



# **Sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów za rok 2019**

**Realizując ustawowy obowiązek przedkładam Prezydentowi Miasta Tychy do zaopiniowania roczne sprawozdanie z działalności rzecznika w roku ubiegłym.**

**Opiniuję pozytywnie**

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

## SPIIS TREŚCI

<b>I. Uwagi ogólne o działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach ..</b>	<b>3</b>
1. Podstawa prawna działania Miejskiego Rzecznika Konsumentów .....	3
2. Struktura i organizacja biura rzecznika .....	5
<b>II. Realizacja ustawowych zadań rzecznika .....</b>	<b>6</b>
1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów .....	7
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 .....	14
4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów .....	15
5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów	15
6. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym. ....	16
<b>III. Wnioski końcowe .....</b>	<b>19</b>
<b>IV. Tabele dodatkowe zalecane przez UOKIK.....</b>	<b>22</b>

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

### 1. Podstawa prawna działania rzecznika

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 (t.j. Dz.U. z 2019 roku poz. 369 z późn. zm.) należy uznać, iż podstawowym i nadrzędnym celem rzecznika 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 Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej, organizacjami konsumenckimi oraz wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych.

Rzecznik 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 Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wnioski i sygnalizować problemy dotyczące ochrony konsumentów, które wymagają podjęcia działań przez organy administracji rządowej.

W sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów rzecznik może pełnić funkcję oskarżyciela publicznego w rozumieniu przepisów **ustawy z dnia 24 sierpnia**

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

---

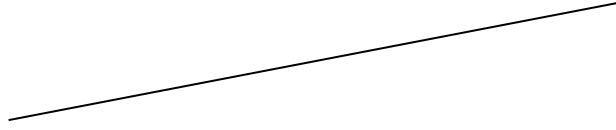
**2001 roku kodeks postępowania w sprawach o wykroczenia** (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1120, 1123, 1556, 1694.).

**Ustawa kodeks postępowania cywilnego z dnia 17 listopada 1964 roku** (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1460, 1469, 1495, 1649, 1655, 1798, 1802, 1818, 2070, 2089, 2128, 2217, z 2020 r. poz. 288.) stanowi podstawę do przedstawienia przez rzecznika sądowi istotnego dla sprawy poglądu.

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

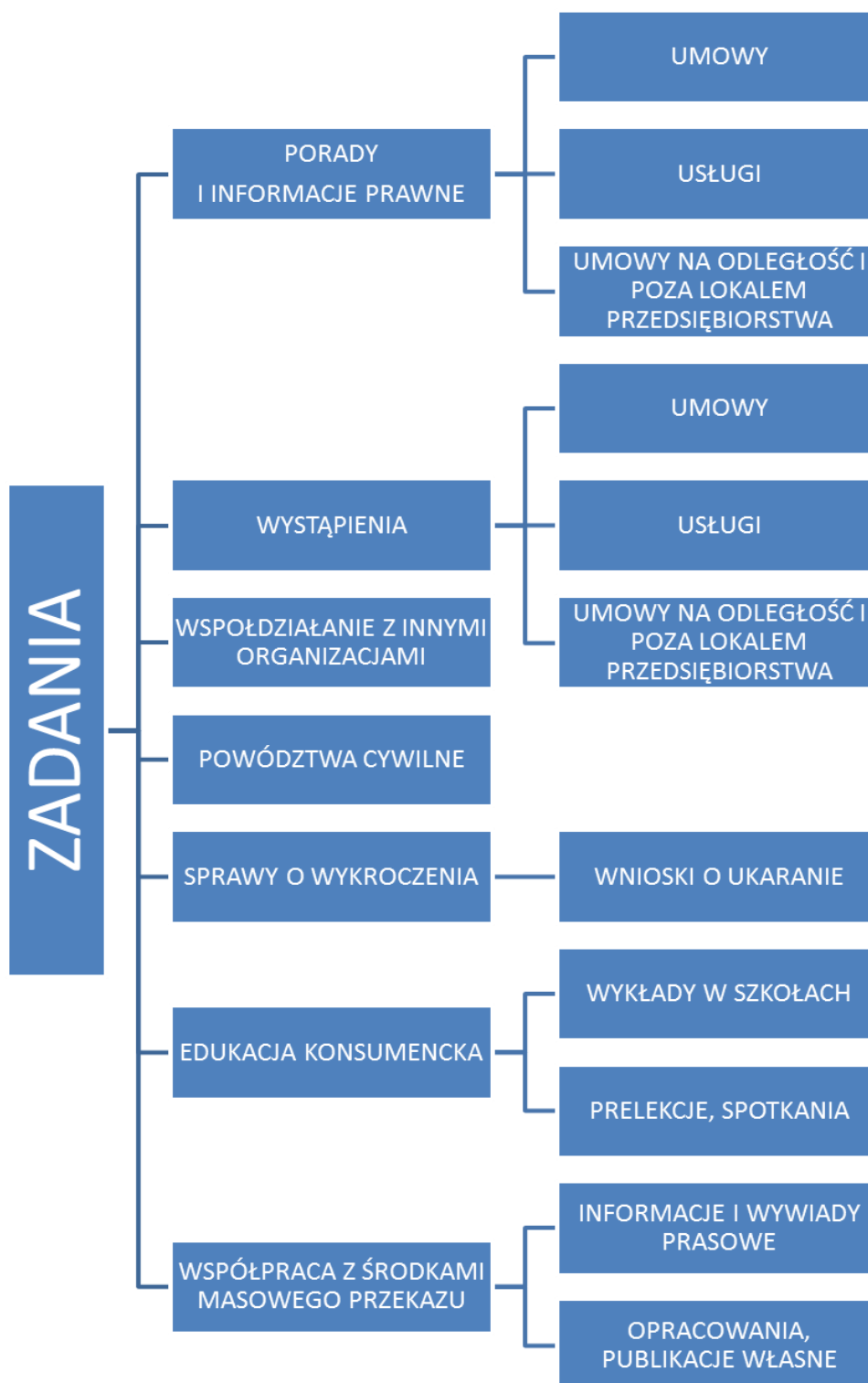
## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

## 1. Struktura i organizacja biura rzecznika

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

## 2. Realizacja ustawowych zadań rzecznika

### Schemat opracowania sprawozdania:



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

### Forma udzielanych porad i informacji

W sprawach związanych z ochroną praw i interesów konsumentów rzecznik oraz pracownicy biura przyjmują konsumentów osobiście, codziennie, w pełnym wymiarze czasu pracy. Porady udzielane są w formie ustnej, pisemnej bądź w formie elektronicznej, za pośrednictwem platformy ePuap.

### Ewidencja

Skargi rejestrowane są w formie papierowej oraz elektronicznej w podziale na następujące kategorie: porady prawne, pomoc w sporządzeniu pisma, 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. Każda zgłaszana przez konsumenta skarga odnotowywana jest również na formularzu notatki służbowej.

### Zakres pomocy

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

Bezpłatna porada i informacja prawna obejmuje również  **pomoc w sporządzaniu różnego rodzaju pism**, zarówno tych wymienianych na etapie przedsądowym, jak i w trakcie toczącego się już postępowania sądowego. Oferowana pomoc w tym zakresie dotyczy m.in. sporządzania zgłoszeń reklamacyjnych, odwołań od decyzji przedsiębiorców, oświadczeń o odstąpieniu 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 życiowo,  **pomoc w zakresie zredagowania wystąpień do**

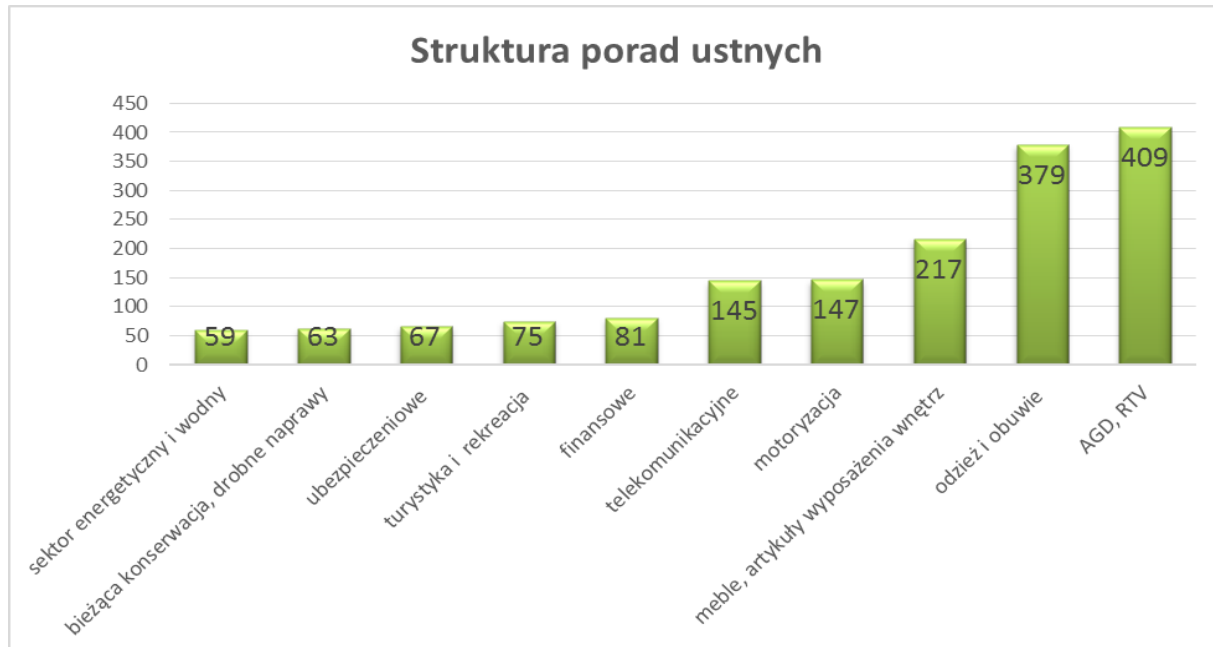
**przedsiębiorców lub wskazania precyzyjnej instrukcji dalszego postępowania** okazuje się być konieczna.

### Statystyka

Realizując obowiązek wykonywania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach udzielił w roku ubiegłym **2.495 porady (w roku 2018 – 2.893 porady)**. Pomimo mniejszej ilości udzielonych porad, w porównaniu do roku ubiegłego, ich **struktura** przedstawia się niemalże identycznie.

### Przedmiot porad i informacji prawnych

Niezmiennie od wielu lat najczęściej zgłaszane skargi konsumentów dotyczyły niewykonania bądź nienależytego wykonania **umów** sprzedaży odzieży i obuwia, sprzętu RTV i AGD, motoryzacji czy wyposażenia mieszkania. W zakresie jakości i zakresu świadczonych **usług** zapytania dotyczyły głównie usług telekomunikacyjnych, finansowych, turystycznych oraz ubezpieczeniowych.

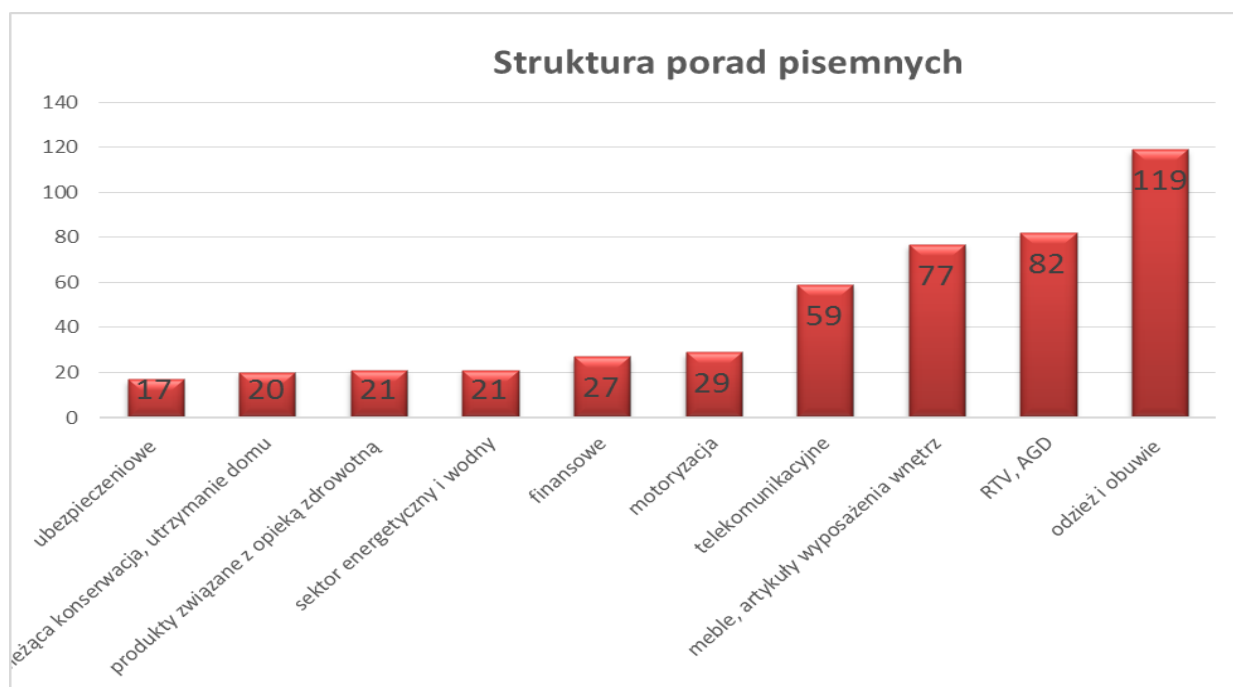


**Wykres nr 1: Przedmiot porad ustnych na przestrzeni 2019 roku**

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

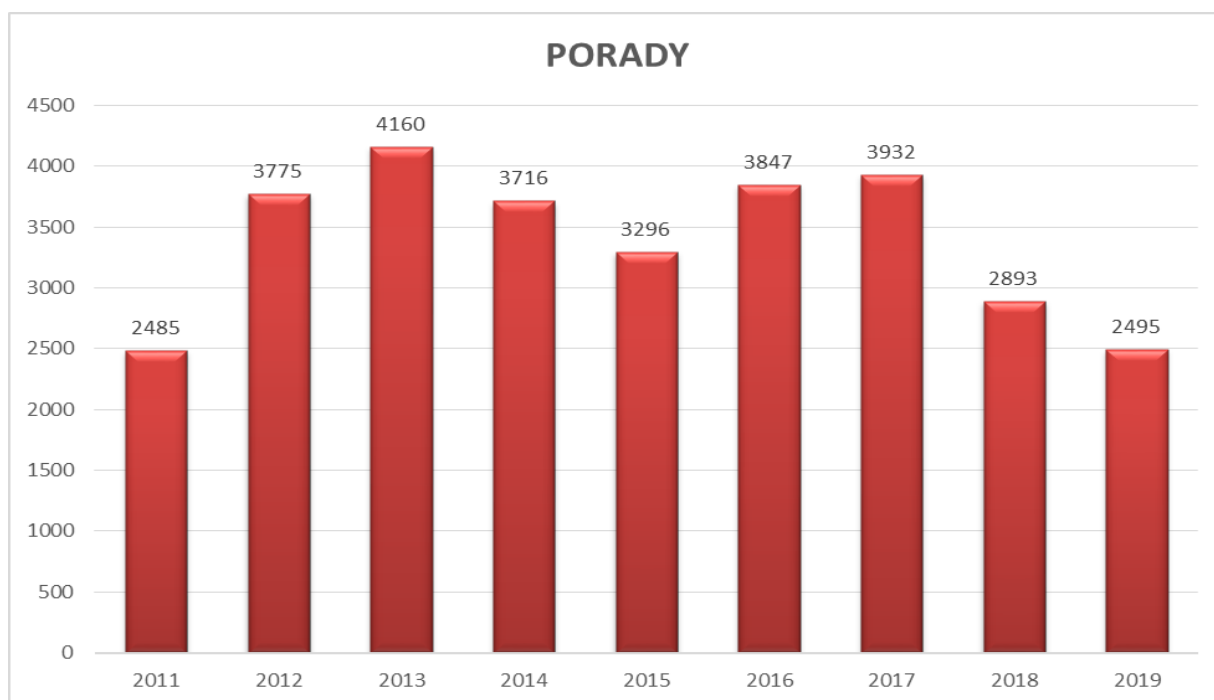


## Sprawozdanie z działalności za rok 2019



**Wykres nr 2: Przedmiot porad pisemnych na przestrzeni 2019 roku**

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach



**Wykres nr 3: Ilość porad prawnych w latach 2011-2019**

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

<b>porady ustne</b>	<b>1940</b>
w lokalu/ bez znaczenia	1640
poza lokalem	87
na odległość	176
informacje ogólne	1
inne (niekonsumenckie)	34

<b>porady pisemne</b>	<b>555</b>
w lokalu/ bez znaczenia	404
poza lokalem	66
na odległość	82
informacje ogólne	0
inne (niekonsumenckie)	3

**Tabela nr 1: Struktura udzielonych porad w 2019 roku**

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

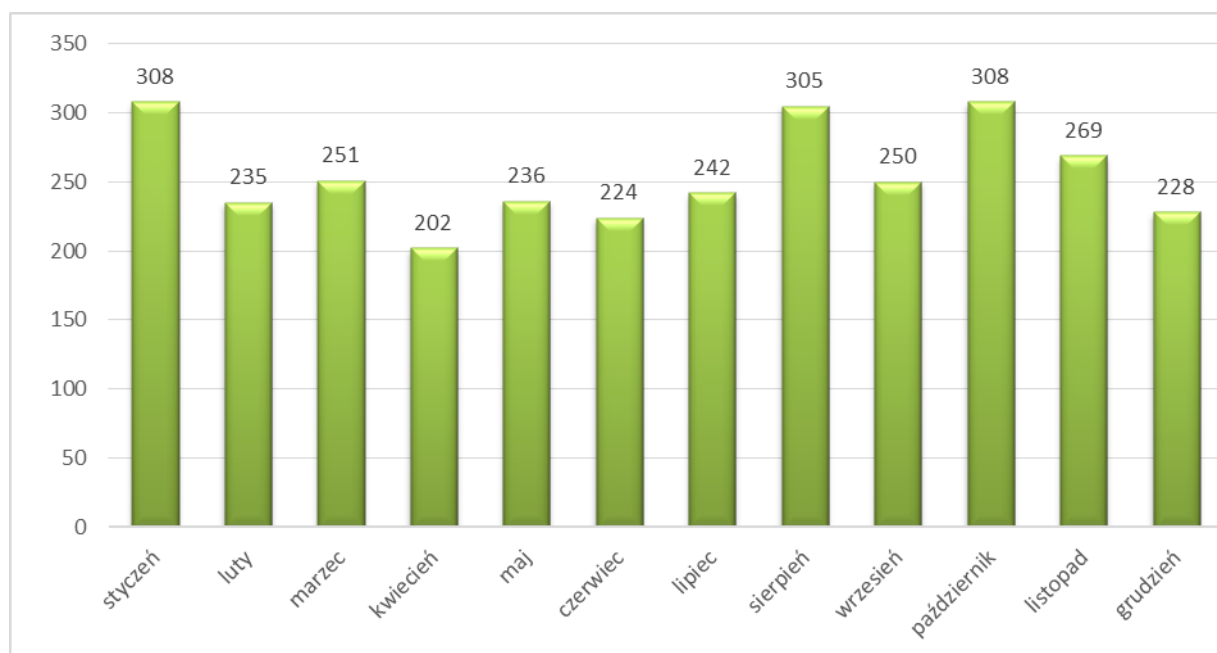
Analizując zgromadzone dane pod kątem ilości udzielanych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy 2019 roku **średniomiesięcznie** odnotowano **255 skarg**, co stanowi średnio **12 porad udzielnych** przez pracowników **każdego dnia**.

miesiąc	porady ustne	porady pisemne	wystąpienia	RAZEM
<b>Styczeń</b>	205	45	58	<b>308</b>
<b>Luty</b>	151	42	42	<b>235</b>
<b>Marzec</b>	150	41	60	<b>251</b>
<b>Kwiecień</b>	122	42	38	<b>202</b>
<b>Maj</b>	136	54	46	<b>236</b>
<b>Czerwiec</b>	139	48	37	<b>224</b>
<b>Lipiec</b>	152	49	41	<b>242</b>
<b>Sierpień</b>	214	51	40	<b>305</b>
<b>Wrzesień</b>	168	39	43	<b>250</b>
<b>październik</b>	202	53	53	<b>308</b>
<b>Listopad</b>	156	41	72	<b>269</b>
<b>Grudzień</b>	145	50	33	<b>228</b>
<b>SUMA</b>	<b>1940</b>	<b>555</b>	<b>563</b>	<b>3058</b>

**Tabela nr 2: Ilość skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy**

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019



**Wykres nr 4: Ilość skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy**

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

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

### Forma interwencji

Wola przedsiębiorcy polubownego zakończenia sporu decyduje o wyborze formy interwencji rzecznika. W niektórych typach spraw uświadomienie przedsiębiorcy jego obowiązków, a zarazem uprawnień konsumenta, podczas przeprowadzonej rozmowy telefonicznej okazuje się być wystarczające.

W przypadku braku możliwości porozumienia się z profesjonalistą we wskazanej formie, konieczne jest wystąpienie rzecznika z oficjalnym pismem i wszczęcie postępowania wyjaśniającego.

### Treść wystąpienia

Każde z wystąpień do przedsiębiorcy 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 Konsumentckim przy Inspekcji Handlowej lub też przed sądami polubownymi powołanymi przy innych instytucjach świadczących pomoc z zakresu ochrony interesów konsumentów.

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

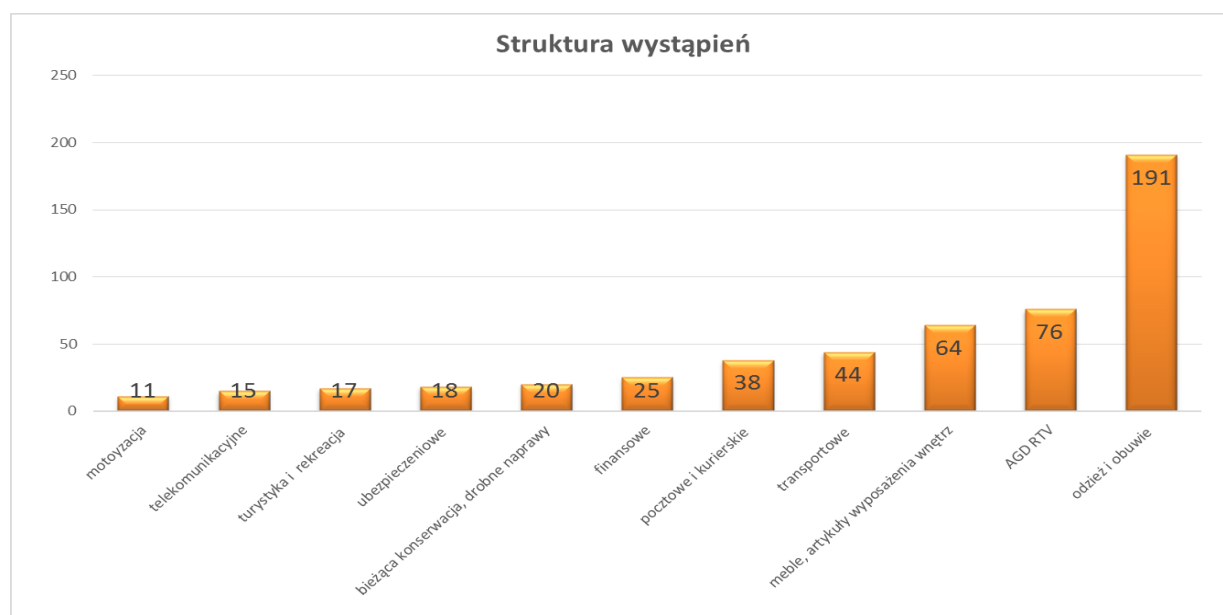
Przedsiębiorca każdorazowo informowany jest również o skutkach braku ustosunkowania się do treści wystąpienia. Bezczyнность w tym zakresie stanowi bowiem wykroczenie i może grozić wszczęciem postępowania sądowego oraz karą grzywny

### Spotkania quasi mediacyjne

W sprawach, w których istnieje wola porozumienia stron w formie kontaktu bezpośredniego, istnieje możliwość zorganizowania spotkania w biurze. Dotychczas większość ze spotkań zakończyła się zawarciem ugody, uwzględniającej interesy obu stron.

### Przedmiot wystąpień

Podobnie do struktury porad, składane przez konsumentów wnioski o interwencję rzecznika dotyczyły niewykonania bądź nienależytego wykonania **umów** sprzedaży odzieży i obuwia, sprzętu RTV i AGD oraz wyposażenia mieszkania. Co do jakości i zakresu świadczonych **usług** zapytania dotyczyły głównie usług transportowych, przewozowych, finansowych, ubezpieczeniowych, turystycznych oraz telekomunikacyjnych.

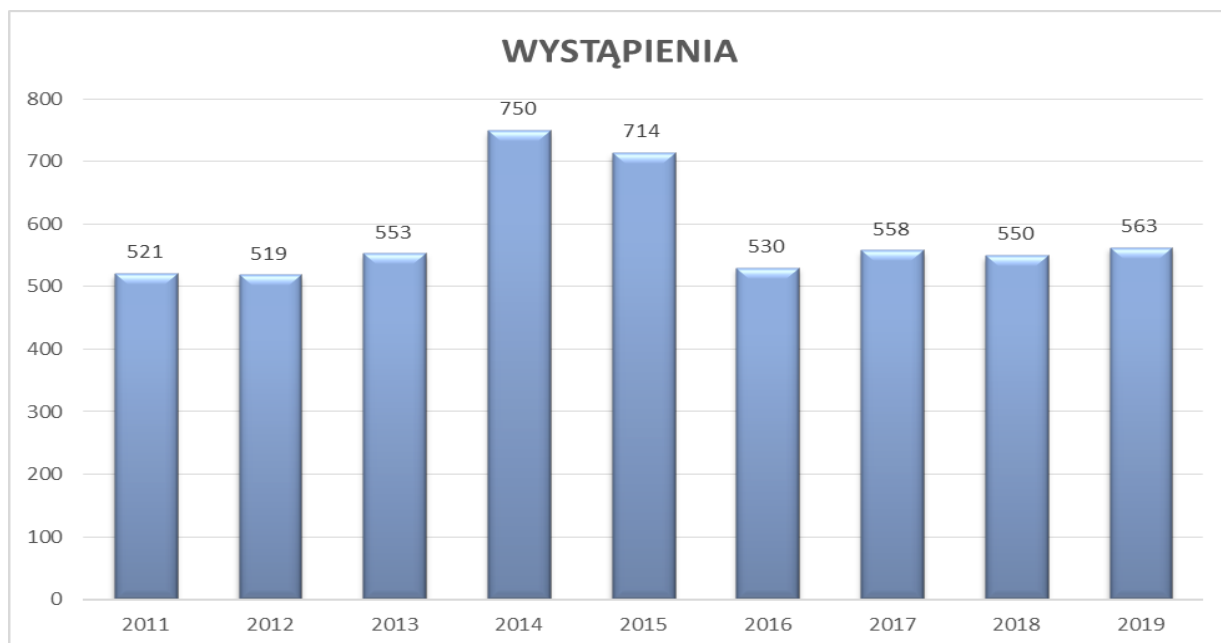


**Wykres nr 5: Przedmiot wystąpień na przestrzeni 2019 roku**

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

## Statystyka

W roku sprawozdawczym rzecznik skierował łącznie **563 wystąpień** do przedsiębiorców, podczas, gdy w roku ubiegłym wszczęto 550 postępowań.



**Wykres nr 6: Ilość wystąpień w latach 2011-2019**

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

wystąpienia	<b>563</b>
w lokalu/ bez znaczenia	501
poza lokalem	15
na odległość	47

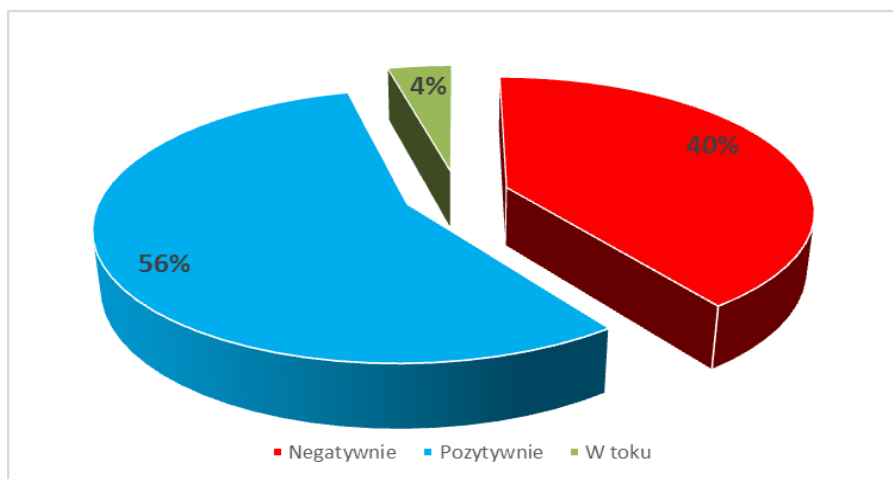
**Tabela nr 3: Struktura wystąpień wg miejsca zawarcia umowy w 2019 roku**

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

## Skuteczność

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

Ponownie zadowalający jest wynik prowadzonych postępowań. W roku sprawozdawczym interwencje doprowadziły do **polubownego zakończenia sporu z przedsiębiorcą w 56%** spraw zakończonych na dzień sporządzenia sprawozdania. W 40% postępowań podjęte działania nie przyniosły pozytywnego dla konsumentów rozstrzygnięcia. 4% spraw nadal jest w toku, natomiast w kolejnym 1% skarg odmówiono interwencji z uwagi na brak właściwości miejscowej bądź rzeczowej rzecznika.



**Wykres nr 7: Wynik zakończonych postępowań prowadzonych w 2019 roku**

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

#### Współpraca

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

#### Przekazanie

Zgodnie z właściwością rzeczową przekazano innym współpracującym instytucjom, tj. Wojewódzkim Delegaturom Inspekcji Handlowych – 2 sprawy, innym rzecznikom zgodnie z właściwością miejscową – 3 sprawy. W 3 sprawach złożono zawiadomienia do prokuratury o podejrzeniu popełnienia przestępstwa.

#### Zawiadomienia

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

---

W roku 2019, złożono również **6 zawiadomień do UOKiK** w sprawie podejrzenia stosowania przez przedsiębiorców we wzorcach postanowień wpisanych do rejestru tzw. „klauzul niedozwolonych” lub stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych.

W dwóch sprawach Prezes Urzędu wszczął postępowania wyjaśniające. W kolejnej odmówiono przeprowadzenia postępowania ze względów formalnych (przedsiębiorca zakończył działalność gospodarczą). Jedna sprawa została wstrzymana na etapie postępowania rzeczownika. W pozostałych sprawach otrzymaliśmy zapewnienie Prezesa UOKiK o prowadzonych działaniach monitorujących, które w przyszłości mogą doprowadzić do wszczęcia postępowań.

#### **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 2019 roku przygotowano dla konsumentów **21 pozwów i innych pism procesowych**. Część spraw dotyczyło nienależytego wykonania usług turystycznych, remontowo - budowlanych oraz reklamacji towarów. Pomoc rzeczownika polegała również na przygotowaniu konsumentom szeregu sprzeciwów/zarzutów w sprawach finansowych, zmierzających do renegotjacji umów pożyczek i kredytów bądź zawarcia ugody.

Powtarzały się również powództwa z zakresu rozliczenia umów sprzedaży zawartych w trybie poza lokalem przedsiębiorstwa, na tzw. pokazach.

#### **5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów**

##### **Podstawa prawna**

Brak ustosunkowania się przez przedsiębiorcę do treści wystąpienia rzeczownika stanowi wykroczenie z art. 114 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z 16 lutego 2007 roku.

Bezczynność profesjonalisty w tym zakresie stanowi podstawę złożenia przez rzeczownika do sądu wniosku o ukaranie przedsiębiorcy karą grzywny na zasadach i w trybie wynikającym z Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia.

##### **Rozwiązanie pośrednie**

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

---

W związku z faktyczną przeszkodą formalną w postaci braku możliwości uzyskania przez rzecznika wszelkich wystarczających danych o przedsiębiorcy, umożliwiających złożenie do sądu wniosku o ukaranie, w pierwszej kolejności, w ramach pomocy prawnej, rzecznik wnosi o przesłuchanie przedsiębiorcy przez policję.

W większości przypadków, działania policji okazują się być wystraszające do osiągnięcia celu postępowania rzecznika, tj. uzyskania wyjaśnień przedsiębiorcy, a nie rzadko do zakończenia postępowania wyjaśniającego z korzyścią dla konsumenta.

### Statystyka

W 2019 roku w **7 sprawach** wystąpiono z wnioskami o ukaranie. Na dzień sporządzenia sprawozdania uzyskano **2 wyroki skazujące** przedsiębiorców na karę grzywny. W **4 sprawach** postępowanie sądowe jest **w toku**. Natomiast w **1 sprawie** złożono wniosek na policję o przesłuchanie przedsiębiorcy, który nadal jest procedowany.

## 6. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym

### Edukacja szkolna

W roku sprawozdawczym kontynuowano realizację cyklu zajęć z zakresu edukacji konsumenckiej z uczniami tyskich szkół publicznych.

Przeprowadzono łącznie **13 spotkań (26 godzin)** o tematyce konsumenckiej w: I Liceum Ogólnokształcącym, II Liceum Ogólnokształcącym, Szkole Podstawowej nr 10, Zespołach Szkół nr 2, 4 i 7.

W zależności od oczekiwań uczestników, spotkanie przybiera **formę** prelekcji bądź warsztatów.

**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 rozpowszechniane są ulotki informacyjno – edukacyjne, znajdujemy czas na wyjaśnienie bieżących wątpliwości z zakresu ochrony praw konsumentów zgłaszanych zarówno przez uczniów, jak i nauczycieli szkół.

### Publikacje na stronie internetowej rzecznika



## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

---

Za ważny element edukacyjny uznaję informacje publikowane na stronie internetowej rzecznika: **konsument.umtychy.pl**.

Pracownicy biura dokładają starań, aby zamieszczane artykuły odpowiadały aktualnym zjawiskom rynkowym i potrzebom konsumentów. Prezentowana wiedza zapewnia możliwość uzyskania szybkiej i precyzyjnej informacji odnośnie koniecznych działań w ramach różnego rodzaju procedur reklamacyjnych, na ich poszczególnych etapach.

Dużą popularnością cieszą się udostępnione wzory pism do pobrania i samodzielnego uzupełnienia.

W roku sprawozdawczym na stronie rzecznika zamieszono łącznie **16 artykułów**.

### Publikacje prasowe

W 2019 roku opublikowano **4 wywiady prasowe**. Dwa z nich zamieszczono na łamach lokalnej prasy *Twoje Tychy*. Pierwsza z publikacji dotyczyła stosowania przez przedsiębiorców klauzul abuzywnych we wzorcach wykorzystywanych w obrocie konsumenckim. Drugi artykuł „Rzecznik jak adwokat” przybliżył instytucję rzecznika, wskazując konsumentom w jakich obszarach mogą liczyć na jego wsparcie.

Realizując zadania edukacyjne rzecznik udzielił również 2 wywiadów telefonicznych – dziennikarzom *Nowe Info* i *Dziennika Zachodniego*, wykorzystanych kolejno w publikacjach prasowych.

### Pozostałe działania edukacyjne

- **Kampania *Poznaj swojego kontrahenta***

Dostrzegając potrzebę zwiększenia uwagi społecznej oraz intensyfikacji działań o charakterze edukacyjnym dotyczących szczególnej grupy konsumentów, jaką są osoby starsze, **rzecznik wsparł akcję Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej i Federacji Konsumentów realizowanej pod patronatem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów pod hasłem *Poznaj swojego kontrahenta***.

Celem kampanii było przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom rynkowym stosowanym podczas pokazów na rynku sprzedaży bezpośredniej.

Zdarza się, że podczas spotkań konsumentów, najczęściej osoby starsze, poddawani są manipulacjom. Przedsiębiorcy wykorzystują ich ufność i zapraszają na spotkania pod pretekstem przeprowadzenia bezpłatnego badania, występów kabaretowych albo prezentacji kulinarnej z degustacją. Ukrywany jest tym samym rzeczywisty, handlowy cel

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

---

spotkania. Bywa, że konsumenci wprowadzani są w błąd, co do faktycznych właściwości oferowanych produktów, czasem wmawia się im zły stan zdrowia, wskazując jednocześnie na jedyne remedium, w postaci oferowanych towarów. Konsumenci wychodzą z takich spotkań z droгим kompletem garnków, urządzeniem do magnetoterapii czy umową na pakiet usług pseudomedycznych.

Prezentacje mają najczęściej miejsce w wynajętych salach, np. w hotelach, restauracjach, domach weselnych, ale także w sanatoriach, a nawet szkołach czy szpitalach.

**Działania rzecznika polegały na** udostępnieniu przedsiębiorcom na stronie internetowej rzecznika materiałów informacyjnych oraz na skierowaniu pisma rzecznika do największych przedsiębiorców działających na rynku lokalnym świadczących usługi komercyjnego wynajmu lokali.

W przekazanych materiałach zwracano uwagę, że brak zachowania szczególnej ostrożności przy wynajmowaniu pomieszczenia na wydarzenia o charakterze handlowym może być nie tylko nieetyczny, ale przede wszystkim stanowić przyzwolenie na stosowane nieuczciwe praktyki i nadużycia.

- **Kampania rzecznika *Rodzicu! Sprawdź treść umowy zawartej z prywatnym przedszkolem lub żłobkiem***

Podczas tej akcji edukacyjnej działania rzecznika skierowane były do rodziców zawierających umowy z właścicielem prywatnego przedszkola lub żłobka. Polegały w szczególności na analizie przez pracowników biura wzorca pod kątem ewentualnego zawarcia w nim klauzul niedozwolonych.

Informacje przekazywane rodzicom miały na celu uświadomienie im, że w relacji z właścicielem przedszkola bądź żłobka posiadają status konsumenta, a zatem są szczególnie chronieni przez obowiązujące przepisy.

Publikacje na stronie rzecznika informujące o prowadzonej akcji zawierały również materiały pomocne przedsiębiorcom w postaci odniesienia do *Raportu z kontroli wzorców umownych stosowanych przez przedszkola niepubliczne* przygotowanego przez UOKiK.

- **Dzień Seniora w ZUS**

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

---

Na zaproszenie przedstawicieli Oddziału ZUS w Tychach w dniu 16 października 2019 roku pracownicy biura wzięli udział w akcji edukacyjnej skierowanej do seniorów. Podczas spotkania konsumenci mogli liczyć na uzyskanie bezpłatnej porady i informacji prawnej z zakresu prawa konsumenckiego oraz otrzymanie ulotek informacyjnych. Obok rzecznika do akcji przyłączyła się również Policja i Uniwersytet Trzeciego Wieku w Tychach.

- **Ulotka edukacyjna**

W roku sprawozdawczym rzecznik opracował ulotkę informacyjną *Jesteś konsumentem. Masz swoje prawa*. Treść ulotki przybliżyła konsumentom instytucję rzecznika i zakres spraw, z którymi można zwrócić się o pomoc. Zawiera również informacje o podstawowych uprawnieniach konsumentów, zasadach i terminach obowiązujących w ramach procedur reklamacyjnych.

### 3. Wnioski końcowe

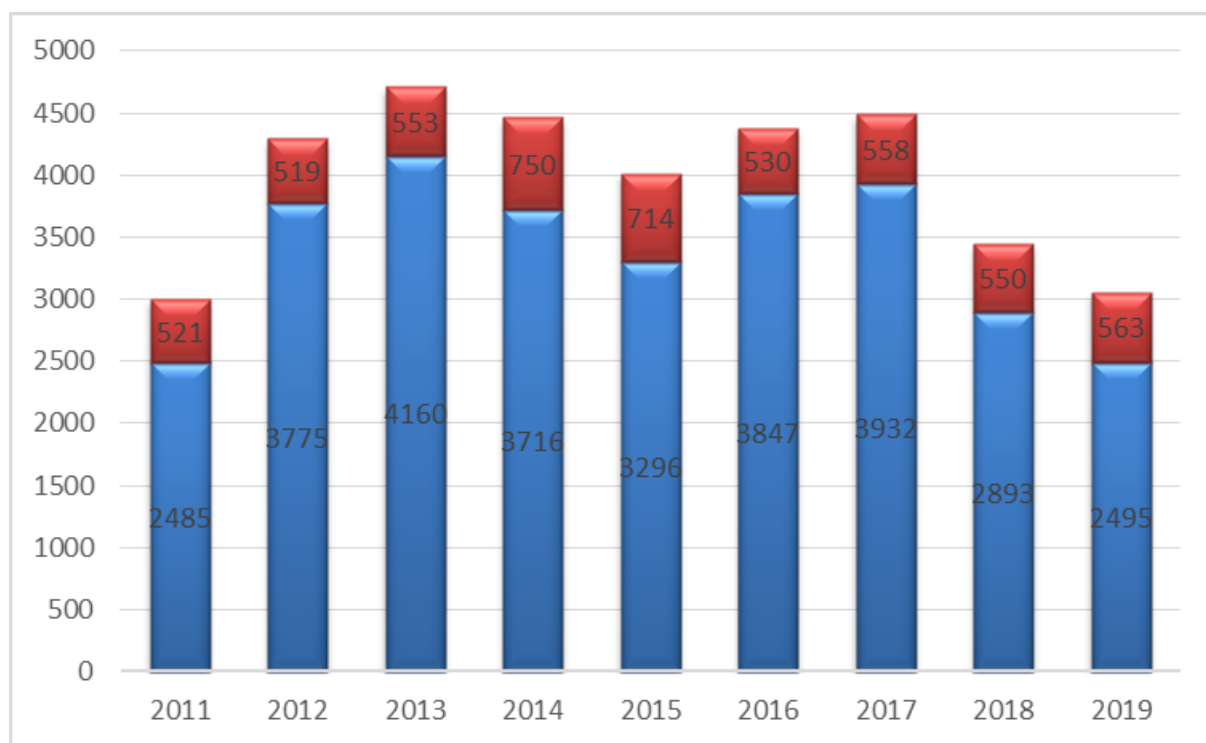
Dokonując **analizy skuteczności** podjętych przez rzecznika działań, niezależnie od przyjętej formy interwencji, należy stwierdzić zadowalającą skuteczność na poziomie **56%**.

W roku sprawozdawczym **łączna ilość wszystkich porad i wystąpień** zmalała w odniesieniu do roku ubiegłego z 3443 do **3058**.

Zmniejszenie ilości skarg upatrujemy w możliwości skorzystania przez konsumentów z nieodpłatnej pomocy prawnej, jak i rozwojem procedury ADR i ODR, jako alternatywnej pozasądowej formy rozwiązywania sporów.

Za niezwykle ważną uznaję **rolę realizowanych przez rzecznika działań edukacyjnych**, nie tylko w formie publikacji i ulotek, ale coraz częstszych spotkań bezpośrednich z konsumentami. Z całym przekonaniem przyczyniają się one do zwiększenia samodzielności konsumentów.

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019



**Wykres nr 8: Ilość skarg w latach 2011 - 2019 roku**

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

**Odnotowano natomiast wzrost (najwyższy od 4 lat) liczby interwencji rzecznika - 563 wystąpień.** Oferta skierowana do konsumentów przez inne instytucje w zakresie możliwości uzyskania pomocy w większości nadal obejmuje jedynie nieodpłatne poradnictwo.

Ponownie odnotowuję wzrost stopnia złożoności spraw, jak i wartości przedmiotu sporu. Sprawy wymagają większego zaangażowania pracowników biura rzecznika w ustalenie stanu faktycznego sprawy.

**Wzrost odnotowano również w przedmiocie ilości przygotowanych przez rzecznika pozwów i innych pism procesowych - 21.**

Dostrzegamy potrzebę większego wsparcia konsumentów w tym obszarze. Skomplikowana procedura sądowa, niestabilność prawa, znaczne zmiany legislacyjne w postępowaniu cywilnym, stanowią realne utrudnienie dla konsumentów w samodzielnej realizacji uprawnień procesowych.

Należy również wspomnieć o faktycznych utrudnieniach po stronie rzecznika w realizacji tego zadania. Niedostateczna ilość szkoleń, brak budżetu i niejednolite orzecznictwo w

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

---

przedmiocie kosztów procesu (obawa obciążenia nimi rzecznika) z pewnością nie pozostają bez wpływu na podejmowanie przez rzeczników czynności procesowych.

Wykonanie zadania z zakresu prowadzenia **edukacji konsumenckiej** odnotowano na zadowalającym poziomie. W roku sprawozdawczym rzecznik nie tylko chętnie uczestniczył w kampaniach edukacyjnych realizowanych z inicjatywy innych podmiotów, ale również był inicjatorem szeregu działań własnych, opisanych szczegółowo powyżej.

Udokumentowana statystyka wyszukiwania strony rzecznika, jak i odwiedzin witryny, potwierdza ogromne zainteresowanie konsumentów publikacjami pracowników biura. Dane te świadczą o zapotrzebowaniu na rzetelne informacje z zakresu ochrony praw konsumentów. Potwierdzają również słuszność, a przede wszystkim skuteczność, wybranej przez nas drogi komunikacji.

Rokrocznie sygnalizujemy **zapotrzebowanie na zwiększenie dostępu do szkoleń**, które z pewnością uskuteczniłyby pracę rzeczników. W związku z utrudnieniami natury finansowej, rozwiązaniem byłyby szkolenia online. Taka forma umożliwiłaby dotarcie do większej liczby zainteresowanych bez jednoczesnego obciążenia budżetów poszczególnych jednostek.

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

## Tabele dodatkowe zalecane przez UOKiK.

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

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

pisemne ustne	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie				b. wady towarów nienależyte wykonanie umowy				c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne				d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr				Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		
a. art. żywnościowe	1			1	7	1		8	3			3	2			2	14
b. odzież i obuwie	30	23	2	55	308	7		315	1	1		2	1	6		7	379
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	11	6	30	47	155	11	3	169					1				217
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	6	14	15	35	350	20	1	371	1			1		2		2	409
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	6	8		14	127	6		133									147
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące	1	1		2	1	1		2									4
g. produkty związane z opieką zdrowotną	1	1	12	14	11		1	12					1	1		2	28

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci		4		4	13	7		20									24
i. inne	2	2		4	15	4		19									23
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	4		2	6	57			57									63
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia			1	1	3			3									4
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					28			28	1			1					29
n. finansowe	16	2		18	46	4		50	1	1		2	7	4		11	81
o. ubezpieczeniowe	1		1	2	64	1		65									67
p. pocztowe i kurierskie					7	3		10									10
r. telekomunikacyjne	13	5	3	21	109	8		117	1			1	1		5	6	145
s. transportowe					46	1		47	4	1		5					52
t. turystyka i rekreacja	2	4		6	63	3		66		1		1	1	1		2	75
u. sektor energetyczny i wodny	11	2	6	19	30		3	33	5			5	1		1	2	59
w. związane z opieką i opieką zdrowotną	1		1	2	7	1		8									10
x. edukacyjne		1		1	4			4	4			4		1		1	10
y. inne	1	2		3	11	2		13	2			1	2	1		3	21
<b>Suma końcowa</b>	<b>110</b>	<b>75</b>	<b>73</b>	<b>258</b>	<b>1488</b>	<b>81</b>	<b>8</b>	<b>157</b>	<b>26</b>	<b>4</b>		<b>29</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>6</b>	<b>39</b>	<b>1905</b>

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

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

porady i informacje prawne	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie				b. wady towarów nienależyte wykonanie umowy				c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne				d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr				Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		
a. art. żywnościowe	1			1					2			2	1			1	4
b. odzież i obuwie	3	13		16	90	7		97	1	1		2	2	2		4	119
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	2	3	26	31	40	4	1	45					1			1	77
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	2	5	9	16	55	8	1	64		1		1	1			1	82
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	1	1		2	23	3		26						1		1	29
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące			1	1	1			1									2
g. produkty związane z opieką zdrowotną	1	2	12	15	4			4					2			2	21
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci	1			1	5	3		8						1		1	10



## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

i. inne		2		2	3	1		4								6	
j. związane z rynkiem nieruchomości	1			1	1			1	1			1	1			4	
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	2	1	1	4	15			15	1			1				20	
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					1			1								1	
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					7			7								7	
n. finansowe	5	1		6	12		1	13	4			4	2	2		27	
o. ubezpieczeniowe	3	1		4	13			13								17	
p. pocztowe i kurierskie					5	1		6								6	
r. telekomunikacyjne	20	5	3	28	27	1		28						3	3	59	
s. transportowe					6			6								6	
t. turystyka i rekreacja	2	2		4	6	1		7					2		2	13	
u. sektor energetyczny i wodny	2		7	9	8			8	3			3		1	1	21	
w. związane z opieką i opieką zdrowotną					4			4	1			1	1		1	6	
x. edukacyjne	1			1	2			2	1	2		3				6	
y. inne		2		2	5	2		7								9	
<b>Suma końcowa</b>	<b>47</b>	<b>38</b>	<b>59</b>	<b>144</b>	<b>333</b>	<b>31</b>	<b>3</b>	<b>367</b>	<b>14</b>	<b>4</b>		<b>18</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>23</b>	<b>555</b>

Sprawozdanie z działalności za rok 2019

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

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

wystąpienia	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie				b. wady towarów nienależyte wykonanie umowy				c. warunki umowy, nieдозwolone postanowienia umowne				d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr				Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		
b. odzież i obuwie		5		5	182	4		186									191
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	5	2	5	12	42	8	1	51						1		1	64
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy		2	2	4	62	9		71	1			1					76
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	1	2		3	8			8									11
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące					1			1									1
g. produkty związane z opieką zdrowotną	2	1		3	5	1		6									9
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci		2		2	3	1		4									6
i. inne					3			3									3
j. związane z rynkiem nieruchomości	1			1	3	1		4									5

## Sprawozdanie z działalności za rok 2019

k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	3		3	17		17											20
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia				1		1											1
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					3	3											3
n. finansowe	3		3	7		7	14			14		1		1			25
o. ubezpieczeniowe	1		1	16		16					1			1			18
odzież i obuwie				1	3	4											4
p. pocztowe i kurierskie	12	1	13	22		22					2		1	3			38
r. telekomunikacyjne				11		11	1			1	3			3			15
s. transportowe				41	3	44											44
t. turystyka i rekreacja	2	2	4	9		9						4		4			17
u. sektor energetyczny i wodny				1		1											1
w. z opieką i opieka zdrowotną	2		2	1		1	6			6							9
x. edukacyjne				2		2											2
<b>Suma końcowa</b>	<b>32</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>56</b>	<b>441</b>	<b>30</b>	<b>1</b>	<b>472</b>	<b>22</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>563</b>

Sprawozdanie sporządziła:

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

Tychy, dnia 26 marca 2020 roku