg konsumentów - w ilości 265 dotyczyła odmowy sprzedawcy przyjęcia **oświadczenia kupujących o odstąpieniu od umowy sprzedaży towarów pełnowartościowych**. Pomimo zmiany stanu prawnego w tym zakresie już kilkanaście lat temu, konsumenci wciąż nie posiadają wiedzy odnośnie braku możliwości dokonania zwrotu towaru zakupionego w sklepie bez podania przyczyny.

Sukcesem zakończyła się również sprawa prowadzona z wniosku tyskiego Rzecznika przeciwko firmie **Internetq Poland Sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie (00-094) przy ul. Wierzbowej 9/11, dotycząca działań polegających na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej i pełnej informacji o przebiegu organizowanej Loterii Audiotekstowej „BMW od Orange Druga Edycja". **Decyzją nr RKT – 39/2011 z dnia 1 grudnia 2011 roku Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów** uznał stosowaną przez przedsiębiorcę praktykę za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, stwierdził jej zaniechanie oraz nałożył karę pieniężną w wysokości 338.538 złotych.

Wygraną zainteresowała się również prasa, publikując informację odnośnie wydania decyzji na korzyść skarżących na portalach m.in. www.katowice.gazeta.pl „Mieli wygrać BMW. A była wielka figa", www.rp.pl „"Internetq nieuczciwie wabił autami", www.m.onet.pl „UOKiK ukarał właściciela sieci komórkowej Plus".

IV. Przykładowe działania doskonalące prowadzone w ramach wdrożonego w Urzędzie Miasta Systemu Zarządzana Jakością zgodnie z normą PN-EN ISO 9001:2001

W roku sprawozdawczym celem stworzenia przejrzystego i jednolitego dokumentu informującego o toku przeprowadzonego postępowania umożliwiającego sprawne zapoznanie się ze sprawą i sposobem jej zakończenia **utworzono następujące dokumenty**: wzór karty dokumentującej przebieg postępowania w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów (DUM.7420._.2011)- załącznik nr 1, wzór karty dokumentującej przebieg postępowania w sprawach cywilnych z zakresu ochrony interesów konsumentów (DUM.7421._.2011)- załącznik nr 2, wzór karty dokumentującej przebieg postępowania prowadzonego przez UOKiK (DUM.7422._.2011)- załącznik nr 3, wzór karty dokumentującej przebieg postępowania przekazanych zgodnie z właściwością rzeczową (DUM.7424._.2011)- załącznik nr 4.

Szeroki dostęp do informacji o aktualnie przysługujących konsumentom prawach zapewniono poprzez **utworzenie wzoru** oświadczenia o odwołaniu zgody na przesyłanie niezamówionych wiadomości tekstowych o podwyższonej opłacie (załącznik nr 5), wzoru odstąpienia od umowy w oparciu o treść art. 8 ust. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej (załącznik nr 6), wzoru pisma reklamującego do przedsiębiorcy w oparciu o treść art. 8 ust. 3 ww. ustawy (załącznik nr 7).

Chcąc zapewnić konsumentom rzetelną informację odnośnie obowiązującej w Wydziale **procedury udzielania porad i informacji prawnych, a także procedury prowadzenia postępowania wyjaśniającego**, utworzono informacje w tym zakresie i zamieszczono na w miejscu dostępnym dla konsumentów przed biurem, w Biuletynie Informacji Publicznej oraz na stronie internetowej www.konsument.umtychy.pl.

Zwiększając efektywność wykonywanego przez rzecznika działań w zakresie prowadzonej edukacji konsumenckiej uzupełniono dotychczasowo prowadzone prelekcje w szkołach publicznych o dwie **prezentacje** wiedzy w formie slajdów. Każda z nich dostosowana

została do potrzeb i tematyki zajęć w szkołach gimnazjalnych i szkołach średnich. Działania w tym zakresie z pewnością przyczyniły się do zwiększenia zainteresowania słuchaczy tematem, ułatwiając przyswojenie wiedzy oraz jej utrwalenie.

Podnosząc kwalifikacje pracowników biura Rzecznika, uczestniczono w **6 szkoleniach** organizowanych m.in. przez Urząd Miasta Tychy, Urząd Komunikacji Elektronicznej czy współpracujących z Rzecznikiem przedsiębiorców odnośnie ustalenia wspólnej procedury rozwiązywania zgłaszanych przez konsumentów problemów.

Ponadto dużym powodzeniem cieszy się utworzona w roku 2011 **strona internetowa Rzecznika: www.konsument.umtychy.pl.** Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania odnotowano ponad 30.300 wejść. Powstanie strony internetowej zapewni konsumentom szeroki dostęp do informacji odnośnie przysługujących im uprawnieniach, aktualnych wydarzeniach czy zmianach aktów prawnych z zakresu ochrony interesów konsumentów. Zainteresowany konsument odnajdzie również wyszukiwarki rejestrów i ewidencji oraz szereg wzorów pism, które mogą okazać pomocne w procedurze reklamacyjnej.

V. Wnioski końcowe

Wskazane w sprawozdaniu dane odnośnie ilości udzielonych w roku sprawozdawczym porad i informacji prawnych świadczyć mogą o wzrastającej bezsilności konsumenta w starciu z surowymi prawami rynku. W czasach ogromnej konkurencji przedsiębiorców w walce o konsumenta za całkowicie zrozumiałe należy uznać stosowanie przez przedsiębiorców zróżnicowanego instrumentarium w zależności od typu konsumenta, najczęściej w postaci szerokości asortymentu, wysokości ceny, obsługi bądź aktywności w zakresie promocji. Z drugiej jednak strony, w tym stanie rzeczy, wątpliwości budzi postawa niektórych przedsiębiorców niedbających o jakość świadczonych usług i obsługi klientów. Zgłaszane przez konsumentów skargi nie pozwalają jednak na uogólnienie odnośnie możliwości stwierdzenia, który z typu podmiotów profesjonalnych charakteryzuje się większą dbałością w tym zakresie. Zastrzeżenia konsumentów dotyczą bowiem zarówno praktyk stosowanych w dużych sieciach

handlowych, stoisk na targowiskach czy małych sklepów osiedlowych. Mniej świadomi swoich obowiązków wynikających z przepisów przedsiębiorcy nadal wykazują podstawowe błędy w zakresie obsługi klienta, jak np. brak wydania potwierdzenia zawarcia transakcji w postaci paragonu czy odmowy przyjęcia zgłoszenia reklamacyjnego w powołaniu na rozmaite przyczyny, nieznajdujące zupełnie oparcia w obowiązujących przepisach prawa. Bardziej doświadczeni uczestnicy rynku, jak niektóre sieci handlowe, podejmują natomiast bardziej wyrafinowane działania polegające na wykorzystaniu braku świadomości konsumenta odnośnie przysługujących mu uprawnień. Niewiedza ta najczęściej wykorzystywana jest w zakresie odrzucenia zgłoszenia reklamacyjnego konsumenta opartego na niezgodności towaru z umową i przekazaniu sprawy, wbrew woli konsumenta, na drogę gwarancyjną, a tym samym uwolnieniu się od odpowiedzialności sprzedawcy i przerzuceniu jej na inny niezależny podmiot.

W roku 2011 odnotowano wzrost liczby zapytań kierowanych przez przedsiębiorców, w liczbie 100. Pomimo braku właściwości Rzecznika w udzielaniu porad tym podmiotom, dążąc do wyeliminowania ww. nieprawidłowości w postępowaniu przedsiębiorców oraz wychodząc na przeciw zgłaszanej chęci budowania pozytywnych relacji z ich klientami, działania Rzecznika koncentrują się również na wsparciu profesjonalistów w dążeniu do wiedzy. Wypełnianie zadań w tym zakresie realizowane jest poprzez udostępnienie wydanej przez UOKiK publikacji „Przepisy konsumenckie dla przedsiębiorców" oraz odesłanie do informacji znajdujących na stronie internetowej www.konsument.umtychy.pl.

W znacznej mierze rosnąca ilość zapytań przedsiębiorców uzasadniana jest przez nich potrzebą rzetelnego zweryfikowania prawidłowości postępowania przez organ profesjonalnie świadczący usługi z zakresu ochrony interesów konsumentów oraz zaufaniem, jakim darzą instytucję Rzecznika.

Podejmowane przez Rzecznika działania w tym zakresie świadczą o konieczności dialogu z różnymi uczestnikami rynku i potrzebie zrozumienia wzajemnych racji.

W roku sprawozdawczym wszelkie wskazane powyżej nieprawidłowości zostały odnotowane na większym niż dotąd poziomie. W porównaniu do lat ubiegłych w roku 2011 odnotowano bowiem znaczny wzrost ilości zgłoszonych **skarg w rekordowej liczbie 3006**. W

roku 2010 liczba ta kształtowała się na poziomie 2887, podczas gdy w 2009 roku udzielono 2757 porad i informacji prawnych.

Przyjmując natomiast kryterium przedmiotowe udzielonych porad i informacji prawnych należy zwrócić uwagę na znaczny wzrost skarg w niemalże każdej analizowanej corocznie kategorii spraw. Niezadowolenie klientów odnotowano bowiem w zakresie zawieranych umów sprzedaży odzieży (457 porad, w porównaniu do roku 2010 - 270), sprzętu elektronicznego (345 porad, w porównaniu do roku 2010 - 214), wyposażenia wnętrz (196 porad, w porównaniu do roku 2010 - 103). W zakresie reklamowanych usług również odnotowano znaczący wzrost, i tak np. odnośnie usług telekomunikacyjnych (279 porad, w porównaniu do roku 2010 - 153), finansowych (91 porad, w porównaniu do roku 2010 - 63) czy usług motoryzacyjnych (70 porad, w porównaniu do roku 2010 - 57).

Wskazane powyżej dane w zakresie wzrostu udzielanej przez Rzecznika pomocy świadczyć mogą o stale rosnącej świadomości konsumentów odnośnie możliwości skorzystania z pomocy Rzecznika, co z pewnością wynika w znacznej mierze z prowadzonej edukacji konsumenckiej, rozumianej jako edukację szkolną, wydawanie ulotek informacyjnych, udzielanie wywiadów prasowych, czy wreszcie jako publikowanie informacji na utworzonej stronie internetowej Rzecznika.

W roku sprawozdawczym odnotowano stale wzrastającą liczbę umów zawieranych zarówno na odległość, jak i poza lokalem przedsiębiorstwa, co świadczyć może o ciągłym zainteresowaniu konsumentów nowymi formami zawierania umów. W roku 2011 odnotowano bowiem 210 skarg na działania kontrahentów konsumentów w umowach tego rodzaju. Problematyczne w zawieraniu umów tego rodzaju nadal okazuje się być brak rzetelnej informacji o umowie, jej przedmiocie i podmiocie sprzedającym towar bądź świadczącym usługi, brak możliwości bezpośredniego obejrzenia i sprawdzenia towaru w chwili zawierania umowy, utrudnienia w skutecznym dochodzeniu roszczeń związanych z brakiem bezpośredniego kontaktu z przedsiębiorcą.

Pomimo zapewnienia przez ustawodawcę zwiększonej ochrony w umowach tego rodzaju, w szczególności w zakresie możliwości rezygnacji bez podania przyczyny z umów

zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość, nadal odnotowuje się szereg nieprawidłowości w działaniu przedsiębiorcy utrudniającym możliwość skorzystania z prawa do odstąpienia.

W zakresie natomiast liczby wszczętych przez Rzecznika wobec przedsiębiorców postępowań wyjaśniających w porównaniu do lat ubiegłych odnotowano ich znaczny spadek z 750 wszczętych w roku 2010 do 521 w roku 2011. Z pewnością na wskazaną liczbę interwencji nie bez wpływu pozostała przyjęta forma interwencji Rzecznika. Dużą skuteczność działań pracowników biura można bowiem było zaobserwować podczas interwencji telefonicznych u przedsiębiorcy pozostałego w sporze z konsumentem. W wielu sprawach forma ta okazała się być wystarczająca i uchroniła konsumenta od konieczności wszczęcia przez Rzecznika postępowania wyjaśniającego wymagającego z pewnością dłuższego czasu oczekiwania na rozstrzygnięcie sprawy.
Niestety w pewnych typach spraw z uwagi na ich złożoność, niejasność okoliczności bądź spory natury interpretacji prawa, wymagane jest wszczęcie tradycyjnego postępowania w formie pisemnej.

Dokonując analizy skuteczności podjętych przez Rzecznika działań, niezależnie od przyjętej formy interwencji, należy stwierdzić, iż kształtuje się ona na identycznym z rokiem ubiegłym poziomie, bowiem do pozytywnego dla konsumentów rozstrzygnięcia doprowadzono w 58 % spraw (w roku poprzednim – 58,13%).
Z całym przekonaniem można stwierdzić, iż na przestrzeni kilku ostatnich lat udało się wypracować z niektórymi przedsiębiorcami sposób bezpośredniego porozumiewania z osobami podejmującymi ostateczne decyzje w sprawie. Zaproponowana przez większość operatorów sieci telekomunikacyjnych uproszczona procedura rozstrzygania sporów z konsumentami, poprzez utworzenie infolinii wyłącznie dla rzeczników, przyjęcie elektronicznej formy porozumiewania bądź wyznaczenie przedstawicieli przedsiębiorców, podejmujących decyzję w sprawie zgłaszanych w imieniu konsumentów wniosków, z całym przekonaniem pozwala na znaczne przyspieszenie czasu oczekiwania reklamujących na rozstrzygnięcie, ale przede wszystkim na wypracowanie zadawalającego dla klienta stanowiska przedsiębiorcy.

Podobnie jak w latach ubiegłych przyczyny braku osiągnięcia oczekiwanego porozumienia z przedsiębiorcą tkwią w głównej mierze w ograniczeniach dowodowych wiążących się z koniecznością poniesienia przez konsumentów dodatkowych kosztów, które okazują się być zbyt duże w stosunku do wartości przedmiotu sporu i z których konsument ostatecznie zmuszony jest zrezygnować.

Ilość negatywnie zakończonych postępowań związana jest również z brakiem możliwości wyegzekwowania jakiejkolwiek odpowiedzi ze strony przedsiębiorcy, który pomimo pouczenia o konsekwencjach prawnokarnych takiego zaniechania, w postaci możliwości skierowania wniosku o ukaranie do sądu karą grzywny, ignoruje wystąpienia Rzecznika.

Część negatywnie zakończonych postępowań prowadzonych przez Rzecznika, nie znajduje również pozytywnego rozstrzygnięcia po przekazaniu spraw, zgodnie z właściwością rzeczową, innym organom świadczącym pomoc w zakresie ochrony interesów konsumentów. W roku sprawozdawczym, jak już wspomniano powyżej, w dużej mierze kierowano wnioski o interwencje do Urzędu Komunikacji Elektronicznej w związku z prowadzonymi postępowaniami przeciwko operatorowi telekomunikacyjnemu TelePolska Sp. z o.o. Z uwagi jednak na nieugięte stanowisko przedsiębiorcy, dysponującego dokumentacją świadczącą o dopełnieniu wymogów przewidzianych prawem, interwencje ww. Urzędu również okazywały się być bezskuteczne, co skutkowało koniecznością skierowania spraw na drogę postępowania sądowego, z której konsumenci, nieposiadający gwarancji pozytywnego rozstrzygnięcia, w obawie przed obciążeniem dodatkowymi kosztami procesu, niestety rezygnowali.

Dokonując natomiast analizy skarg pod względem formy ich złożenia, należy stwierdzić, iż w roku sprawozdawczym znacząco wzrosła liczba zapytań otrzymanych drogą elektroniczną (111 zapytań, w roku poprzednim – 47). Zjawisko to z całą pewnością świadczy o rosnącej popularności elektronicznych środków przekazu oraz cyfryzacji społeczeństwa, jak również potwierdza wpisanie się działań tyskiego Rzecznika Konsumentów w nurt pełnej dostępności do oferowanych usług prawniczych świadczonych w formie elektronicznej przez jednostkę organizacyjną Urzędu Miasta Tychy.

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.

Z korzyścią dla młodych konsumentów odnotować należy wprowadzone w roku 2011 modyfikacje w zakresie formy prowadzenia edukacji szkolnej. Przygotowanie dwóch prezentacji multimedialnych dla szkół licealnych i gimnazjalnych wzbogacających dotychczasową formułę wykładu o wizualizację prezentowanych zagadnień, z pewnością przyczyni się do efektywniejszego przyswojenia wiedzy z zakresu ochrony interesów konsumentów.

Wobec odnotowanej ogromnej liczby odwiedzin utworzonej w roku sprawozdawczym strony internetowej Rzecznika, można stwierdzić duże zapotrzebowanie konsumentów na udostępnianie wiedzy w formie elektronicznej, potwierdzające jednocześnie trafność podjętej decyzji o jej utworzeniu. Prezentowana wiedza z zakresu ochrony interesów konsumenta na stronie www.konsument.umtychy.pl z całym przekonaniem zapewni konsumentom możliwość uzyskania szybkiej i precyzyjnej informacji odnoście 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. W razie jakichkolwiek wątpliwości konsumentów odnośnie doboru odpowiedniego formularza, jak i sposobu jego wykorzystania, wystarczająca jest wówczas jedynie telefoniczna konsultacja z pracownikiem biura. Rozwiązanie takie stanowi znacznie udogodnienie zwłaszcza dla osób, dla których wygospodarowanie czasu dla osobistego stawiennictwa w biurze Rzecznika wiąże się z różnorodnymi przeszkodami. Wychodząc na przeciw sygnalizowanym oczekiwaniom konsumentów w tym zakresie, jako administrator witryny, dołożymy wszelkich starań, aby wzbogacić w przyszłości prezentowane w formie elektronicznej treści z zakresu ochrony interesów konsumentów.

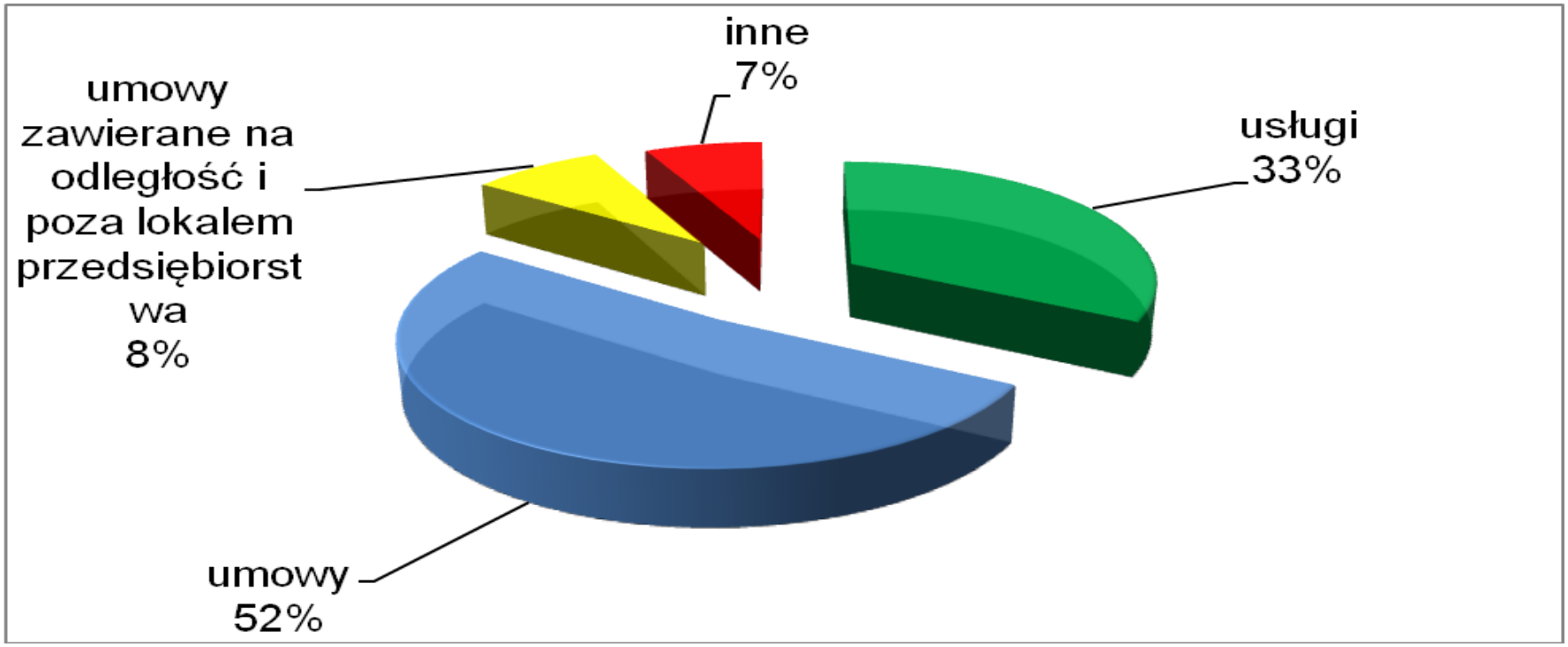
VI. Tabele i wykresy

1. Struktura wszystkich udzielonych porad i informacji prawnych

Tabela numer 1

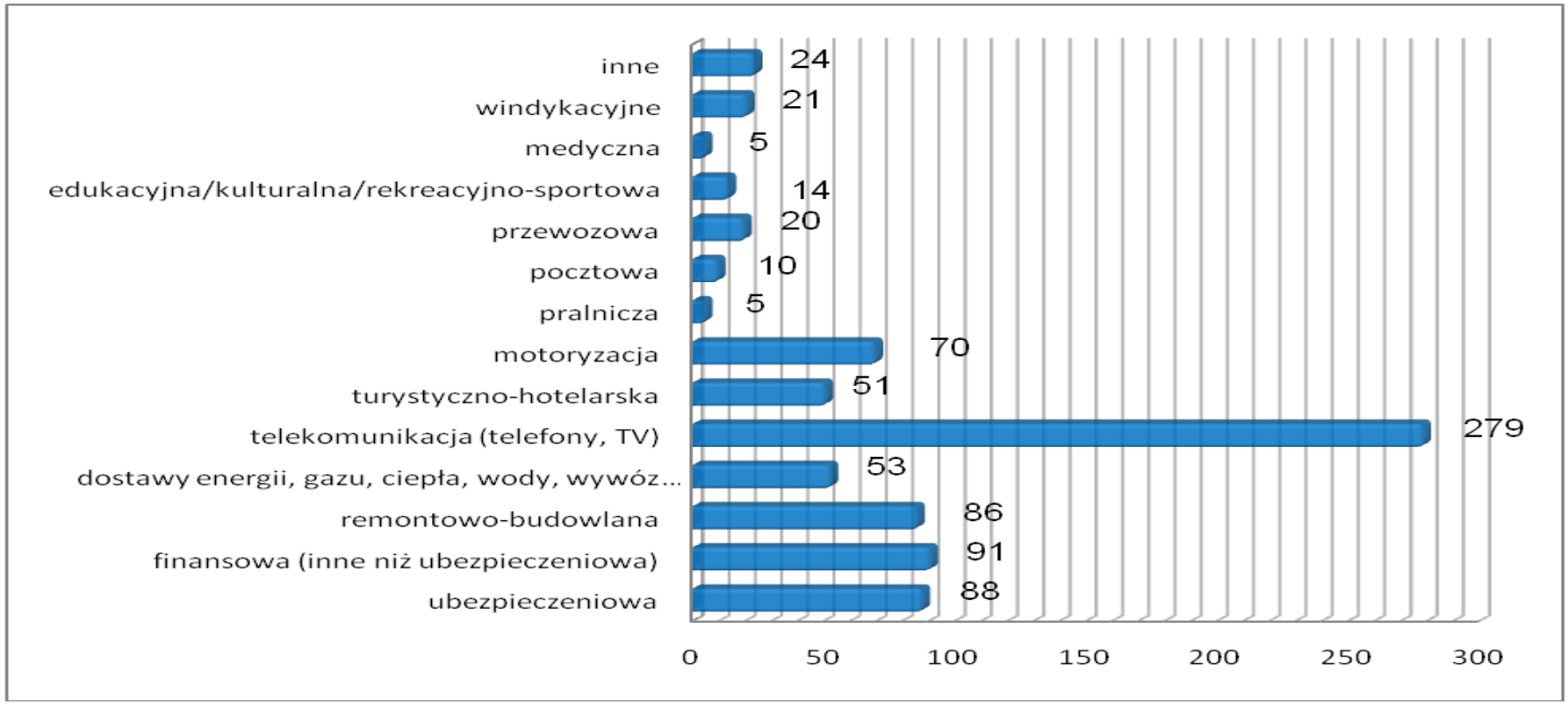
Struktura wszystkich udzielonych porad i informacji prawnych:	
usługi	817
umowy	1288
umowy zawierane na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa	201
inne	179
SUMA	**2485**

Wykres numer 1



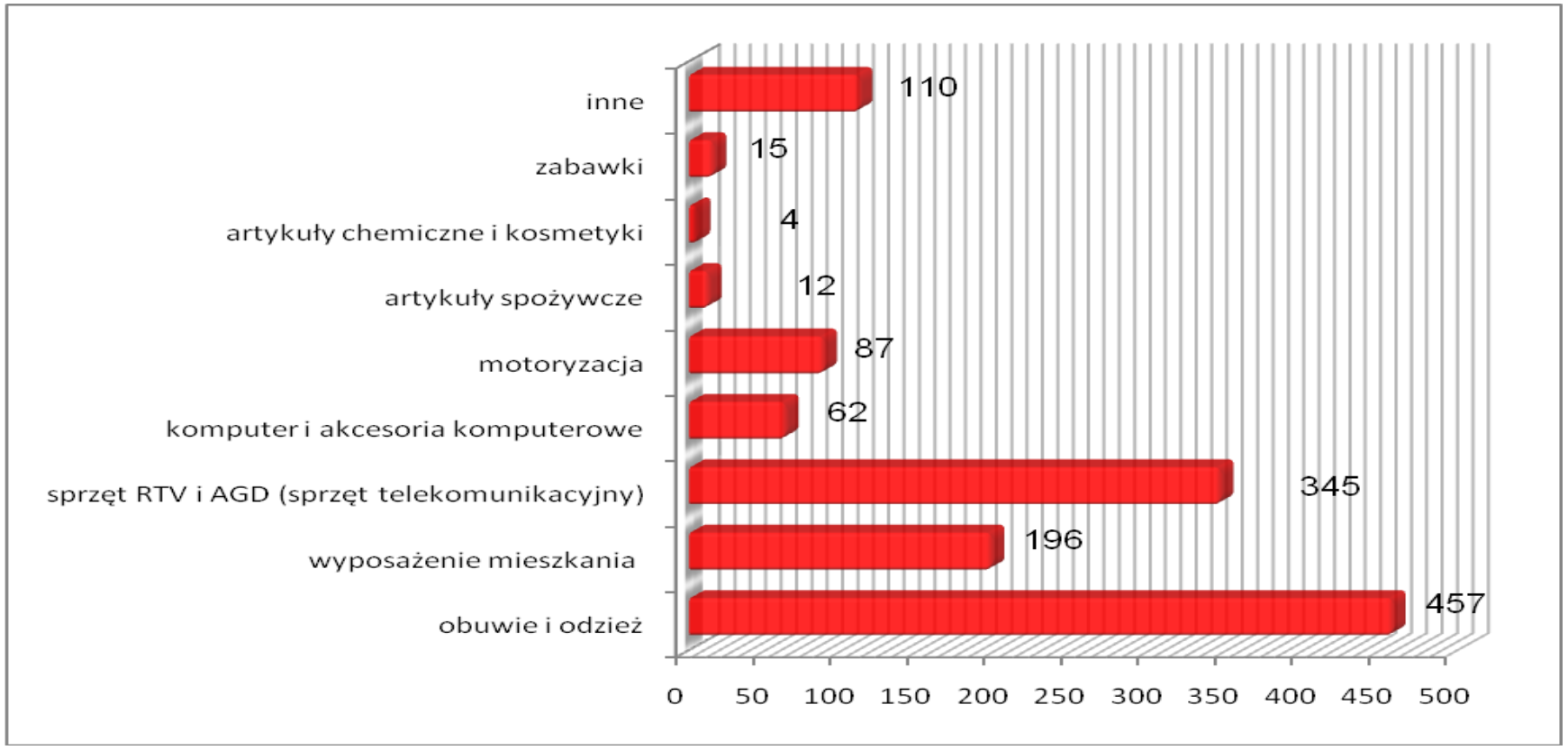
2. Struktura udzielonych porad w zakresie usług

Wykres numer 2



3. Struktura porad w zakresie niewykonania bądź nienależytego wykonania umów

Wykres numer 3



4. Szczegółowa struktura wszystkich udzielonych porad i informacji prawnych

Tabela numer 2

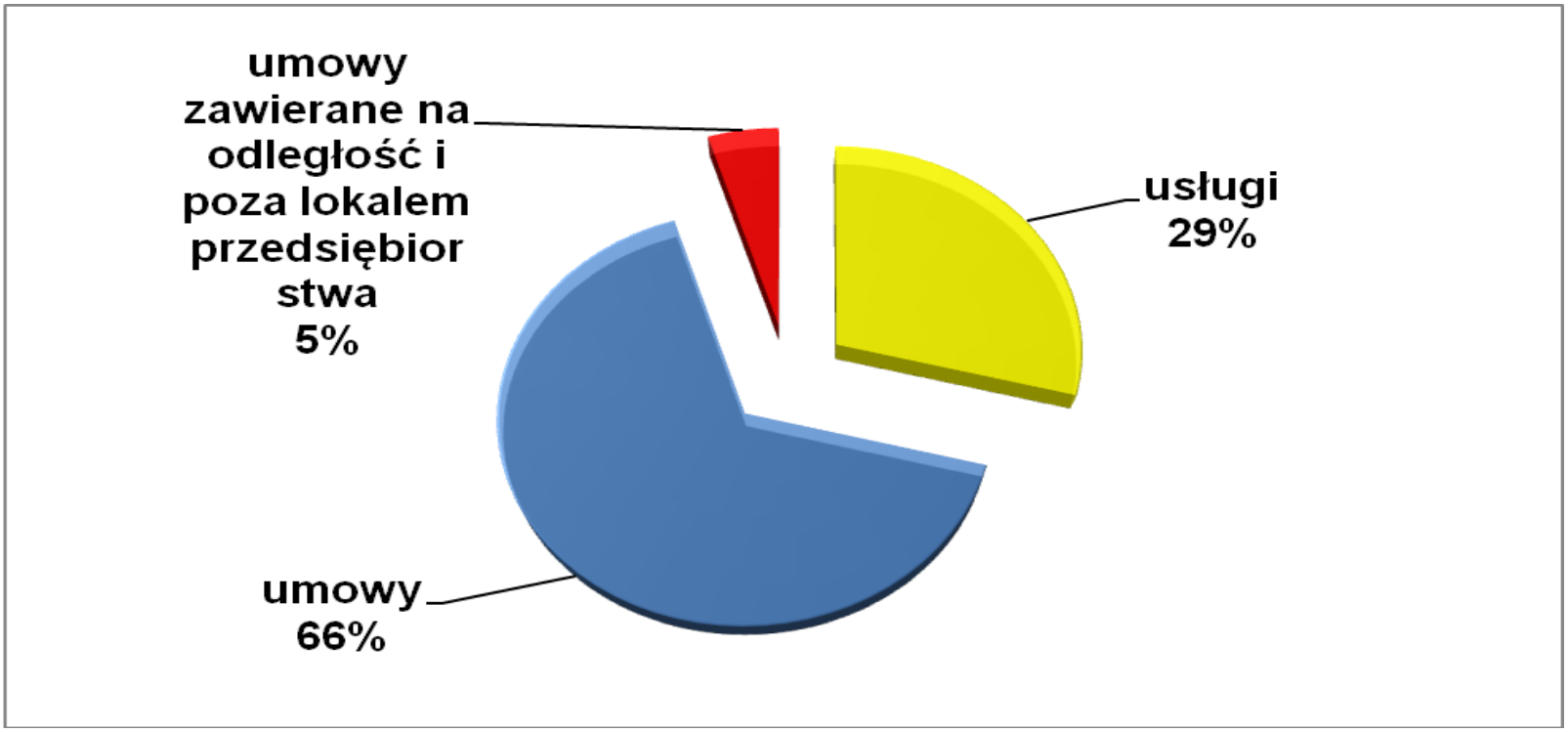
	Ogółem	%
I. Usługi, w tym:		
ubezpieczeniowa	**88**	**10,8%**
finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)	**91**	**11,1%**
remontowo-budowlana	**86**	**10,5%**
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	**53**	**6,5%**
telekomunikacja (telefony, TV)	**279**	**34,1%**
turystyczno-hotelarska	**51**	**6,2%**
motoryzacja	**70**	**8,6%**
pralnicza	**5**	**0,6%**
pocztowa	**10**	**1,2%**
przewozowa	**20**	**2,4%**
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	**14**	**1,7%**
medyczna	**5**	**0,6%**
windykacyjne	**21**	**2,6%**
inne	**24**	**2,9%**
SUMA	**817**	**100%**
II. Umowy sprzedaży, w tym:		
obuwie i odzież	**457**	**35,5%**
wyposażenie mieszkania	**196**	**15,2%**
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	**345**	**26,8%**
komputer i akcesoria komputerowe	**62**	**4,8%**
motoryzacja	**87**	**6,8%**
artykuły spożywcze	**12**	**0,9%**
artykuły chemiczne i kosmetyki	**4**	**0,3%**
zabawki	**15**	**1,2%**
inne	**110**	**8,5%**
SUMA	**1288**	**100%**
III. Umowy poza lokalem i na odległość	**201**	**100,0%**
Sprawy pozakonsumenckie	**179**	
RAZEM	**2485**	

5. Struktura wszystkich wystąpień

Tabela numer 3

Struktura wystąpień:	
usługi	151
umowy	345
umowy zawierane na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa	25
SUMA	**521**

Wykres numer 4



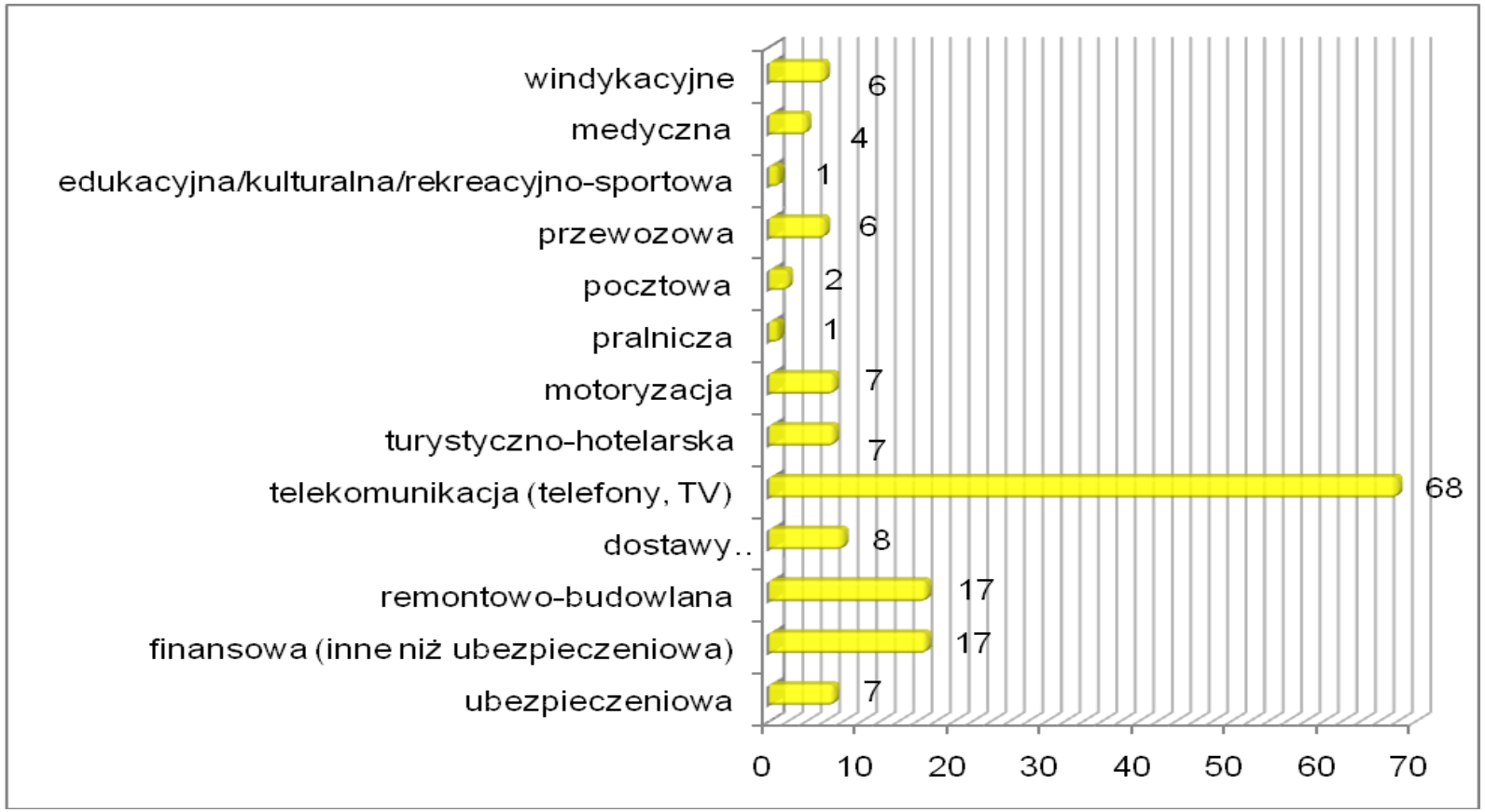
6. Szczegółowa struktura wszystkich wystąpień do przedsiębiorców

Tabela numer 4

	Ogółem	%
I. Usługi, w tym:		
ubezpieczeniowa	**7**	**4,6%**
finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)	**17**	**11,3%**
remontowo-budowlana	**17**	**11,3%**
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	**8**	**5,3%**
telekomunikacja (telefony, TV)	**68**	**45,0%**
turystyczno-hotelarska	**7**	**4,6%**
motoryzacja	**7**	**4,6%**
pralnicza	**1**	**0,7%**
pocztowa	**2**	**1,3%**
przewozowa	**6**	**4,0%**
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	**1**	**0,7%**
medyczna	**4**	**2,6%**
windykacyjne	**6**	**4,0%**
SUMA	**151**	**100%**
II. Umowy sprzedaży, w tym:		
obuwie i odzież	**232**	**67,2%**
wyposażenie mieszkania	**34**	**9,9%**
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	**38**	**11,0%**
komputer i akcesoria komputerowe	**17**	**4,9%**
motoryzacja	**5**	**1,4%**
artykuły chemiczne i kosmetyki	**1**	**0,3%**
zabawki	**4**	**1,2%**
inne	**14**	**4,1%**
SUMA	**345**	**100%**
III. Umowy poza lokalem i na odległość	**25**	**100,0%**
RAZEM	**521**	

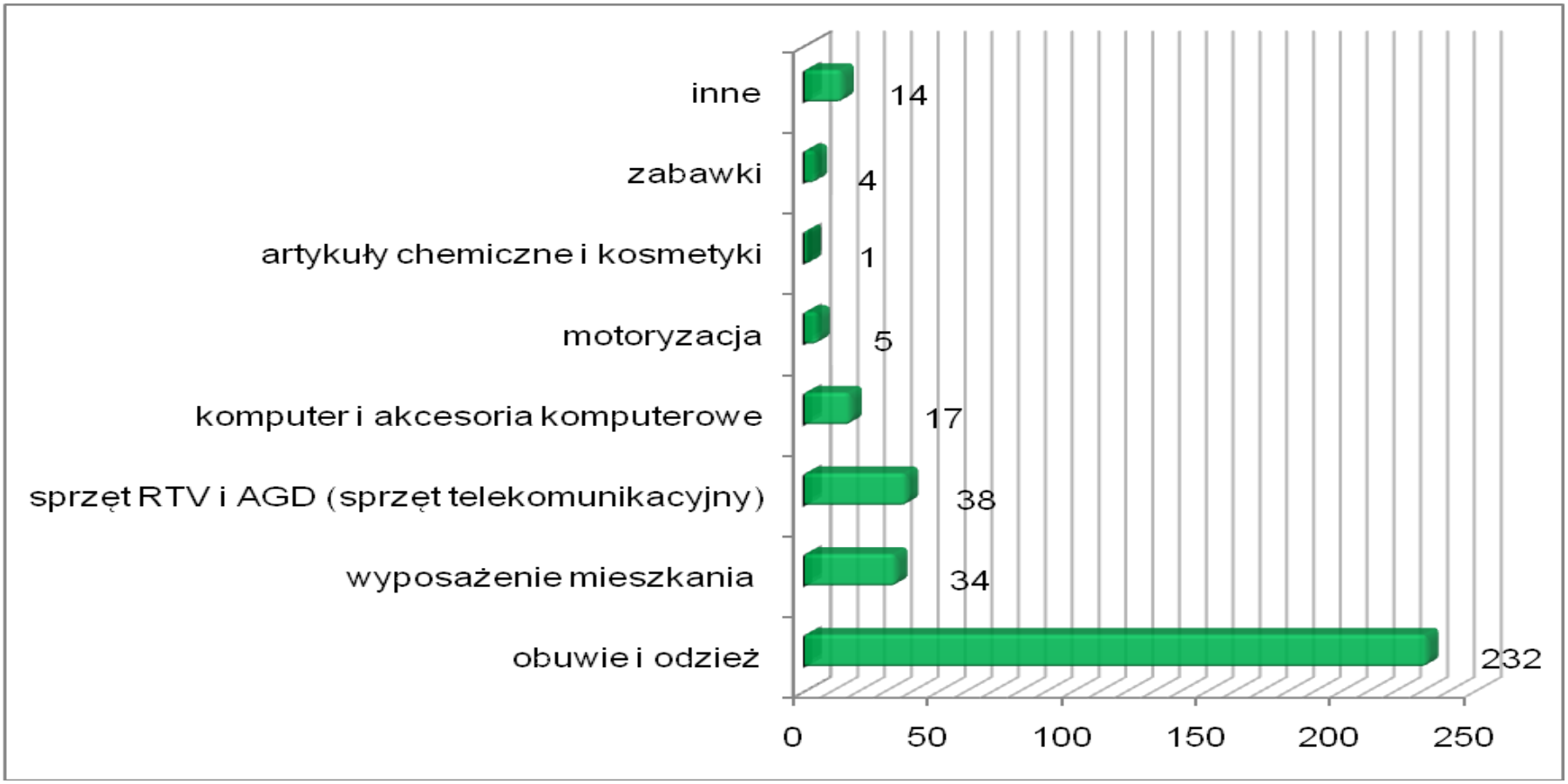
7. Wystąpienia Rzecznika w zakresie niewykonania lub nienależytego wykonania usług

Wykres numer 5



8. Wystąpienia Rzecznika w zakresie niewykonania lub nienależytego wykonania umów sprzedaży

Wykres numer 6



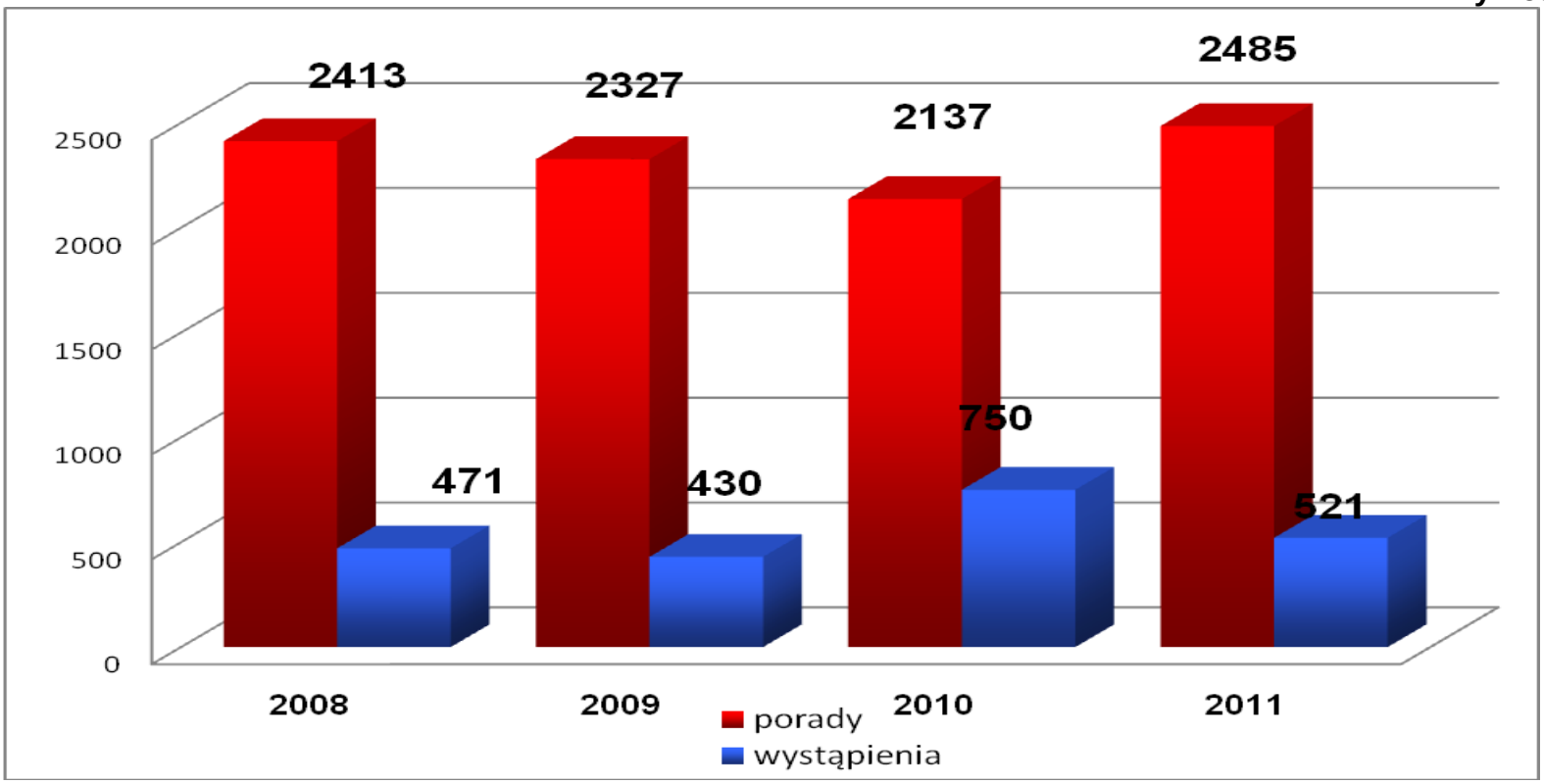
9. Sposób zakończenia prowadzonych postępowań

Tabela numer 5

Wystąpienia:	521	% wszystkich wystąpień
pozytywnie	303	58%
negatywnie	156	30%
pozew	11	2%
w toku	37	7%
Europejskie Centrum Konsumenckie	0	0%
UOKiK	3	1%
GIODO	0	0%
Rzecznik Ubezpieczonych	0	0%
Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej	0	0%
Urząd Komunikacji Elektronicznej	11	2%

10. Zestawienie udzielonych porad i informacji prawnych oraz wystąpień w latach 2008 – 2011

Wykres numer 7



11. Liczba wszystkich złożonych wniosków i zapytań na przestrzeni dwunastu miesięcy

Tabela numer 6

Miesiąc	Ilość spraw
styczeń	202
luty	238
marzec	254
kwiecień	174
maj	217
czerwiec	231
lipiec	275
sierpień	313
wrzesień	230
październik	273
listopad	301
grudzień	298
SUMA:	**3006**
Średnia:	**251**

Wykres numer 8



VII. Załączniki:

1. Wzór karty dokumentującej przebieg postępowania w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów (DUM.7420._.2011)

Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach

DUM.7420._____ .2011

SYGNATURA AKT: _____

Przedsiębiorca: _____

Konsument: _____

Data wszczęcia postępowania: _____

Dotyczy sprawy
DUM.7410. _____ .2011

UWAGI:

_____

_____

Data zakończenia postępowania:_____

Wynik:

- ☐ **UKARANO**
- ☐ **UNIEWINNIONO**
- ☐ **INNE:** _____

2. Wzór karty dokumentującej przebieg postępowania w sprawach cywilnych z zakresu ochrony interesów konsumentów (DUM.7421._.2011)

Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach

DUM.7421._____ .2011

Przedsiębiorca (pozwany): _____

Konsument (powód): _____

Przedmiot sprawy: _____

Data złożenia/wydania konsumentowi pozwu: _____

Dotyczy sprawy:
DUM.7410. _____ .2011

UWAGI:

_____

_____

OŚWIADCZENIE KONSUMENTA

Potwierdzam odbiór projektu pozwu i oświadczam, że zapoznałem się z jego treścią i nie wnoszę zastrzeżeń.

Ponadto zostałem poinformowany, że biuro rzecznika jedynie pomogło w sporządzeniu pozwu, natomiast nie będzie mnie reprezentowało przed Sądem w przedmiotowej sprawie. Jestem również świadomy ewentualnego postanowienia Sądu o oddaleniu moich roszczeń i konieczności poniesienia kosztów procesu.

_____
data i podpis

3. Wzór karty dokumentującej przebieg postępowania prowadzonego przez UOKiK (DUM.7422._.2011)

Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach

DUM. 7422. _____ . 2011

Przedsiębiorca: _____

Konsument: _____

Przedmiot sprawy: _____

Data złożenia zawiadomienia: _____

Dotyczy sprawy: **DUM.7422. _____ . 2011**

UWAGI:

_____

_____

Data zakończenia postępowania: _____

Wynik:

- ☐ **POZYTYWNIE**
- ☐ **NEGATYWNIE**
- ☐ **INNE:** _____

4. Wzór karty dokumentującej przebieg postępowania przekazanych zgodnie z właściwością rzeczową (DUM.7424._.2011)

Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach

DUM.7424. _____.2011

Konsument: _____

Przedsiębiorca: _____

Organ właściwy:

- ☐ **Urząd Komunikacji Elektronicznej**
- ☐ **Urząd Marszałkowski**
- ☐ **Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej**
- ☐ **Rzecznik Ubezpieczonych**
- ☐ **Urząd Regulacji Energetyki**
- ☐ **Komisja Nadzoru Finansowego**
- ☐ **Inne** _____

Data przekazania: _____

Dotyczy sprawy: **DUM.7410. _____ .2011**

UWAGI:

_____

5. Wzór oświadczenia o odwołaniu zgody na przesyłanie niezamówionych wiadomości tekstowych o podwyższonej opłacie

Tychy, dnia _____

_____
(imię i nazwisko)

_____
(adres)

_____
(miejscowość)

_____

_____

_____

(dostawca usług o podwyższonej opłacie)

Działając na podstawie art. 4 ust. 1 pkt. 2 ustawy z dnia 18 lipca 2002 roku oświadczeniu usług drogą elektroniczną, niniejszym **odwołuję** wszelkie wyrażone uprzednio w sposób bezpośredni lub uzyskane w sposób dorozumiany zgody na przesyłanie zarówno przez Dostawcę Usług o Podwyższonej Opłacie, jak i jego Zleceniodawców, jakichkolwiek niezamówionych krótkich wiadomości tekstowych SMS na niżej wymienione numery telefonów:

_____

_____

_____

Niniejsze oświadczenie jest jednoznaczne z **zakazem** przesyłania zarówno przez Dostawcę Usług o Podwyższonej Opłacie, jak i jego Zleceniodawców jakichkolwiek niezamówionych krótkich wiadomości tekstowych SMS na wyżej wymienione numery telefonów.

_____

(podpis)

Źródło: Dziennik Gazeta Prawna, numer 36 z dnia 22 lutego 2011 roku, *Można się bronić przed niechcianymi SMS-ami*

6. Wzór odstąpienia od umowy w oparciu o treść art. 8 ust. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej

Tychy, dnia _____

_____
(Imię i nazwisko konsumenta)

_____
(Adres)

_____

_____
(Dane przedsiębiorcy)

_____
(Adres)

_____

Dot. reklamacji numer _____ **z dnia** _____

*Wobec braku realizacji żądania reklamacyjnego w ustalonym przez strony jako odpowiedni terminie / wobec braku możliwości naprawy lub wymiany towaru na nowy wolny od wad / wobec faktu, iż naprawa albo wymiana narażałaby mnie na znaczne niedogodności *,* w oparciu o treść art. 8 ust. 4 ustawy z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie kodeksu cywilnego (Dz. U. nr 141, poz. 1176), odstępuję od umowy kupna sprzedaży _____ zawartej w dniu _____ roku.
(oznaczenie zakupionego towaru)

W związku z powyższym proszę o zwrot przekazem pocztowym (adres jak wyżej) / na konto numer _____
kwoty _____ złotych, w terminie 7 dni od daty otrzymania niniejszego pisma.

W przeciwnym wypadku zmuszona/zmuszony* będę skierować sprawę na drogę postępowania sądowego.

_____
(podpis)

* - niepotrzebne skreślić

Otrzymują:
1. adresat
2. a/a

7. Wzór pisma reklamacyjnego do przedsiębiorcy w oparciu o treść art. 8 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej

Tychy, dnia _____

_____
(Imię i nazwisko konsumenta)

_____
(Adres)

_____

_____
(Dane przedsiębiorcy)

_____
(Adres)

_____

Dot. reklamacji numer _____ **z dnia** _____

Wobec braku ustosunkowania się do zgłoszonego przeze mnie żądania reklamacyjnego w wymaganym czternastodniowym terminie, niniejszym w oparciu o treść art. 8 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie kodeksu cywilnego (Dz. U. nr 141, poz. 1176), złożoną reklamację uznaję za pozytywnie rozpatrzoną.

Mając na względzie powyższe, wzywam Państwa do spełnienia mojego żądania reklamacyjnego, tj. naprawy / wymiany towaru na nowy wolny od wad*, w terminie _____ dni od daty otrzymania niniejszego pisma.

W przeciwnym wypadku zmuszona/zmuszony* będę odstąpić od umowy, a w konsekwencji skierować sprawę na drogę postępowania sądowego.

_____
(podpis)

* - niepotrzebne skreślić

Otrzymują:
1. adresat
2. a/a

Niniejsze sprawozdanie sporządzono w dniu 28 marca 2012 roku w trzech jednobrzmiących egzemplarzach.

***/-/* Katarzyna Szostak – Zjawiony**

Miejski Rzecznik Konsumentów
w Tychach