



Miejski Rzecznik Konsumentów URZĄD MIASTA TYCHY

Sprawozdanie z działalności za 2024 rok

opiniuję pozytywnie

/-/ Maciej Gramatyka
Prezydent Miasta Tychy

Katarzyna Szostak-Zjawiony
Miejski Rzecznik Konsumentów

Spis treści

1. Struktura i organizacja biura rzecznika	3
2. Realizacja ustawowych zadań rzecznika	4
3. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów	5
4. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów	7
5. Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi.....	9
6. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów	10
7. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów	10
8. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym.....	11
9. Wnioski końcowe.....	21
10. Tabele zalecane przez UOKiK	23

1. Struktura i organizacja biura rzecznika

Województwo	śląskie
Miasto/Powiat	Tychy
PRK/ MRK	Miejski Rzecznik Konsumentów
Imię i nazwisko Rzecznika Konsumentów	Katarzyna Szostak – Zjawiony
Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	wyższe prawnicze
Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.	TAK
Rzecznik działa w ramach wyodrębnionego biura. Proszę napisać TAK lub NIE.	TAK
Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.	TAK
Liczba osób, która stale pomaga rzecznikowi w wykonywaniu obowiązków.	2

2. Realizacja ustawowych zadań rzecznika

Schemat
opracowania
sprawozdania

ZADANIA RZECZNIKA

PORADY INFORMACJE PRAWNE	UMOWY NA ODLEGŁOŚĆ / POZA LOKALEM
	USŁUGI
	UMOWY
WYSTĄPIENIA	UMOWY NA ODLEGŁOŚĆ / POZA LOKALEM
	USŁUGI
	UMOWY
POWÓDZTWA CYWILNE	POZWY
	PISMA PROCESOWE
WSPÓŁDZIAŁANIE Z INNYMI ORGANIZACJAMI	POLICJA
	INSPEKCJA HANDLOWA
	UOKIK
	RZECZNIK FINANSOWY
	URZĄD KOMUNIKACJI ELEKTRONICZNEJ
	URZĄD REGULACJI ENERGETYKI
EDUKACJA	ZAJĘCIA W SZKOŁACH
	STRONA INTERNETOWA
	PROFIL NA FACEBOOK'U
	PRELEKCJE SPOTKANIA
	PUBLIKACJE WŁASNE
WSPÓŁPRACA Z MEDIAMI	INFORMACJE I WYWIADY
SPRAWY O WYKROCZENIA	WNIOSEK O PRZESŁUCHANIE
	WNIOSKI O UKARANIE

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

Forma udzielanych porad

Poza poradami udzielanymi telefonicznie oraz osobiście w biurze rzecznika, dużym zainteresowaniem nadal cieszą się pozostałe formy kontaktu: pisemne, elektroniczne, za pośrednictwem platformy ePUAP bądź za pośrednictwem komunikatora Messenger.

Ilość udzielonych porad

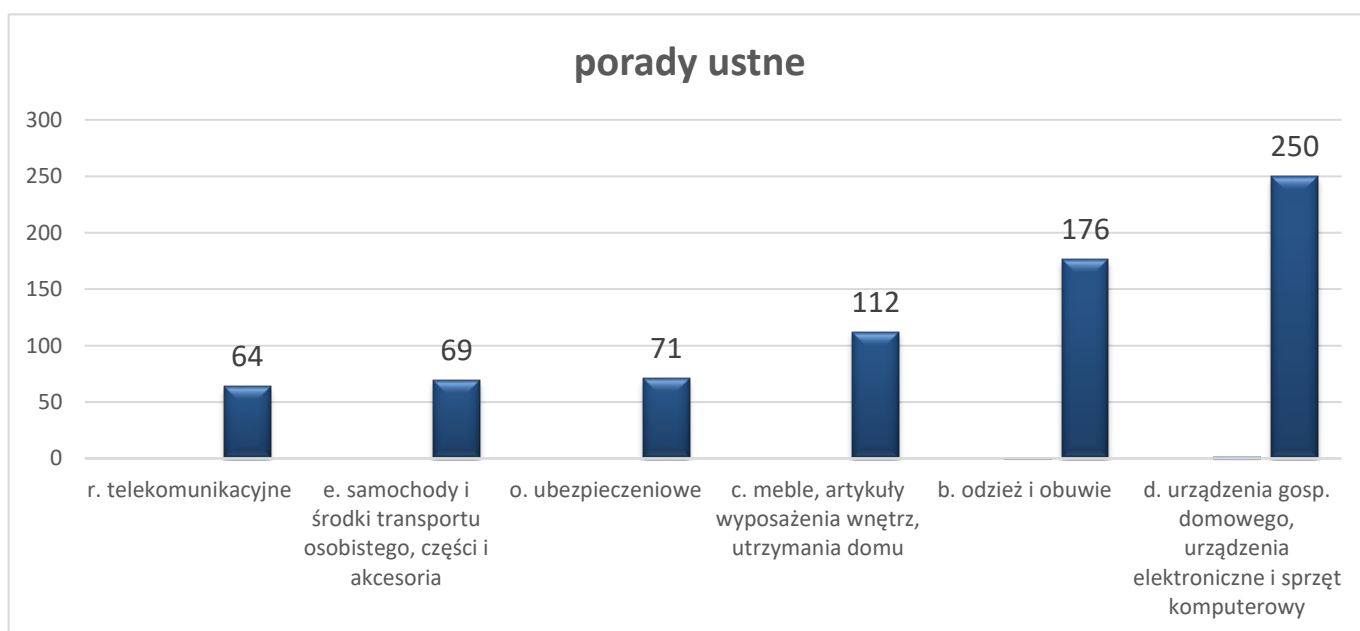
Realizując obowiązek wykonywania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej pracownicy biura udzielili w roku ubiegłym **1 529 porad (1 085 porad ustnych, 444 porad pisemnych)**.

Wzrost liczby udzielonych porad pisemnych

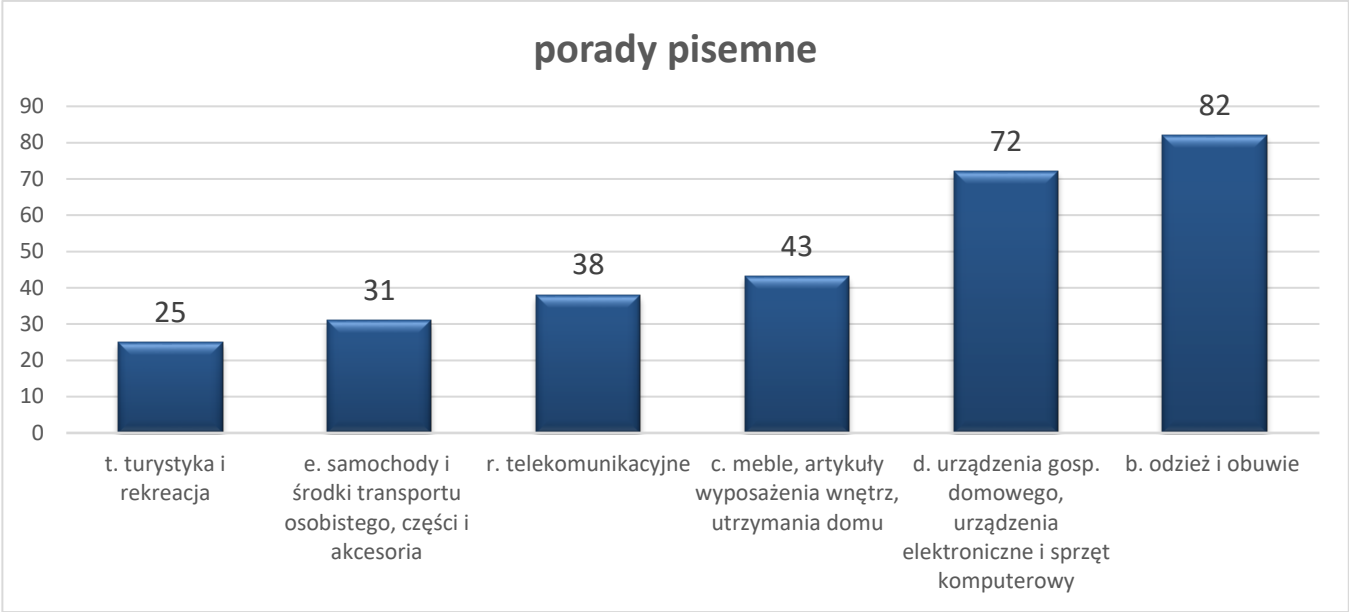
Struktura udzielonych porad, w porównaniu do roku ubiegłego, przedstawia się niemalże identycznie.

Przedmiot porad ustnych

Niezmiennie od wielu lat najczęściej zgłaszane skargi konsumentów dotyczyły niewykonania bądź nienależytego wykonania **umów** sprzedaży sprzętu RTV i AGD, odzieży i obuwia czy mebli i wyposażenia wnętrz. W zakresie jakości i zakresu świadczonych **usług** zapytania dotyczyły głównie usług związanych z sektorem ubezpieczeń, telekomunikacyjnym oraz turystycznym.



Wykres 1: Porady ustne w 2024 roku



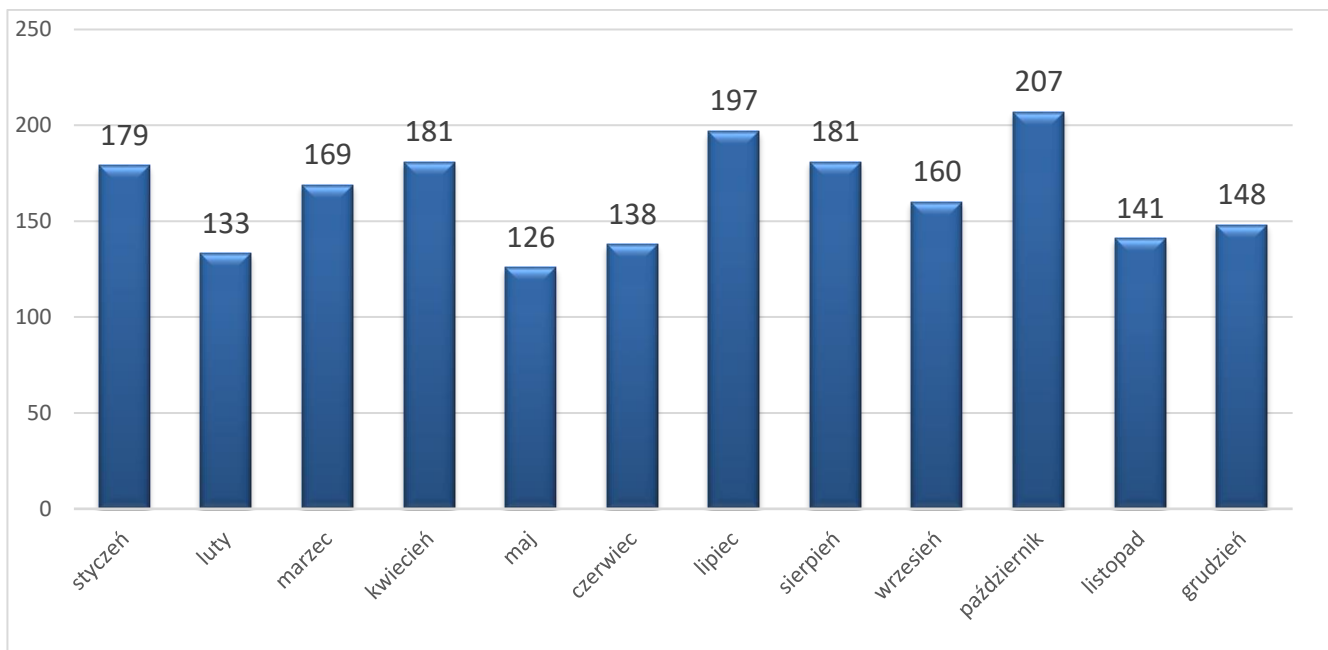
Wykres 2: Porady pisemne w 2024 roku

Analizując zgromadzone dane pod kątem ilości udzielanych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy 2024 roku **średniomiesięcznie** odnotowano **163 skargi**, co stanowi średnio **8 skarg dziennie**.

163 skargi
miesięcznie
8 porad dziennie

miesiąc	porady ustne	porady pismne	wystąpienia	RAZEM
styczeń	107	34	38	179
luty	73	25	35	133
marzec	104	37	28	169
kwiecień	93	44	44	181
maj	63	34	29	126
czerwiec	68	42	28	138
lipiec	109	44	44	197
sierpień	114	37	30	181
wrzesień	88	32	40	160
październik	115	46	46	207
listopad	72	36	33	141
grudzień	79	33	36	148
SUMA	1085	444	431	1960

Tabela 1: Ilość skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy



Wykres 3: Ilość skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy 2024 roku

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

Forma przyjmowania wniosków

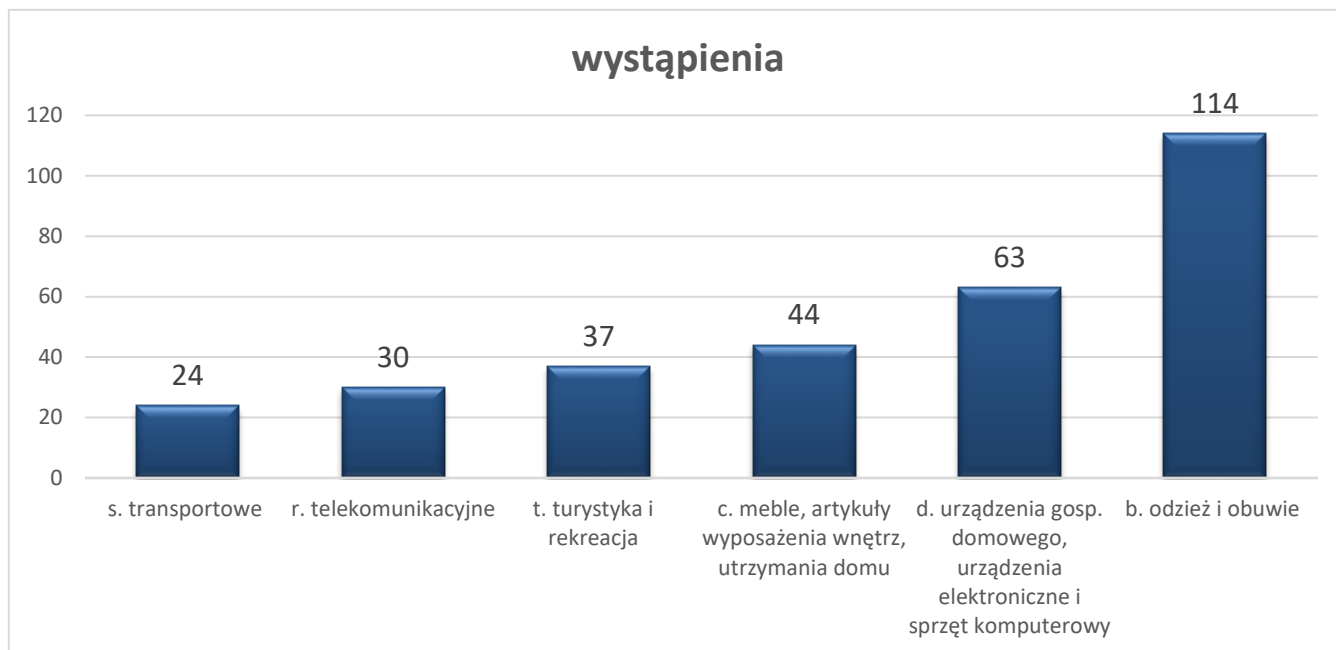
Wnioski o interwencje przyjmujemy osobiście, w tradycyjnej formie pisemnej bądź za pośrednictwem platformy ePUAP.

Odzież z największą liczbą skarg

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 turystycznych, telekomunikacyjnych, transportowych, finansowych oraz ubezpieczeniowych.

Spadek liczby wystąpień

W roku sprawozdawczym rzecznik skierował łącznie **431 wystąpień** do przedsiębiorców, podczas, gdy w roku poprzednim wszczęto 496 postępowań.



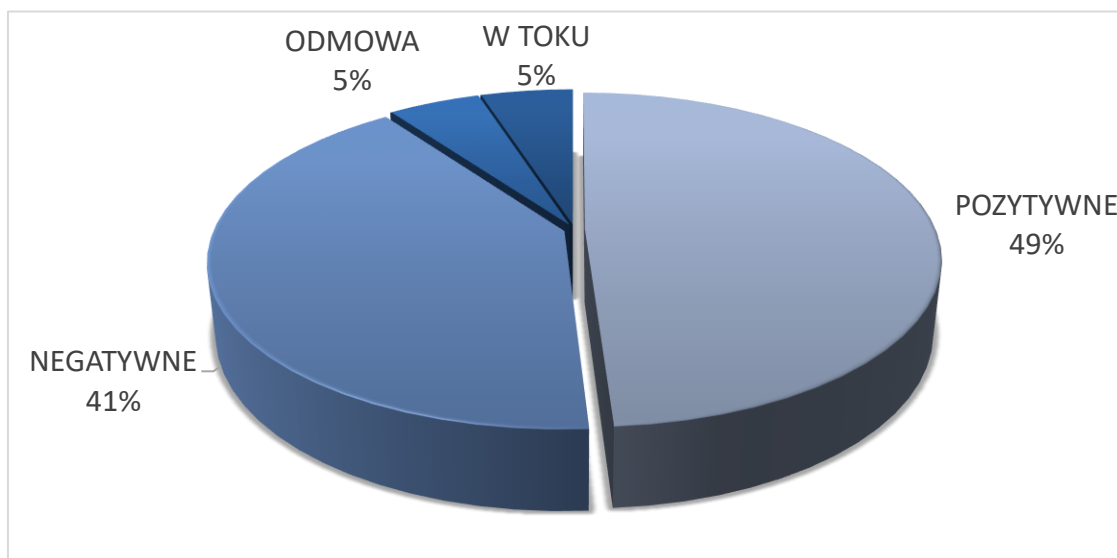
Wykres 4: Przedmiot wystąpień w 2024 roku

**49 % spraw
zakończonych
sukcesem**

Ponownie zadowalający jest wynik prowadzonych spraw.

W roku sprawozdawczym interwencje doprowadziły do **polubownego zakończenia sporów z przedsiębiorcą w 49%** spraw zakończonych na dzień sporządzenia sprawozdania.

Tylko w 41% postępowań podjęte działania nie przyniosły pozytywnego dla konsumentów rozstrzygnięcia. Wyliczenia nie uwzględniają 21 spraw w toku oraz 24 skarg, w których odmówiono interwencji.



Wykres 5: Sposób zakończenia spraw w 2024 roku

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

Przekazanie spraw innym organom

Zgodnie z właściwością rzeczową **4 sprawy przekazano** innym współpracującym instytucjom, w szczególności Wojewódzkim Delegaturom Inspekcji Handlowych oraz organom ścigania.

Zawiadomienia do UOKiK

Do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów skierowano łącznie **4 zawiadomienia**. W odpowiedzi uzyskano zapewnienie o wykorzystaniu przesłanej dokumentacji na potrzeby prowadzonych już postępowań. Przedmiotem tych zawiadomień były zastrzeżenia co do sposobu pozyskania klienta, zawarcia umów w trybie poza lokalem przedsiębiorstwa, a kolejno ich rozliczenia.

Z uwagi na stwierdzony przez Urząd indywidualny charakter sprawy, nie podjął działań w sprawie zgłoszonych nieprawidłowości podczas przedstawiania oferty zawarcia umów obowiązkowego ubezpieczenia OC. W ocenie przedsiębiorcy, przesyłana przez spółkę korespondencja elektroniczna stanowiła umowę, a nie, obiecywaną klientom, jedynie propozycję jej zawarcia, co mogło wprowadzać konsumentów w błąd co do faktycznie realizowanej czynności prawnej.

Z tych samych względów odmówiono również wszczęcia postępowania w sprawie przedsiębiorcy, który wbrew przepisom prawa, przyjmował od konsumentów płatności przed upływem terminu na odstąpienie od umów zawieranych w trybie poza lokalem przedsiębiorstwa, na tzw. pokazach.

W obydwu sprawach UOKiK zapewnił natomiast o dalszym monitorowaniu praktyk tych przedsiębiorców.

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

Wzrost liczby
przygotowanych
pozwów i innych
pism
procesowych

W zakresie wskazanego uprawnienia w 2024 roku przygotowano dla konsumentów **33 pozwy lub inne pisma procesowe** (poprzednio 17). Niemalże połowa postępowań dotyczyła nienależytego wykonania umów w zakresie usług turystycznych. Pozostałe sprawy dotyczyły reklamacji bądź rozliczenia umów sprzedaży mebli i wyposażenia wnętrz oraz odzieży.

Pomoc rzecznika polegała również na przygotowaniu konsumentom szeregu sprzeciwów i zarzutów w sprawach z zakresu motoryzacji, sprzętu rtv i agd, telekomunikacji oraz usług transportowych.

7. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów

Brak ustosunkowania się przez przedsiębiorcę do treści wystąpienia rzecznika stanowi wykroczenie.

Bezczynność profesjonalisty w tym zakresie stanowi podstawę złożenia przez rzecznika wniosku o ukaranie przedsiębiorcy karą grzywny w trybie przewidzianym w Kodeksie postępowania w sprawach o wykroczenia.

11 wniosków
o przesłuchanie

Wzorem lat ubiegłych, w przypadku braku udzielenia przez przedsiębiorcę rzecznikowi wyjaśnień, przed skierowaniem wniosku o ukaranie do sądu, w ramach pomocy prawnej, złożono **11 wniosków o przesłuchanie przedsiębiorcy przez policję**.

W większości przypadków, działania policji okazywały się wystarczające do osiągnięcia celu postępowania rzecznika, tj. uzyskania wyjaśnień przedsiębiorcy, a nierzadko do zakończenia postępowania wyjaśniającego z korzyścią dla konsumenta.

Wobec skuteczności działań organów ścigania w tym zakresie, w 2024 roku nie skierowano do sądu żadnego wniosku o ukaranie.

8. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym

Edukacja konsumencka stanowi jedno z **ważniejszych zadań** rzecznika konsumentów. Realizowane przez rzecznika działania w tym zakresie przybierają formę bezpośrednich spotkań z konsumentami (warsztaty, konferencje, szkolenia), publikacji zamieszczanych w prasie, mediach społecznościowych, stronie internetowej rzecznika, przygotowywaniu własnych materiałów edukacyjnych (ulotek, plakatów) bądź rozpowszechnianiu publikacji innych instytucji konsumenckich.

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

Spotkania w tyskich szkołach

Przeprowadzono aż **41 spotkań** o tematyce konsumenckiej w tyskich szkołach podstawowych oraz średnich.

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.

Edukacja seniorów

Wzorem lat ubiegłych, kontynuowano współpracę z przedstawicielami **Dziennego Domu Pomocy Społecznej "Wrzos"**. W 2024 roku zorganizowano łącznie 4 spotkania z podopiecznymi Domu Pomocy oraz członkami **Klubu Seniora przy DDPS**.

Przeprowadziliśmy również zajęcia z członkami **Klubu Seniora Zuzanna** oraz **Stowarzyszenia Osób z Dysfunkcją Ruchu z siedzibą w Tychach**.

Podczas warsztatów rozmawialiśmy o niebezpieczeństwach związanych z aktywnością seniorów w internecie (cyberbezpieczeństwie). Korzystanie z nowych technologii dla wielu uczestników spotkania jest już codziennością.

Seniorzy zainteresowani byli również tematyką reklamacji towarów i usług, ochroną danych osobowych oraz umowami zawieranymi na „pokazach”.

Każdorazowo, nasi seniorzy chętnie dzielą się własnymi spostrzeżeniami i doświadczeniami związanymi z wakacyjnymi wyjazdami, zakupami w sieci czy uczestnictwem w pokazach.

Edukacja w sieci

Ważnym elementem edukacyjnym są informacje publikowane na stronie internetowej rzecznika: **www.konsument.umtychy.pl**.

60 000 wyświetleń strony www

Na przestrzeni 2024 roku **strona internetowa rzecznika uzyskała wynik 60 tysięcy wyświetleń** (wzrost o 20 000 w stosunku do roku poprzedniego), co potwierdza, że publikowane przez nas treści są interesujące dla czytelników i cieszą się bardzo dużą popularnością.

8 000 odsłon instrukcji jak napisać odwołanie

Szczególnym zainteresowaniem na naszej stronie internetowej cieszy się publikacja z instrukcją oraz wzorem odwołania od nieuznanej reklamacji. Zyskała bowiem w 2023 roku **ponad 8 000 odsłon**.

Niemniejsze zainteresowanie wzbudza także zakładka, w której **publikujemy wzory** przydatne w procesie reklamacji czy dotyczące odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

Wzrost liczby wyświetleń strony www

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 2024 roku na stronie internetowej rzecznika opublikowano łącznie aż **20 artykułów**.

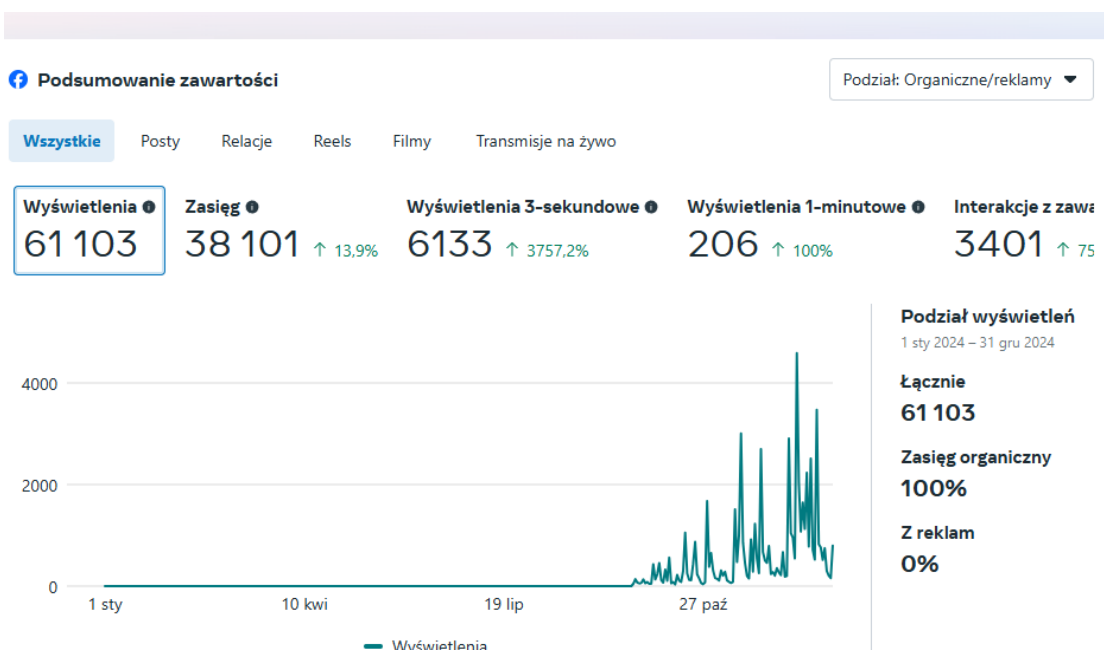
Działania edukacyjne za pośrednictwem profilu na FB

Po utworzeniu w 2020 roku profilu rzecznika na portalu społecznościowym Facebook, w 2024 roku kontynuowano działania w tym zakresie. Jest to pierwszy taki profil utworzony wśród rzeczników na Śląsku i prawdopodobnie 5 w kraju.

Cykliczne publikacje znakomicie wpisują się oraz wzbogacają dotychczasowe działania edukacyjne rzecznika, które z całą pewnością przyczyniają się do zwiększenia świadomości konsumenckiej, nie tylko mieszkańców Tychów, ale i szerszego grona odbiorców.

61 000
wyświetleń

Publikacje zamieszczane na profilu rzecznika na FB łącznie **dotarły do ponad 61 000 użytkowników.**



Największą popularnością cieszyły się informacje dotyczące kontrowersyjnych opłat za parkowanie w pobliżu dużych sklepów, czy seria praktycznych porad dotyczących reklamacji oraz płatności.

152 posty
na Facebook'u

W 2024 roku na profilu opublikowano łącznie **152 wpisy.**

Nasz profil to nie tylko praktyczne porady i informacje, ale również raporty z różnych badań (np. jakości środków do zmywarek, proszków do prania, bezpieczeństwa zabawek dla dzieci, składu tkanin, jakości odzieży, jakości paliw na stacjach czy usług gastronomicznych itp.).

W roku sprawozdawczym na profilu rzecznika pojawiły się także cykle porad. W styczniu na profilu rzecznika na Facebook przeprowadzono **akcję edukacyjną „Chroń Babcię i Dziadka”**. Poruszone tematy dotyczyły zagrożeń, jakie najczęściej



czyhają na seniorów na pokazach oraz podczas internetowych zakupów, a także przysługującego prawa do zwrotu towaru.

Przykładowe
posty cyklu
dla seniorów



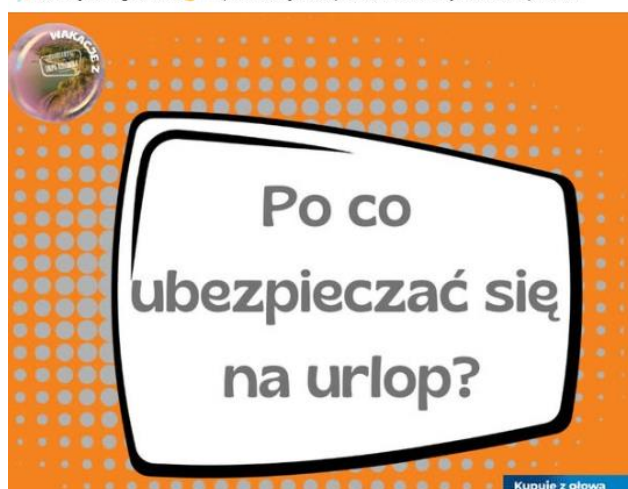
„Wakacje z ekipą rzecznika” to cykl porad na lato, który cieszył się ogromną popularnością wśród obserwujących.



Przykładowe posty cyklu „wakacje z ekipą rzecznika”

Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach
8 sierpnia 2024 · 🌐

👉 Z utęsknieniem odliczasz dni do wyjazdu, marząc o odpoczynku 🌴 ...
👉 ale co zrobisz, gdy niespodziewanie:
👉 dzień przed wyjazdem dziecko ma gorączkę
👉 ktoś bardzo Ci bliski ma pilną operację i musisz zostać na miejscu
👉 padła nieoczekiwana propozycja zmiany pracy, ale oznacza to brak możliwości skorzystania z urlopu
👉 A co jeśli podczas urlopu za granicą:
👉 nurkowanie w basenach spowodowało zapalenie ucha
👉 lokalne jedzenie spowodowało silną alergię
👉 zdarzył Ci się wypadek za granicą
Brzmi mało prawdopodobnie?
Jednak to wszystko może się zdarzyć ... choć planując urlop skupiasz się na beztrudnym wypoczynku, oczyma wyobraźni widząc już piękną plażę i ciepłe morze lub boskie widoki ze szczytu góry, który planujesz zdobyć.
👉 Nie pozwól, żeby nieoczekiwane okoliczności, czy konieczność zmiany planów wiązały się z dodatkowymi kosztami lub utratą pieniędzy za rezygnacją z umowy.
✅ Naszym zdaniem warto rozważyć zakup ubezpieczenia, które:
👉 pokryje koszty leczenia oraz transportu medycznego za granicą (a te potrafią być na prawdę bardzo wysokie)
👉 zabezpieczy Cię na wypadek konieczności nagłej zmiany planów.
👉 Oferta jest bogata więc 🌟 na pewno znajdziesz pakiet dostosowany do Twoich potrzeb.



Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach
12 sierpnia 2024 · 🌐

👉 Czas wakacji to wyjazdy małe i duże.
👉 Gdy rezerwujesz różne usługi z wyprzedzeniem, często konieczna jest wpłata, która potwierdzi rezerwację.
❗ Zwróć uwagę @obserwujący, czy kontrahent domaga się wpłaty ZALICZKI czy ZADATKU.
❗ W przypadku ewentualnej rezygnacji czy odwołania rezerwacji, będzie to miało OGROMNE !! znaczenie! Jeśli z jakiegokolwiek przyczyny leżącej po Twojej stronie, podejmujesz decyzję o rezygnacji z rezerwacji, pamiętaj:
👉 ZALICZKA: Jeśli dokonałeś wpłaty zaliczki, będzie ona podlegała rozliczeniu. W sytuacji, gdy ośrodek poniósł już wydatki związane z Twoim przyjazdem, ma prawo odliczyć je od zwracanej kwoty.
👉 ZADATEK: Jest bezzwrotny.
podstawa prawna: kodeks cywilny



Październik jako miesiąc cyberbezpieczeństwa upłynął pod znakiem **cyklu porad** tworzonych we współpracy z NASK oraz licznych spotkań z seniorami o tej tematyce.

Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach
2 października 2024

Październik to miesiąc cyberbezpieczeństwa.
Dziś zapraszamy do lektury artykułu przygotowanego przez ECSM - Europejski Miesiąc Cyberbezpieczeństwa:

👉 Manipulacja - czym jest i jak jest wykorzystywana w cyberprzestrzeni?
👉 Dowiedz się, na co należy uważać i jak nie dać sobą manipulować w świecie cyfrowym, aby uniknąć oszustw i nie być na nie podatnym!

Tydzień I

Socjotechnika - sztuka manipulacji w świecie cyfrowym

Europejski Miesiąc Cyberbezpieczeństwa jest idealnym momentem, by zwrócić uwagę na jedno z najpoważniejszych zagrożeń w świecie cyfrowym – socjotechnikę.

#ECSM #phishing #BEC #clickbait

BEZPIECZNYMIESIAC.PL

NASK

Zapraszamy do lektury!

Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach
8 października 2024

👉 Czy wszystkie informacje publikowane w sieci są prawdziwe? Jak to sprawdzić?
👉 Wiesz czym jest tzw. społeczny dowód słuszności?
👉 Dziś udostępniamy bardzo ważną publikację ECSM - Europejski Miesiąc Cyberbezpieczeństwa dotyczącą DEZINFORMACJI!

Tydzień II

Pułapki dezinformacji

Aby ocenić czy dana informacja jest prawdziwa, często bierzemy pod uwagę, czy inne osoby w nią wierzą. To tzw. społeczny dowód słuszności. Zjawisko to wykorzystywane jest do rozpowszechniania dezinformacji.

#ECSM #dezinformacja

BEZPIECZNYMIESIAC.PL

NASK

Zapraszamy do lektury!

Dużą popularnością i zainteresowaniem naszych odbiorców cieszył się również listopadowy cykl porad związanych z wyprzedażami i Black Friday.

Przykładowe
posty cyklu
Black Friday





Niezmiennie, grudniowy **cykl porad świątecznych** również cieszy się dużym zainteresowaniem odbiorców (od 2 do 5 tysięcy odsłon). W grudniu zorganizowano także konkurs pt. „**Gorączka świątecznych zakupów**”.



Z perspektywy czasu, z całą odpowiedzialnością można stwierdzić sukces tego przedsięwzięcia, co potwierdza każdorazowo statystyka aktywności odbiorców, liczne

pozytywne komentarze, wzrastająca stale liczba osób obserwujących profil rzecznika, jak i promujących poszczególne posty. Na dzień dzisiejszy to już ponad 1 200 osób.

Cykliczne publikacje znakomicie wpisują się oraz wzbogacają dotychczasowe działania edukacyjne rzecznika, które z całą pewnością przyczyniają się do zwiększenia świadomości konsumenckiej nie tylko mieszkańców Tychów, ale i szerszego grona odbiorców.

Konkurs rzecznika dla dzieci ze szkół podstawowych

W maju miało miejsce uroczyste rozstrzygnięcie konkursu dla dzieci klas 5-8 szkół podstawowych „**Mądre zakupy to moja super moc**”. Nadesłano kilkadziesiąt prac konkursowych.



NOWA FORMA prowadzenia działań edukacyjnych

W lipcu, rzecznik konsumentów uczestniczył w **festynie pod szyldem „Dziecięca wymiana zabawek”**, w trakcie którego przeprowadzono konkurs wiedzy konsumenckiej oraz rozdano ulotki edukacyjne. Festyn był również okazją do udzielenia uczestnikom informacji o prawach kupujących, w przypadku zakupu towarów używanych od różnych podmiotów.

Festyn:
„Dziecięca
wymiana
zabawek”



piknik
na
osiedlu K

Dziękujemy!



Na zakończenie wakacji, w ostatnią sobotę sierpnia, ekipa rzecznika uczestniczyła w wydarzeniu **Tyskie śniadania na Paprocanach**. W trakcie pikniku udzielaliśmy bezpłatnych porad, rozdawaliśmy ulotki oraz przeprowadziliśmy konkursy z nagrodami.

Tyskie Śniadania na Paprocanach





9. Wnioski końcowe

W roku sprawozdawczym **zmała liczba podjętych interwencji** w indywidualnych sprawach konsumenckich. Cieszy nas nie tylko zainteresowanie działalnością pracowników biura, ale i otrzymywane liczne pozytywne opinie na temat uzyskanego wsparcia.

Zmniejszenie ilości skarg upatrujemy natomiast w podejmowanych przez rzecznika **działaniach edukacyjno – informacyjnych**, które z całym przekonaniem skutkują zwiększeniem świadomości konsumentów o możliwości uzyskania pomocy rzecznika, ale i wiedzą, co do przysługujących im praw. Dzięki publikowanym przez nas informacjom konsumenci coraz częściej podejmują samodzielne działania z pozytywnym dla siebie skutkiem.

Dokonując analizy skuteczności podjętych przez rzecznika działań, niezależnie od przyjętej formy interwencji, należy stwierdzić zadowalającą **skuteczność na poziomie 49%**.

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

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.

Za ogromnie cenne uznajemy nawiązanie **stałej współpracy z Dziennym Domem Pomocy Społecznej „Wrzos”**. W związku z licznymi nadużyciami niektórych przedsiębiorców, wykorzystujących zaufanie i niewiedzę seniorów, prowadzenie działań edukacyjnych w tym zakresie uznaję za priorytetowe.

Warto również wspomnieć o podjętych przez pracowników urzędu działaniach zmierzających do uproszczenia komunikacji z mieszkańcami miasta. Wraz z pozostałymi wydziałami urzędu podejmuję starania **konstruowania pism zgodnie z zasadami „prostego słowa”**. Za niezwykle wartościowe uznaję pozytywne informacje zwrotne nie tylko konsumentów, ale i profesjonalistów (przedsiębiorców, jak pełnomocników stron postępowania), co do nowego przejrzystego stylu komunikacji.

Udokumentowana statystyka wyszukiwania **strony rzecznika, jak i profilu na Facebooku’u**, 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.

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

Sprawozdanie sporządziła:

/-/ Katarzyna Szostak-Zjawiony
Miejski Rzecznik Konsumentów

10. Tabele zalecane przez UOKiK

porady 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	2			2	5			5	1			1					8
b. odzież i obuwie	21	22		43	120	11		131	1	1		2				1	176
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	3	4	4	11	91	8		99	2			2					112
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	7	9	3	19	191	36		227	2			2		2		2	250
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	4	2		6	55	5		60	3			3					69
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące	1			1	5	1		6									7
g. produkty związane z opieką zdrowotną		3		3	10	3		13	1			1					17
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci					7	2		9								1	9
i. inne	1			1		1		1									2
j. związane z rynkiem nieruchomości	1			1	5			5	2			2					8
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja			2	2	24	2		26									28
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					1			1									1
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					20			20	1			1					21
n. finansowe	8	1		9	10	2		12	3	1		4	1			1	26
o. ubezpieczeniowe					62	7		69	2			2					71
p. pocztowe i kurierskie					10	3		13									13
r. telekomunikacyjne	4	4		8	42	12		54	1	1		2					64
s. transportowe	1			1	11	2		13	24	1		25					39
t. turystyka i rekreacja	2			2	37	7		44	4	2		6					52
u. sektor energetyczny i wodny	1		1	2	15	2		17	6	2		8					27
w. związane z opieką i opieką zdrowotną	1	1		2	13			13	1			1					16
x. edukacyjne	2	5		7	6			6	4			4					17
y. inne						2		2		2		2					4
Suma końcowa	59	51	10	120	740	106		846	58	10		68	1	2		3	1037

Tabela UOKiK nr 1: Porady udzielane osobiście i telefonicznie.

porady pisemne	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									1
b. odzież i obuwie	9	11	2	22	41	12	2	55	3	1		4	1			1	82
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	3	4	7	14	24	3	1	28					1			1	43
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	5	2	1	8	55	5	1	61	3			3					72
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	1	2		3	20	6		26	2			2					31
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące					2			2									2
g. produkty związane z opieką zdrowotną		3		3	4	1		5									8
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci		1		1	1	1		2			1	1					3
i. inne					2	1		3									4
j. związane z rynkiem nieruchomości	1		2	3	5			5	4			4					12
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	1			1	8	1		9					1			1	11
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					4			4									4
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					7	2		9									9
n. finansowe	6	1		7	1	1		2	3			3					12
o. ubezpieczeniowe	2		1	3	16		1	17	3			3					23
p. pocztowe i kurierskie					3	2		5									5
r. telekomunikacyjne	7	2		9	23	1		24	3		1	4	1			1	38
s. transportowe	1			1	5	1		6	10	2		12					19
t. turystyka i rekreacja	4	1		5	19			19	1			1					25
u. sektor energetyczny i wodny	2			2	7			7	4			4					13
w. związane z opieką i opieką zdrowotną	2			2	2	1		3	2			2					7
x. edukacyjne	2			2	2			2	2			2					6
y. inne	1	2		3	3			3		2		2					8
Suma końcowa	47	29	13	89	255	38	5	298	40	5	2	47	4	0	0	4	438

Tabela UOKiK nr 2: Porady udzielane pisemnie.

wystąpienia	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie				b. wady towarów nienależyte wykonanie umowy				c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne				d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr				Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokałem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokałem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokałem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokałem		
a. art. żywnościowe		1		1		2		2									3
b. odzież i obuwie	1	11		12	95	4		99	3			3					114
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	2	5	3	10	29	4		33							1	1	44
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	1	2		3	50	9		59	1			1					63
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria		1		1	15	1		16	2			2					19
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące		1		1	2			2									3
g. produkty związane z opieką zdrowotną	1	1		2										1		1	3
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci					3			3	1			1					4
i. inne		1		1													1
j. związane z rynkiem nieruchomości	1			1	1			1	2			2					4
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	2			2	12			12	1			1					15
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					3			3									3
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					2			2									2
n. finansowe	8	2		10	4	1		5	2			2	1			1	18
o. ubezpieczeniowe	1			1	16			16	1			1					18
p. pocztowe i kurierskie					4			4	1			1					5
r. telekomunikacyjne	6			6	16	5		21	1			1	1	1		2	30
s. transportowe					17			17	7			7					24
t. turystyka i rekreacja	3	3		6	29			29	2			2					37
u. sektor energetyczny i wodny			1	1	2			2	5			5	1			1	9
w. z opieką i opieką zdrowotną	2	1		3	3			3									6
x. edukacyjne	1	1		2													2
y. inne		1		1	1			1		1		1					3
Suma końcowa	29	31	4	64	304	26		330	29	1		30	3	2	1	6	430

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