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 Z DZIAŁALNOŚCI MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW w TYCHACH ZA 2013 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 4

1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów 4
2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów 11
3. Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi 15
4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów 16
5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów 16
6. Prowadzenie edukacji konsumenckiej 17
7. Współpraca ze środkami masowego przekazu: 17

III. Przykładowe sprawy prowadzone przez Rzecznika w roku sprawozdawczym 18

IV. Przykładowe działania doskonalące prowadzone w ramach wdrożonego w Urzędzie Miasta Systemu Zarządzana Jakością zgodnie z normą PN-EN ISO 9001:2001 22

V. Wnioski końcowe 23

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 2012 roku do dnia 31 grudnia 2012 roku. W tym okresie, funkcję Miejskiego Rzecznika Konsumentów pełniła Katarzyna Szostak – Zjawiony.

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.

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, 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 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.

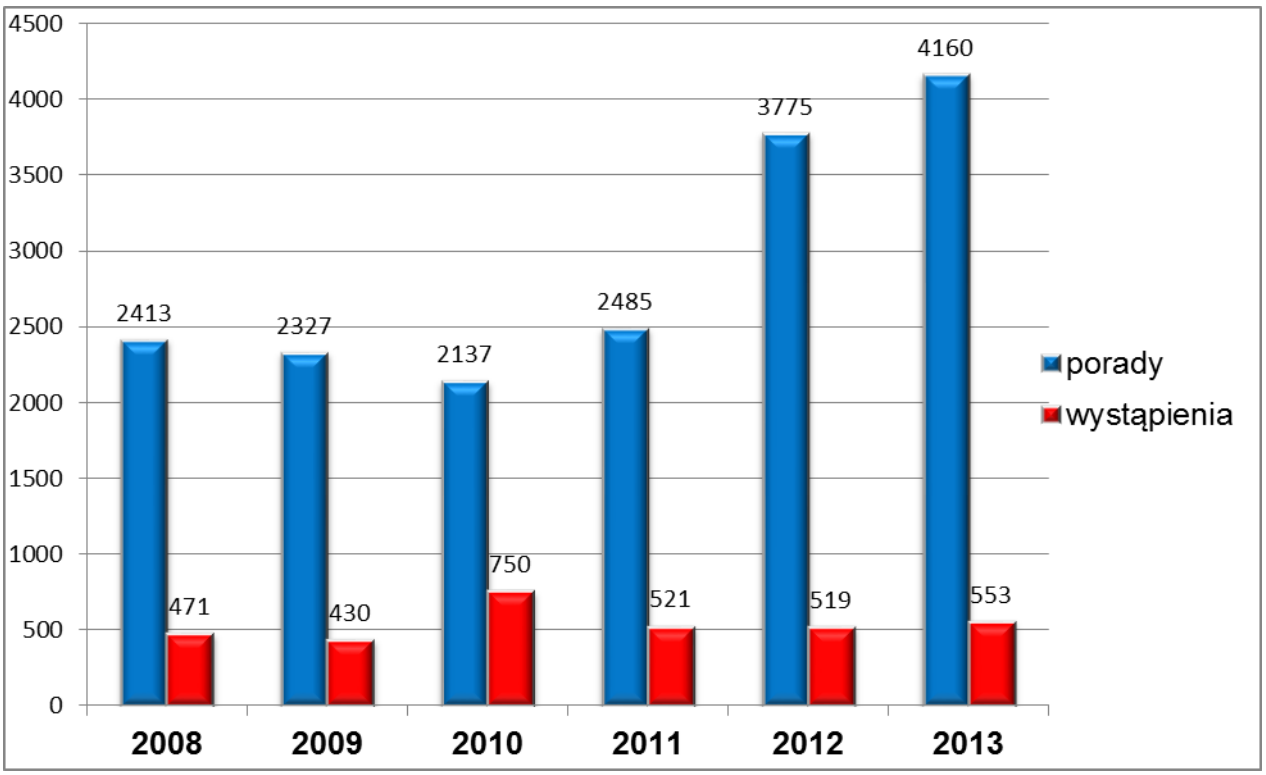
Podczas spotkania pracownicy biura rzecznika przedstawiają konsumentom możliwości prawne rozwiązania zgłoszonego problemu, analizują zasadność skargi, wskazują konsumentom właściwe instytucje świadczące również pomoc w zakresie ochrony ich interesów bądź instruują skarżących przy sporządzaniu różnego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

Problemy, z jakimi w roku ubiegłym, podobnie jak w latach poprzednich, zwracali się konsumenci, dotyczyły przede wszystkim 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 większości nie posiadają świadomości 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, tym samym uwalniając się od odpowiedzialności.

Realizując obowiązek wykonywania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej Miejski Rzecznik Konsumentów udzielił w roku ubiegłym **4.160 porad** (w roku 2012 - 3775 porad). Pomimo wzrostu ilości udzielonych porad o **385**, w porównaniu do roku ubiegłego, ich **struktura** przedstawia się niemalże identycznie: 57 % porad dotyczyło umów sprzedaży, w 27 % świadczenia usług, w 13 % obejmowała porady w zakresie umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa oraz 2 % porad dotyczyło zbiorczej kategorii „inne”.



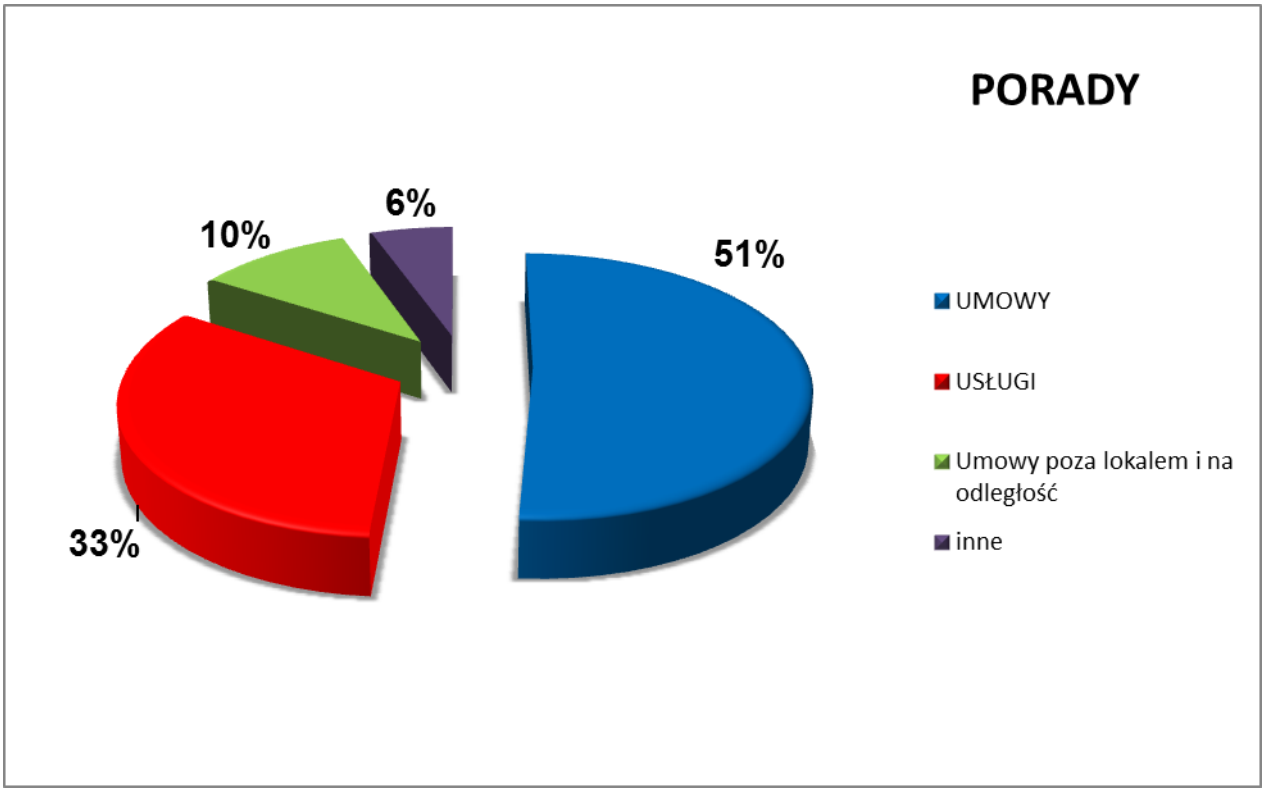
Wykres nr 1: Porady prawne oraz wystąpienia w latach 2008-2013

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

RAZEM	**4160**	**100%**
UMOWY	**2133**	**51%**
USŁUGI	**1372**	**33%**
Umowy poza lokalem i na odległość	**434**	**10%**
inne	**231**	**6%**

Tabela nr 1: Struktura udzielonych porad

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach



Wykres nr 2: Struktura udzielonych porad

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Nadal najczęściej zgłaszane problemy w zakresie jakości i zakresu świadczonych **usług** dotyczyły: usług telekomunikacyjnych - 498 porady, co stanowiło 48 % łącznie udzielonych w tej kategorii, usług finansowych – 168 (16 %), usług dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywozu nieczystości – 88 (9 %), ubezpieczeniowych - 45 (4 %),

remontowo – budowlanych – 26 (3 %), usług motoryzacyjnych - 46 (4 %) czy usług turystycznych - 420 (4 %).

Problemy konsumentów dotyczyły również kwestii niewykonania bądź nienależytego wykonania **umów** sprzedaży, których przedmiot stanowiła tradycyjnie sprzedaż odzieży i obuwia – 783 porad (36 %), sprzętu telekomunikacyjnego - 345 (22 %), wyposażenia wnętrz – 317 (15 %) czy motoryzacji - 164 (8 %). W pozostałym zakresie wątpliwości i zapytania konsumentów dotyczyły komputerów i akcesoriów komputerowych, artykułów spożywczych, zabawek oraz artykułów chemicznych i kosmetyków.

W roku sprawozdawczym niemalże na porównywalnym poziomie odnotowano liczbę porad udzielanych w przedmiocie **umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa**. W roku 2013 zarejestrowano bowiem **434 porady**, podczas gdy w roku 2012 udzielono 488 porad, w roku 2011 - 201 porad, natomiast w roku 2010 kształtowały się one jedynie na poziomie - 149 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 wymaganego przez przepisy pouczenia konsumenta na piśmie o możliwości odstąpienia od umowy czy dostarczenia wzoru oświadczenia o odstąpieniu. 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.

Analizując zgromadzone dane pod kątem ilości udzielanych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy 2013 roku należy stwierdzić, że ilość zapytań konsumentów w całym rocznym okresie kształtowała się na porównywalnym poziomie. **Średniomiesięcznie udzielono więcej niż w roku poprzednim (358), bo 393 porad i informacji prawnych.**

Miesiąc	Ilość spraw
styczeń	464
luty	387
marzec	340
kwiecień	415
maj	372
czerwiec	419
lipiec	474
sierpień	340
wrzesień	404
październik	380
listopad	377
grudzień	341
SUMA:	**4713**
Średnia:	**393**

Tabela nr 2: Ilość udzielanych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Reasumując, szczegółową strukturę udzielonych porad i informacji prawnych przedstawia tabela poniżej.

I. Usługi, w tym:		
ubezpieczeniowa	181	13%
finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)	155	11%
remontowo-budowlana	76	6%
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	89	6%
telekomunikacja (telefony, TV)	505	37%
turystyczno-hotelarska	41	3%
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	30	2%
motoryzacja	73	5%
pralnicza	8	1%
pocztowa	6	1%
przewozowa	34	2%
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	13	1%
medyczna	31	2%
windykacyjne	77	6%
inne	41	3%
USŁUGI	**1372**	**33%**
II. Umowy sprzedaży, w tym:		
obuwie i odzież	840	39%
wyposażenie mieszkania	280	13%
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	537	25%
komputer i akcesoria komputerowe	169	8%
motoryzacja	143	7%
artykuły spożywcze	15	1%
artykuły chemiczne i kosmetyki	3	0%
zabawki	7	0%
inne	139	7%
UMOWY	**2133**	**51%**
III. Umowy poza lokalem i na odległość	**434**	**10%**
Pozakonsumenckie	231	**6%**
RAZEM	**4160**	**100%**

Tabela nr 3: Struktura udzielonych porad i informacji prawnych

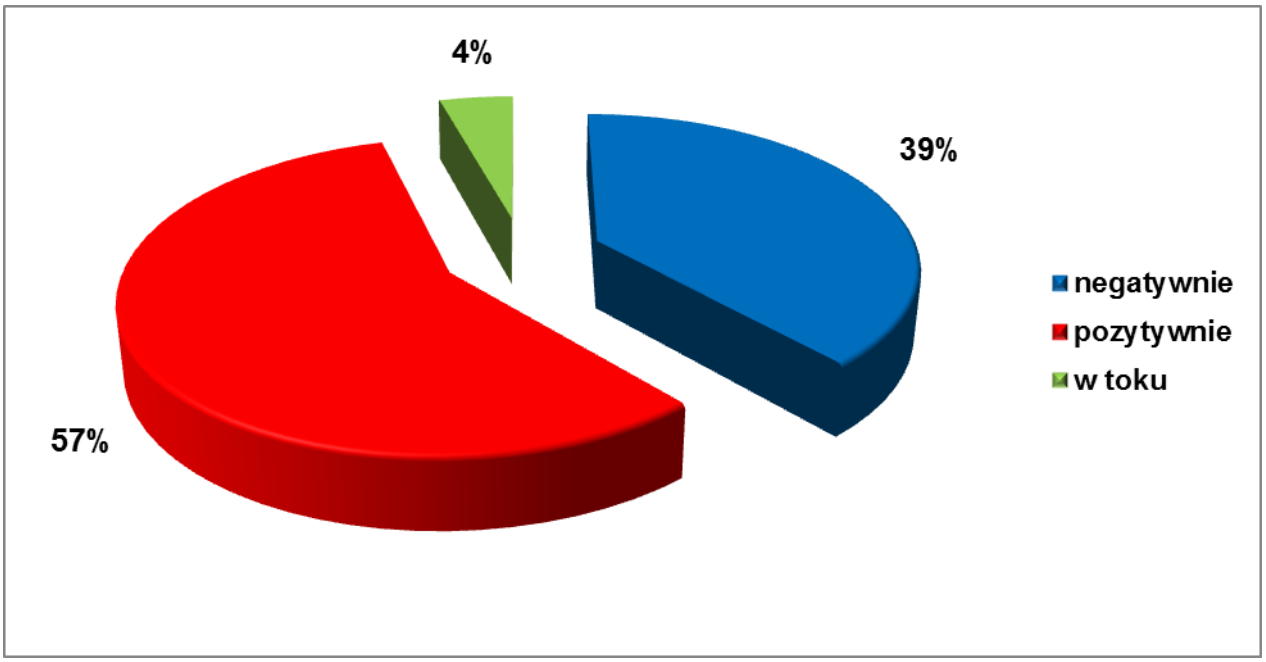
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

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 **553 wystąpień** do przedsiębiorców, podczas gdy w roku ubiegłym wszczęto 519 postępowań, a w 2011 roku wysyłano 521 wystąpień.

Zadowalający jest również wynik prowadzonych przez Rzecznika postępowań. W roku sprawozdawczym wystąpienia Rzecznika doprowadziły do polubownego zakończenia sporu z przedsiębiorcą w **316 sprawach, co stanowi 57 %** wszystkich wystąpień. Niestety w 213 postępowaniach (39 %) podjęte działania nie przyniosły pozytywnego dla konsumentów rozstrzygnięcia, natomiast 24 sprawy (4 %) na dzień sporządzenia sprawozdania jest nadal w toku.



Wykres nr 3: Wynik prowadzonych postepowań

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

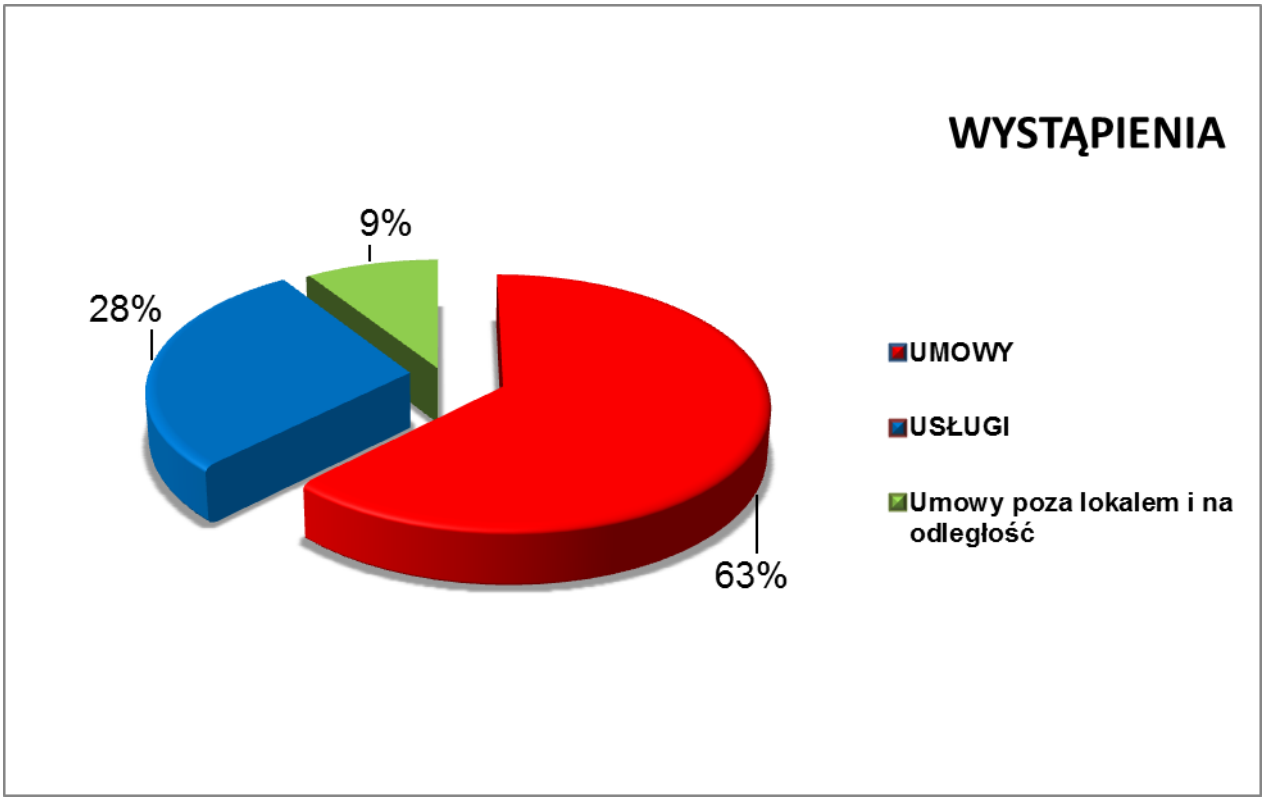
W roku sprawozdawczym Rzecznik Konsumentów w Tychach przekazał innym współpracującym organom jak np. Urzędowi Ochrony Konkurencji i Konsumentów – 2 indywidualnych spraw konsumenckich (w ramach dwóch postępowań), Urzędowi Marszałkowskiemu Departament Kultury, Sportu i Turystyki – 1 sprawę oraz Urzędowi Komunikacji Elektronicznej – 1 sprawę. Wskazana niewielka liczba przekazanych postępowań świadczyć może o coraz większej 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 – 65%, usług – 35%, wystąpienia w zakresie umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa – 9%.

RAZEM	**553**	**100%**
UMOWY	**346**	**63%**
USŁUGI	**156**	**28%**
Umowy poza lokalem i na odległość	**51**	**9%**

Tabela nr 4: Struktura wystąpień

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach



Wykres nr 4: Struktura wszystkich wystąpień

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

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 - 72 (53 % wszystkich wystąpień), finansowych – 23 (15 %) oraz usług dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywozu nieczystości - 9 (4 %).

Pozostała ilość wystąpień dotyczyła niezadowolonych konsumentów z wykonania **umów** sprzedaży dotyczących głównie odzieży i obuwia - 232 (59 %), sprzętu RTV i

ADG i telekomunikacyjnego – 41 (15 %), wyposażenia wnętrz - 32 (13 %), sprzętu komputerowego i akcesoriów komputerowych - 12 (3 %). W 51 postępowaniach skierowano do przedsiębiorców pisma w sprawie **umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość**.

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.

Na zakończenie, szczegółową strukturę przygotowanych przez Rzecznika wystąpień obrazuje poniższa tabela.

I. Usługi, w tym:		
ubezpieczeniowa	10	6%
finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)	23	15%
remontowo-budowlana	8	5%
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	9	6%
telekomunikacja (telefony, TV)	72	46%
turystyczno-hotelarska	7	4%
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	4	3%
motoryzacja	5	3%
pralnicza	3	2%
przewozowa	2	1%
medyczna	2	1%
pogrzebowa	1	1%
windykacyjne	6	4%
inne	4	3%
USŁUGI	**156**	**28%**
II. Umowy sprzedaży, w tym:		
obuwie i odzież	232	67%
wyposażenie mieszkania	32	9%
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	41	12%

komputer i akcesoria komputerowe	12	3%
motoryzacja	8	2%
artykuły spożywcze	3	1%
artykuły chemiczne i kosmetyki	2	1%
zabawki	2	1%
inne	14	4%
UMOWY	**346**	**63%**
III. Umowy poza lokalem i na odległość	**51**	**9%**
RAZEM	**553**	**100%**

Tabela nr 5: Struktura wystąpień

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

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 czy z Komisją Nadzoru Finansowego m.in. poprzez udział w spotkaniach szkoleniowych, otrzymywanie wyjaśnień bądź materiałów edukacyjnych, stanowiących wsparcie w bieżącej pracy Rzecznika.

W związku z nieprawidłowościami w zakresie nieuczciwego działania przedstawicieli handlowych, działających w imieniu i na rzecz dostawców

Konferencja UKE ……

W indywidualnych sprawach konsumentów, jak już wskazano powyżej, skierowano łącznie **1 wniosek** o wsparcie działań Rzecznika do Urzędu Komunikacji Elektronicznej, natomiast w sprawie zbiorowego naruszania praw konsumentów w roku 2012, 2 sprawy indywidualne zostały objęte **2 zawiadomieniami** do UOKiK w sprawie podejrzenia stosowania przez przedsiębiorców niedozwolonych praktyk w zakresie postanowień umowy wpisanych do rejestru tzw. „klauzul niedozwolonych" lub nieuczciwych praktyk rynkowych. Do chwili obecnej zostały wszczęte postępowania wyjaśniające w obydwu sprawach, które nie zostały jeszcze zakończone.

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 2012 roku biuro Rzecznika przygotowało dla konsumentów **19 pozwów bądź innych pism procesowych**. W większości dotyczyły one nienależytego wykonania umów sprzedaży odzieży i obuwia, rozliczenia umów obejmujących świadczenie usług finansowych, usług budowlanych, reklamacji pojazdu, pośrednictwa finansowego, rozliczenia usługi dostawy mediów, usług ubezpieczeniowych, restrukturyzacji zadłużenia czy rozliczenia umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa.

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 2013 roku w **6 sprawach** wystąpiono z wnioskami o ukaranie do Wydziału Karnego Sądu Rejonowego w Tychach. Na dzień sporządzenia sprawozdania 3 wyroki skazujące, w pozostałych 3 sprawach toczą się postępowania sądowe. W 2 sprawach odstąpiono od ukarania wobec uzyskania odpowiedzi przedsiębiorcy w późniejszym terminie oraz braku wystarczających danych umożliwiających ukaranie.

W związku z pojawiającymi się problemami z uzyskaniem danych z Krajowego Rejestru Sądowego bądź danych osobowych przedsiębiorcy 3 sprawy 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.
Problem ustalenia danych przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą dotyczy również braku posiadania przez Rzecznika wystarczających danych umożliwiających dostateczne identyfikowanie przedsiębiorcy, które umożliwiłoby skierowanie wniosku do sądu.

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 **6 wykładów** w: I i II Liceum Ogólnokształcącym 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.

7. Współpraca ze środkami masowego przekazu

W roku sprawozdawczym udzielono łącznie **12 informacji i wywiadów** prasowych. Wypowiedzi Rzecznika publikowane były w tygodniku lokalnym „Twoje Tychy”, „Tygodniku „Echo” oraz na stronie internetowej Wydziału: www.konsument.umtychy.pl. Dotyczyły głównie skarg konsumentów w zakresie

nieprawidłowości w zakresie umów zawieranych na odległość, rozliczenia umów z instytucjami pozabankowymi „parabankami”,

umów kredytowych, w związku z nową regulacją ustawową; problemów z obowiązkowym ubezpieczeniem pojazdów mechanicznych, także wobec nowelizacji ustawy; nienależytego wykonywania umów; obowiązku sprzedawcy wystawiania i przechowywania paragonów; braku możliwości zwrotu towaru pełnowartościowego; nienależytego wykonania umów zawartych na odległość oraz usług finansowych świadczonych przez parabanki.

Po raz pierwszy, na zaproszenie redaktorów czasopisma „Twoje Tychy”, w dniu 4 grudnia 2012 roku Rzecznik Konsumentów pełniła telefoniczny dyżur ekspercki, odpowiadając na pytania zadawane przez czytelników Tygodnika. Wątpliwości konsumentów dotyczyły przykładowo zasad obowiązującej procedury reklamacyjnej towarów, nieprawidłowości pojawiających się w reklamach usług lotniczych odnośnie wskazania pełnych kosztów usługi czy też wątpliwości w zakresie prawidłowości działania instytucji parabankowych.

III. Przykładowe sprawy prowadzone przez Rzecznika w roku sprawozdawczym

Nadal bardzo duża część skarg konsumentów, w ilości 65, 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.

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 488 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.

W większości składane przez konsumentów skargi w tym zakresie dotyczyły **umów zawieranych przez telefon z przedstawicielami firm telekomunikacyjnych.** Konsumenci nieświadomi konsekwencji akceptacji przedstawionych warunków na odległość, przekonani są o nieskuteczności wyrażonej w ten sposób zgody, do czasu potwierdzenia treści uzgodnień na piśmie. Niestety, wbrew ich przekonaniu, umowa taka uznawana jest za w pełni skuteczną.

Reklamacje dotyczyły również odmienności przedstawionych przez operatora warunków drogą telefoniczną od usług rzeczywiście świadczonych. Częstokroć, wobec braku potwierdzenia warunków na piśmie, pomimo ustawowego obowiązku operatora w tym zakresie, w ramach prowadzonej procedury reklamacyjnej napotykamy na trudności dowodowe w zakresie możliwości ustalenia uzgodnionych warunków świadczenia usług. W takich przypadkach z pomocą przychodzi możliwość udostępnienia przez usługodawcę nagrania rozmowy telefonicznej konsumenta z konsultantem infolinii, oczywiście pod warunkiem wcześniejszego odnotowania przez klienta daty i godziny rozmowy.

Podobnie jak i w poprzednich latach nadal skargi konsumentów dotyczyły **wprowadzania klientów w błąd co do firmy, jaką reprezentuje spotykany konsultant.** Z relacji skarżących wynika, iż w rozmowach telefonicznych, jak i podczas spotkań bezpośrednich, przedstawiciele firm telekomunikacyjnych, jak i sprzedawcy energii przedstawiali się potencjalnym klientom jako dotychczasowy dostawca usług, doprowadzając w ten sposób do podstępnego przejęcia niezorientowanego klienta. Dopiero po wykryciu nieprawidłowości w tym zakresie, zazwyczaj już po upływie dziesięciodniowego terminu, chcąc odstąpić od podpisanej nieświadomie umowy, klient zmuszony był do zapłaty kary wyrównawczej za przedterminowe jej rozwiązanie.

W związku z działaniami nieuczciwych przedstawicieli przedsiębiorców w opisanym powyżej zakresie, niektóre firmy prowadziły **kampanie informacyjne** mające na celu ochronę konsumentów przed podpisywaniem niechcianych umów. Przykładowo, Spółka Tauron przeprowadziła kampanię „Bezpieczniki TAURONA" pod hasłem "Stop naciągaczom - podpisuj tylko uczciwe umowy", której celem było przekazanie klientom wiedzy odnośnie praw konsumenta na rynku energii, takich jak możliwość zmiany sprzedawcy energii. Poprzez dostarczone Rzecznikowi materiały informacyjne w postaci poradników i ulotek, czynnie wspieraliśmy prowadzoną kampanię.

W zakresie umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa w roku sprawozdawczym również odnotowano szereg nieprawidłowości. Najczęstsze problemy konsumentów, głównie osób starszych, związane były z podpisywaniem dokumentów, w szczególności umów sprzedaży, bez zapoznania się z ich treścią. W wielu przypadkach osoby starsze, schorowane, często niedowidzące, obdarzają kontrahentów nadmiernym zaufaniem, wiedząc, że nie są w stanie zapoznać się z treścią umowy, zweryfikować złożonych ustnie zapewnień, podpisują często niekorzystne dla siebie zapisy. Nieczytający umów konsumenci pozbawiają się jednocześnie możliwości skorzystania z ustawowego prawa do odstąpienia od umowy w dziesięciodniowym terminie. Wiele z prowadzonych przez Rzecznika postępowań dotyczyło zatem polubownego rozwiązania umów z konsumentem po upływie wspomnianego terminu, bez ponoszenia konsekwencji finansowych dla kupującego, najczęściej z uwagi na trudną sytuację finansową czy zdrowotną.

Pomimo dwukrotnego wydania przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów decyzji uznających, iż stosowana przez Iwonę Kwiatkowską, Rafała Peisert Eller Service s.c. z siedzibą w Gdańsku reklama wprowadzała konsumentów w błąd oraz potwierdzających prowadzenie procedury windykacyjnej na zasadach sprzecznych z obowiązującymi przepisami, do biura Rzecznika nadal wpływały kolejne skargi na działalność firmy będącej właścicielem portalu **www.pobieraczek.pl.** W roku sprawozdawczym odnotowano 108 skarg (w roku 2011 – 67 skarg), które odnosiły się

każdorazowo do tej samej kwestii, a mianowicie braku uzyskania rzetelnej informacji odnośnie rzeczywistego czasookresu trwania umowy, jak i jej odpłatności.

Wraz z zakończeniem roku pojawiła się informacja o zaprzestaniu działalności prowadzonej poprzez portal pobieraczek.pl, opublikowanej przez Zespół PP Pobieraczek.pl na stronie internetowej programu partnerskiego tegoż serwisu. Kwestionowana przez różne organy działalność spółki Eller Service s.c. winna uczulić konsumentów na nieprzemyślane akceptacje regulaminów i umów zawieranych drogą elektroniczną. Każde bowiem „kliknięcie" winno być poprzedzone szczegółową lekturą akceptowanych dokumentów.

Działania Rzecznika skupiały się również na wyeliminowaniu **nieprawidłowości w różnorakich wzorcach stosowanych przez przedsiębiorców w stosunkach z konsumentami**, jak wzorce umów czy formularzy reklamacyjnych. Przykładowo, równolegle do prowadzonego postępowania reklamacyjnego odzieży, po sugestii Rzecznika, zmodyfikowano formularz reklamacyjny w zakresie zapewnienia konsumentowi dostępu do wszelkich zapewnionych ustawą żądań reklamacyjnych, wcześniej przez przedsiębiorców nieuwzględnianych, co mogło wprowadzać konsumenta w błąd co do rzeczywistego zakresu jego uprawnień.

Owocnie zakończyły się również działania Rzecznika zmierzające do wyeliminowania zapisów umowy sprzedaży nakładających na konsumentów dodatkowe obowiązki, nieprzewidziane ustawą, w ramach uprawnienia do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Przedsiębiorca wymagał bowiem od kupującego wyłącznie osobistego zwrotu towaru w siedzibie firmy, oddalonej często od miejsca zamieszkania konsumenta paręset kilometrów. Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny z dnia 2 marca 2000 roku nie narzuca sposobu dostarczenia towaru, pozostawiając stronom swobodne ukształtowanie zobowiązania w tym zakresie. Sposób ten nie powinien być jednak dla konsumenta nadmiernie uciążliwym. Wobec zawarcia umowy w miejscu zamieszkania kupującego, w Tychach, brak jakichkolwiek podstaw do narzucenia Odstępującemu od umowy obowiązku osobistego dostarczenia sprzętu

wyłącznie do siedziby firmy znacznie oddalonej od miejsca dokonania zakupu, tym bardziej, że umowa dopuszczała dostarczenie przez sprzedającego towaru do konsumenta za pośrednictwem Poczty Polskiej lub innej firmy. Ukształtowanie w ten sposób obowiązków stron umowy w zakresie wyboru sposobu dostarczenia towaru, sprzecznych z zasadą równości stron, dodatkowo czyniło zastrzeżenie o osobistym zwrocie sprzętu całkowicie bezprawnym, a tym samym niewiążącym. Stosowane zatem przez przedsiębiorcę praktyki mogłyby zostać uznane za naruszające zbiorowe interesy konsumentów poprzez ograniczenie konsumentom możliwości odstąpienia od umowy z uwagi na nadmierne trudności związane z ostatecznym jej rozliczeniem.

W roku sprawozdawczym odnotowano również większą ilość skarg na **pozabankowe instytucje finansowe**. Poszkodowani w głośnej aferze firm Amber Gold i Finroyal oferujących zyski na poziomie kilkunastu procent rocznie, to również mieszkańcy Tychów. Skargi na działalność Amber Gold Sp. z o.o. wpływały dopiero wraz z pojawiającymi się publikacjami na temat poważnych problemów finansowych Spółki. W momencie złożenia natomiast wniosku o upadłość przedsiębiorstwa, działalność Rzecznika ograniczyła się do pomocy konsumentom w sporządzaniu dokumentacji sądowej w postaci zgłoszeń wierzytelności do masy upadłości.

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 zapewnienia przedsiębiorcom dostępu do informacji o ich obowiązkach wobec konsumentów w ramach prowadzonych postępowań reklamacyjnych, przesłano do tyskich przedsiębiorców **materiały edukacyjne** w postaci ulotek i opracowań Rzecznika.

Szeroki dostęp do informacji o aktualnie przysługujących konsumentom prawach zapewniono poprzez zamieszczenie **gabloty informacyjnej** przed wejściem do biura.

Celem stworzenia przejrzystego i jednolitego dokumentu informującego o przebiegu spotkania stron prowadzonego przez Rzecznika postępowania

wyjaśniającego, tj. konsumenta z przedsiębiorcą **utworzono wzór** „Protokołu ze spotkania stron postępowania wyjaśniającego prowadzonego przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach".

Chcąc zapewnić natomiast konsumentom szeroki dostęp do informacji o aktualnie przysługujących im prawach z zakresu umów zawieranych na odległość utworzono **wzór oświadczenia** o odstąpieniu od umowy zawartej za pośrednictwem portalu pobieraczek.pl, umieszczony na stronie internetowej www.konsument.umtychy.pl .

Podnosząc kwalifikacje pracowników biura Rzecznika, uczestniczono w **3 szkoleniach** organizowanych m.in. przez Arbitra Bankowego czy operatorów telekomunikacyjnych i dostawców energii elektrycznej czyli współpracujących z Rzecznikiem przedsiębiorców, odnośnie ustalenia wspólnej procedury rozwiązywania zgłaszanych przez konsumentów problemów.

Nadal dużym powodzeniem cieszy się utworzona w roku 2011 **strona internetowa Rzecznika: www.konsument.umtychy.pl.** Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania odnotowano ponad **100.000 wejść**. Powstanie strony internetowej zapewniło konsumentom szeroki dostęp do informacji odnośnie przysługujących im uprawnień, aktualnych wydarzeniach czy zmianach aktów prawnych z zakresu ochrony interesów konsumentów. Zainteresowany konsument odnajduje również wyszukiwarki rejestrów i ewidencji oraz szereg wzorów pism, które mogą okazać się 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 różnorodności asortymentu, wysokości ceny,

obsługi bądź aktywności w zakresie promocji. Z drugiej jednak strony, w warunkach tak rozwiniętej konkurencyjności, wątpliwości budzi postawa niektórych przedsiębiorców nadal 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 ustawowych przedsiębiorcy nadal wykazują podstawowe błędy w zakresie obsługi klienta, jak np. brak wydania potwierdzenia zawarcia transakcji w postaci paragonu, rachunku bądź faktury czy odmowy przyjęcia zgłoszenia reklamacyjnego w powołaniu na rozmaite przyczyny, nieznajdujące zupełnie oparcia w obowiązujących przepisach prawa. 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 2012 odnotowano ciągle wzrastającą liczbę zapytań kierowanych przez przedsiębiorców, w liczbie 124. 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 bądź wskazanie organu właściwego do udzielenia pomocy w sporze z konsumentem.

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 2012 odnotowano bowiem znaczny wzrost ilości zgłoszonych **skarg w rekordowej liczbie 4294**. W roku 2011 liczba ta kształtowała się na poziomie 3006, podczas gdy w 2010 roku udzielono 2887 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 (783 porad, w porównaniu do roku 2011 - 457), sprzętu elektronicznego (475 porad, w porównaniu do roku 2011 - 345), wyposażenia wnętrz (317 porad, w porównaniu do roku 2011 - 193). W zakresie reklamowanych usług również odnotowano znaczący wzrost, i tak np. odnośnie usług telekomunikacyjnych (498 porad, w porównaniu do roku 2011 - 279), finansowych (168 porad, w porównaniu do roku 2011 - 91), dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości (88 porad, w porównaniu do roku 2011 - 53) czy usług motoryzacyjnych (46 porad, w porównaniu do roku 2011 - 70).

Wskazane powyżej dane w zakresie wzrostu udzielanej przez Rzecznika pomocy świadczyć mogą o stale rosnącej świadomości konsumentów odnośnie możliwości skorzystania z pomocy pracowników Wydziału, 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 2012 udzielono bowiem ponad dwukrotnie większą ilość porad i informacji prawnych w ilości 488, podczas gdy w roku 2011 odnotowano 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.

Liczbę udzielonych porad w omawianym zakresie uzupełniają dodatkowe 42 sprawy, w których konieczna była interwencja Rzecznika u przedsiębiorcy, która w większości spraw zakończyła się pozytywnym wynikiem dla konsumenta.

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 roku ubiegłego odnotowano 519 postępowań, a zatem ilość interwencji Rzecznika nie odbiega od ilości postępowań wszczętych w roku 2011 (521). Utrzymany poziom prowadzonych postępowań przy jednoczesnym tak znaczącym wzroście skarg świadczyć może o samodzielności konsumentów, dla których wystarczające okazuje się być wskazanie dalszej drogi postępowania w formie udzielonej porady bądź informacji prawnej. Wiele z takich postępowań konsumenckich 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.

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 i dostawców energii 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.

Dokonując natomiast analizy skarg pod względem formy ich złożenia, należy stwierdzić, iż w roku sprawozdawczym znacząco wzrosła liczba zapytań otrzymanych drogą elektroniczną (220 zapytań, w roku poprzednim – 111). 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 2012 modyfikacje w zakresie formy prowadzenia edukacji szkolnej. Przygotowane w roku 2011 dwie prezentacje multimedialne dla szkół licealnych i gimnazjalnych wzbogacające dotychczasową formułę wykładu o wizualizację prezentowanych zagadnień, zostały w roku sprawozdawczym nieco zmodyfikowane uwzględniając czas przeznaczony na prezentację oraz zgłaszane przez uczestników spotkań propozycje. Działania te z pewnością przyczynią 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 zapewnia 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.

Na zakończenie warto wskazać, że na dzień sporządzenia sprawozdania udzielono już 1136 porad (w roku sprawozdawczym w tym samym okresie 910 porad), co może sugerować, iż w przypadku utrzymania się tak ogromnego zainteresowania pracą biura Rzecznika, kolejny rok pracy może ponowie okazać się rekordowym.

Niniejsze sprawozdanie sporządzono w dniu 26 marca 2013 roku w trzech jednobrzmiących egzemplarzach.

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

Miejski Rzecznik Konsumentów
w Tychach