

Załącznik
do zarządzenia nr RK.0050.59.2019
Prezydenta Miasta Jaworzna
z dnia 14 marca 2019 r.

**SPRAWOZDANIE
Z DZIAŁALNOŚCI
MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW
W JAWORZNIE
ZA 2018 ROK**

Jaworzno, luty 2019 rok.

SPIS TREŚCI

I.	Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów.	3
1.	Struktura Biura Rzecznika, stan kadrowy.	3
II.	Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów.	3
1.	Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.	3
2.	Składanie wniosków w sprawie stanowiska i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.	6
3.	Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.	6
4.	Współdziałanie z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.	7
5.	Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.	8
6.	Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.	8
7.	Podejmowanie działań wynikających z: <ul style="list-style-type: none">• art. 479 (38) Kpc (niedozwolone postanowienia umowne),• ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,• ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym,• art. 42 ust. 1 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów),• art. 42 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (przedstawianie sądowi istotnego poglądu do sprawy).	10
III.	Wnioski końcowe, propozycje zmian zmierzających do poprawy realizacji praw konsumentów.	11
1.	Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony Konsumentów.	11
2.	Wnioski dotyczące pracy rzeczników.	11
IV.	Tabele.	
Tabela nr 1	Poradnictwo konsumenckie i udzielanie informacji prawnej, w zakresie ochrony konsumentów - struktura udzielonych porad,	
Tabela nr 2	Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw i interesów konsumentów,	
Tabela nr 3	Współdziałanie z innymi instytucjami,	
Tabela nr 4.2	Pomoc konsumentom w samodzielnym dochodzeniu roszczeń przed sądami.	

I. Uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów.

1. Formalno-prawne umocowanie i zakres obowiązków rzecznika.

Zgodnie z przepisami ustawy o samorządzie powiatowym ochrona interesów konsumentów należy do zadań samorządu powiatowego. Jest to zadanie własne powiatu, wykonywane przez powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów, który realizuje i zaspokaja potrzeby społeczności lokalnej w zakresie ochrony praw i interesów konsumentów. Niniejsze sprawozdanie stanowi wypełnienie obowiązku wynikającego z art. 43. ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tj. Dz. U. z 2018 roku, poz. 798 ze zm.) zobowiązujące rzecznika konsumentów do przedłożenia informacji z działalności za rok ubiegły.

Umocowanie prawne i zakres obowiązków rzecznika regulują przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, które m.in. określają rolę samorządu terytorialnego w zakresie ochrony konsumentów oraz funkcję i zadania powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów.

2. Struktura Biura Rzecznika, stan kadrowy.

Struktura Biura Rzecznika

1. Województwo	śląskie
2. Miasto/Powiat	Jaworzno
3. PRK/MRK	Miejski Rzecznik Konsumentów
4. Imię i nazwisko Rzecznika Konsumentów	Krystyna Banasik
5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	Wyższe (magister administracji)
6. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.	TAK
7. Rzecznik działa w ramach wyodrębnionego biura (art. 40 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.	TAK
8. Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.	TAK
9. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika.	2

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

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

Podstawowym zadaniem rzecznika konsumentów jest udzielanie bezpłatnych porad i informacji konsumentom. W 2018 roku z porad rzecznika skorzystało **3239** mieszkańców miasta. W odniesieniu do roku 2017 liczba ta wzrosła o **67** porad. Pomoc konsumentom w zakresie poradnictwa odbywa się drogą telefoniczną, internetową bądź osobiście w Biurze Rzecznika Konsumentów.

Po zapoznaniu się z problemem konsumenta, rzecznik udziela porady przedstawiając obowiązujące regulacje prawne i możliwości ich wykorzystania. Pomoc rzecznika bardzo często polega też na przygotowaniu konsumentom pism reklamacyjnych lub odwołań, gdyż część konsumentów wymaga pomocy w sporządzaniu pism, a nie tylko samej porady. Konsumenti niejednokrotnie nie potrafią skorzystać z gotowego wzoru reklamacyjnego i stąd konieczność w zredagowaniu lub sporządzeniu pisma. Wielu konsumentów ma problem ze zrozumieniem reguł panujących na rynku, w związku ze wzrostem skomplikowanych spraw, wymagających analizy umów, regulaminów, cenników, zatem zapotrzebowanie na porady rzecznika stale wzrasta.

W okresie sprawozdawczym udzielono osobiście i telefoniczne – **3142** porady, natomiast w formie pisemnej **97** porad.

Struktura udzielonych porad przedstawia się następująco: **1828** porad dotyczyło umów sprzedaży, głównie sprzętu AGD, urządzeń elektronicznych i sprzętu komputerowego, obuwia i odzieży oraz artykułów wyposażenia mieszkań. W zakresie usług udzielono **1411** porad, najczęściej dotyczących usług telekomunikacyjnych, finansowych, związanych z bieżącą konserwacją i utrzymaniem domu oraz sektora energetycznego.

Zakres problemów z jakimi zgłaszali się konsumenci był bardzo szeroki i różnorodny. Duża liczba spraw, z którymi konsumenci zwracają się do rzecznika dotyczy reklamacji zakupionego towaru (począwszy od obuwia poprzez sprzęty gospodarstwa domowego, samochody, na nieruchomościach kończąc). W zakresie umów sprzedaży najczęściej zgłaszane problemy dotyczyły reklamacji urządzeń elektronicznych, sprzętu gospodarstwa domowego i komputerowego (**556** porad) oraz obuwia i odzieży (**553** porady). Częstym problemem, z którym zgłaszali się konsumenci jest nieuznanie reklamacji przez przedsiębiorcę, oddalenie roszczeń i wydanie opinii stwierdzającej że towar jest sprawny, mimo iż konsument stwierdza i zgłasza wadliwość towaru. Nierzadko zdarza się, że po złożeniu reklamacji, wada zostaje usunięta, a konsument otrzymuje informację, że towar był sprawny i nie dokonano żadnej naprawy. Sporym problemem konsumentów są umowy ubezpieczenia sprzętu, które zawierane są wraz z umową sprzedaży i traktowane przez konsumentów jako dodatkowa przedłużona bezwarunkowa ochrona gwarancyjna. Tymczasem ilość wyłączeń w ogólnych warunkach ubezpieczenia w wielu przypadkach, praktycznie pozbawia konsumenta jakiegokolwiek ochrony wynikającej z posiadanej polisy.

W zakresie natomiast umów dotyczących usług najwięcej problemów przysporzyły konsumentom usługi telekomunikacyjne (**340** porad) i usługi finansowe (**258** porad). W zakresie usług telekomunikacyjnych duża część reklamacji dotyczyła nienależytego świadczenia usług internetowych takich jak dostęp i szybkość internetu zarówno stacjonarnego jak i mobilnego. Konsumenti często zgłaszali, iż szybkość internetu jest mniejsza niż zadeklarowana przez operatora. Reklamacje dotyczyły również zasięgu telefonii komórkowej. Nadal dla znacznej części konsumentów korzystających z usług telekomunikacyjnych nie ma znaczenia sposób zawarcia umowy - czy jest ona zawarta na odległość czy poza lokalem czy też w salonie operatora, gdyż są przekonani że mogą zawsze z umowy zrezygnować w terminie 14 dni od jej zawarcia. Konsumenti nie zapoznają się z treścią umowy i dopiero w przypadku otrzymania pierwszej faktury, nie zgadzając się z jej wysokością rezygnują z usług danego operatora, co z kolei skutkuje naliczeniem kar umownych.

Duża ilość porad dotyczyła usług finansowych, takich jak: prawo do odstąpienia od umowy kredytu, rozliczenia kosztów kredytu w sytuacji wcześniejszej jego spłaty oraz oferowanych konsumentom produktów (lokaty, polisolokaty i inne). Znaczna ilość zapytań dotyczyła umów zawieranych z parabankami zadawanych przez konsumentów, którzy nie posiadają zdolności kredytowej, są nadmiernie zadłużeni i korzystając z oferty firm parabankowych, zapewniających m.in. o niesprawdzaniu BIK-u, zawierają kolejne umowy uzyskując tzw. chwilówki, wpadając w spiralę zadłużenia.

Wiele problemów zgłaszanych przez konsumentów dotyczy umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość. Wśród konsumentów zawierających umowy poza lokalem przedsiębiorstwa przodują seniorzy, choć zdarzały się także przypadki umów zawieranych przez młodsze osoby. Przedmiotem umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa najczęściej jest sprzęt rehabilitacyjny (materace, fotele rehabilitacyjne, masażery, itp.), sprzęt do gotowania, pieczenia, miksery, naczynia i inne. Tego rodzaju zakupy dokonywane są zazwyczaj na pokazach organizowanych w hotelach i restauracjach. Konsumentom najczęściej zapraszani są na spotkania z przedsiębiorcami telefonicznie. Osoba zapraszająca bardzo często informuje, że spotkanie dotyczy wykonania różnego rodzaju badań i dopiero na miejscu okazuje się, że dotyczy ono prezentacji towarów. Niestety część konsumentów korzysta z zaproszenia skuszona otrzymaniem prezentu, który zapewnia organizator. Najczęściej zgłaszane problemy dotyczyły zwrotu towaru zakupionego na prezentacji.

Z kolei przy zakupach dokonywanych za pośrednictwem internetu, konsumenci zgłaszali problemy dotyczące zwrotu towaru, gdyż przedsiębiorcy często podnoszą zarzut zmniejszenia jego wartości dokonując potrącenia nawet w wysokości 100% wartości towaru lub żądają zapłaty odszkodowania, odmawiając zwrotu zapłaconej ceny.

W porównaniu z latami poprzednimi zmniejszyła się liczba umów zawieranych w miejscu zamieszkania konsumentów i to zarówno w zakresie sprzedaży energii elektrycznej, paliw gazowych i usług telekomunikacyjnych.

Rzecznik odnotował natomiast skargi konsumentów, którzy zawierali umowy dotyczące zmiany sprzedawcy energii elektrycznej, w salonach operatorów telekomunikacyjnych. Umowy te najczęściej były zawierane przy okazji dokonywania opłat za usługi telekomunikacyjne. Wszyscy konsumenci skarżyli się że zostali wprowadzeni w błąd i nie byli świadomi, że zawierają umowy sprzedaży energii elektrycznej. Niestety w wielu przypadkach rzecznik miał do czynienia z całkowitą niewiedzą i nieświadomością konsumentów w zakresie funkcjonowania rynku sprzedaży energii elektrycznej (swobody i możliwości zmiany sprzedawcy). Nadal bowiem konsumenci nie zwracają uwagi na rodzaj podpisywanych dokumentów a przede wszystkim nie sprawdzają z jaką firmą i jaką umowę zawierają. Najczęściej konsumenci zgłaszali się do rzecznika po otrzymaniu od dotychczasowego sprzedawcy pisma informującego o wprowadzeniu procedury zmiany sprzedawcy energii, bardzo często już po upływie kilku tygodni od podpisania umowy z nowym sprzedawcą. Bardzo duża ilość konsumentów nie posiada wiedzy, że umowy te prawie zawsze zawierane są na czas oznaczony i rezygnacja z tych umów wiąże się z naliczeniem kary umownej.

Rzecznik udzielał porad dotyczących spraw procesowych, w tym egzekucyjnych. Zapytania dotyczyły trybu postępowania przed sądem elektronicznym w związku z wydanymi nakazami zapłaty, ale również postępowań toczących się przez sądami powszechnymi i polubownymi. Niestety część konsumentów zgłasza się zbyt późno do rzecznika, bo już po upływie terminów procesowych na skorzystanie ze środków zaskarżenia, albo już po wszczęciu postępowania egzekucyjnego.

W ramach poradnictwa konsumenci otrzymywali również wzory pism, oświadczeń i protokołów reklamacyjnych oraz teksty odpowiednich aktów prawnych. Rzecznik udzielając porad informuje konsumentów o ich prawach i obowiązkach.

Szczegółową charakterystykę udzielonych porad przedstawia Tabela nr 1.

Znaczna liczba konsumentów wymaga pomocy w całym postępowaniu reklamacyjnym. W tym zakresie rzecznik służy pomocą nie tylko w zakresie fachowej informacji, ale również pomaga redagować pisma, począwszy od napisania zgłoszenia dotyczącego niezgodności towaru z umową, poprzez procedurę reklamacyjną, aż do postępowania sądowego. Rzecznik w okresie sprawozdawczym przygotowywał **180** pism konsumentom, które

dotyczyły głównie wezwania do wykonania zobowiązania, wyznaczenia dodatkowego terminu do wykonania zobowiązania, wezwania do zapłaty, oświadczenia o odstąpieniu od umowy, oświadczenia o uchyleniu się od skutków prawnych umowy zawartej pod wpływem błędu oraz pism procesowych.

2. Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.

Rzecznik w okresie sprawozdawczym nie składał wniosków dotyczących stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.

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

Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów jest obok poradnictwa, podstawowym instrumentem prawnym wykorzystywanym przez rzecznika mającym na celu udzielenie pomocy konsumentom. Wystąpienia do przedsiębiorców, podejmowane są na skutek wnoszonych przez konsumentów wniosków i skarg dotyczących naruszeń praw i interesów konsumentów przez poszczególnych przedsiębiorców. Podejmowane na wniosek konsumentów wystąpienia rzecznika, kierowane do przedsiębiorców przybierają zróżnicowane formy wezwań. I tak w swoich wystąpieniach rzecznik wzywa przedsiębiorców do: wykonania ciążącego na przedsiębiorcy obowiązku, zaniechania niedozwolonych zachowań, udzielenia stosownych wyjaśnień mających na celu rozwiązanie istniejącego pomiędzy stronami (konsument-przedsiębiorca) sporu.

Wnioski i skargi konsumentów dotyczą najczęściej problemu istnienia niezgodności towaru z umową. Konsumenty bowiem nie zawsze potrafią udowodnić występowanie niezgodności, które kwestionuje sprzedawca. W tym celu pożądane byłoby uzyskanie przez konsumenta opinii specjalisty, która stanowiłaby argument w sporze z przedsiębiorcą. Konsumenty jednak w większości nie decydują się na powołanie rzeczoznawcy, gdyż wiąże się to z dodatkowymi kosztami, które niejednokrotnie bywają wyższe niż cena towaru.

Podejmowane przez rzecznika interwencje prowadzone są wnikliwie – do wyczerpania wszystkich argumentów, którymi można podważyć stanowisko przedsiębiorcy. Polemiki i mediacje prowadzone z przedsiębiorcami są niekiedy długotrwałe i pracochłonne, ale mają na celu osiągnięcie pozytywnych rezultatów w postaci uznania roszczeń konsumentów.

W swoich wystąpieniach rzecznik opisuje stan faktyczny przedstawiony przez konsumenta i wynikający z posiadanych dokumentów, podaje podstawę prawną roszczeń i wzywa do polubownego zakończenia sprawy. Ponadto rzecznik, podejmuje próby przeprowadzenia mediacji między stronami, które oprócz pisemnej formy mają także charakter wspólnych spotkań stron organizowanych w siedzibie rzecznika konsumentów. Aby mediacja mogła dojść do skutku, zgodę na jej przeprowadzenie muszą wyrazić obydwie strony sporu.

W 2018 roku do biura rzecznika wpłynęło **614** wniosków o podjęcie interwencji. Rzecznik wszczął **587** postępowań występując pisemnie do przedsiębiorców w sprawach konsumentów. W 27 sprawach wnioski zostały wycofane przez konsumentów ze względu na uznanie roszczeń przed wszczęciem postępowania lub przekazane zostały wg właściwości miejscowej innemu rzecznikowi. Podana liczba wystąpień nie odzwierciedla faktycznej ilości kierowanych do przedsiębiorców pism. Zdarza się, że jedna interwencja rzecznika przynosi pozytywny rezultat, ale w wielu sprawach wniosek konsumenta wymaga kilkakrotnych wystąpień do przedsiębiorcy, w celu uzyskania oczekiwanego, pozytywnego rezultatu. W sytuacji sprawy skomplikowanej lub nie przejrzystej przedstawionej przez konsumenta, rzecznik niejednokrotnie występuje do kilku przedsiębiorców w celu wyjaśnienia problemu. Tak więc w ramach jednego wniosku zarejestrowanego jako jedna sprawa, rzecznik może przygotować kilka wystąpień do przedsiębiorców.

Spośród **507** wystąpień rzecznika, **180** dotyczyło nieprawidłowo realizowanych umów w tym: nierzetelnie świadczonych usług telekomunikacyjnych, finansowych i turystyczno-rekreacyjnych. Duża część wystąpień rzecznika w zakresie usług telekomunikacyjnych dotyczyła umów zawartych przed rokiem sprawozdawczym, które to umowy mimo podjętych uprzednio interwencji, nie zostały rozwiązane. Są to umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorcy, najczęściej w domu konsumenta i dotyczą zmiany operatora telekomunikacyjnego. Operatorzy ci (np. Twoja Telekomunikacja, Telekomunikacja Cyfrowa) mimo iż nie świadczą usług wzywają konsumentów do zapłaty, zwłaszcza osoby w podeszłym wieku. W niektórych przypadkach wystąpienia rzecznika przyniosły pozytywny skutek, przedsiębiorcy odstąpili od dochodzenia roszczeń od konsumentów.

Wystąpienia z zakresu usług finansowych kierowane do banków najczęściej dotyczyły rozliczenia wcześniejszej spłaty kredytu. Banki bowiem odmawiają proporcjonalnego zwrotu wszystkich poniesionych kosztów. W przypadku wcześniejszej spłaty kredytu, banki pomniejszają tylko koszty odsetkowe, odmawiając zwrotu części opłaty prowizyjnej i przygotowawczej. Odmowa obniżenia kosztów, które dotyczą okresu, o który skrócono czas obowiązywania umowy, skutkuje nieopłacalnością wcześniejszej spłaty kredytu. Wystąpienia do instytucji finansowych innych niż banki dotyczyły najczęściej ograniczenia kosztów pożyczek. Firmy pożyczkowe omijają bowiem przepis ustawy o kredycie konsumenckim dotyczący limitu kosztów pozaodsetkowych. Nadal popularne jest rolowanie pożyczek czyli udzielanie kolejnych na spłatę poprzednich. W kilku sprawach rzecznik wystąpił do przedsiębiorcy – pośrednika kredytowego pobierającego prowizję za udzielenie pożyczki, z pominięciem zaliczenia pobranej prowizji do całkowitego kosztu kredytu. Kilka wystąpień (5) dotyczyło polisoklat. W roku sprawozdawczym rzecznik zarejestrował jedną skargę dotyczącą nabycia obligacji korporacyjnych Spółki GetBack.

Jednak zdecydowana większość wystąpień rzecznika (**407**) dotyczyła umów sprzedaży towarów konsumpcyjnych. Najwięcej spraw dotyczyło tradycyjnie już sprzedaży obuwi i odzieży, ale także artykułów gospodarstwa domowego oraz wyposażenia wnętrz.

Szczegółową charakterystykę przedmiotu pisemnych interwencji i wystąpień podjętych przez rzecznika konsumentów w roku 2018 przedstawia Tabela nr 2.

W okresie sprawozdawczym do Biura Rzecznika wpłynęło **1658** pism, (więcej o 44 niż w roku 2017) zarejestrowano natomiast **1962** (więcej o 36) pism wychodzących, które kierowane były do przedsiębiorców, konsumentów, ale również do sądów, urzędów, instytucji takich jak: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej, Urząd Regulacji Energetyki, Komendy Policji, Urzędy Miejskie - Referaty Działalności Gospodarczej i Ewidencji Ludności oraz Prokuratury.

4. Współdziałanie z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi w zakresie ochrony konsumentów.

Rzecznik konsumentów utrzymuje stałą współpracę z organizacjami i instytucjami, które swoimi kompetencjami obejmują ochronę praw konsumentów. W 2018 roku rzecznik sporządził **24** wniosków kierując wystąpienia do instytucji i organizacji konsumenckich.

Współpraca ze Śląskim Wojewódzkim Inspektorem Inspekcji Handlowej w Katowicach polegała na wymianie informacji o przedsiębiorcach i nieprawidłowościach dotyczących ich działań, ale również kierowaniu skarg konsumentów m.in. w sprawach niewłaściwego oznakowania towarów i określaniu cen. Na pisemne wnioski rzecznika, inspektorzy Inspekcji Handlowej przeprowadzili kontrole w lokalach działalności gospodarczej, znajdujących się na terenie miasta Jaworzna.

Otrzymując sygnały i skargi od konsumentów informujące o stosowanych przez przedsiębiorców praktykach rynkowych naruszających prawa konsumentów, mogących stanowić

praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w zakresie stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, rzecznik przekazywał dokumenty do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o podjęcie działań administracyjnych w celu wyeliminowania nieprawidłowości.

Szczegółową charakterystykę współdziałania z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów organami Inspekcji Handlowej o organizacjami konsumenckimi w roku 2018 przedstawia Tabela nr 3.

5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.

Do zadań rzecznika należy wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie za ich zgodą do już toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów.

Stosownie do art. 63³ kpc w sprawach o ochronę konsumentów miejski rzecznik konsumentów może wytaczać powództwa na rzecz obywateli, a także wstępować, za zgodą powoda, do postępowania w tych sprawach w każdym jego stadium. W okresie sprawozdawczym rzecznik nie wytoczył powództwa na rzecz konsumentów, nie wstępował również do toczących się postępowań.

Rzecznik służy również pomocą prawną konsumentom samodzielnie występującym z roszczeniem do sądu przygotowując pozwы, pisma procesowe, związane z toczącymi się postępowaniami sądowymi. W okresie sprawozdawczym rzecznik przygotował łącznie **86** pozwów konsumentom występującym z roszczeniem do sądu. Liczba ta dotyczy pozwów skierowanych do sądów powszechnych oraz sądownictwa polubownego. Największa liczba przygotowanych pozwów dotyczyła umów sprzedaży obuwia, odzieży, artykułów wyposażenia wnętrz, urządzeń elektronicznych i sprzętu komputerowego oraz usług finansowych i telekomunikacyjnych. W okresie sprawozdawczym rzecznik sporządził **21** sprzeciwów od nakazów zapłaty.

Rzecznik przygotowywał także pisma procesowe (**86**) takie jak: wnioski dowodowe, wnioski o zwolnienie od kosztów sądowych, wnioski o przyznanie pomocy prawnej, wnioski o nadanie klauzuli wykonalności i wydanie odpisu wyroku wraz z uzasadnieniem, przywrócenie terminu itp.

Szczegółową charakterystykę przygotowanych przez rzecznika pozwów w roku sprawozdawczym przedstawia Tabela nr 4.2.

6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.

Jednym z zadań samorządu terytorialnego w zakresie ochrony praw konsumentów jest prowadzenie edukacji konsumenckiej. W celu podniesienia poziomu wiedzy konsumentów w zakresie przysługujących im praw rzecznik podjął działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym polegające na rozpowszechnianiu praw konsumentów poprzez media, jak również przekazywaniu tych informacji młodzieży szkolnej oraz mieszkańcom w trakcie prowadzonych spotkań. I tak działania te w okresie sprawozdawczym przedstawiają się następująco:

A. Kontakty rzecznika z mediami.

Na łamach prasy lokalnej oraz lokalnych portalach internetowych rzecznik objaśniał podstawowe pojęcia z zakresu prawa konsumenckiego, informował o zmianach w prawie konsumenckim, przestrzegał przed konsekwencjami nie do końca przemyślanych decyzji, zachęcał do czytania umów przed ich podpisaniem oraz przekonywał konsumentów do zapoznawania się z podstawowymi elementami prawa konsumenckiego. Ukazujące się

w prasie artykuły prasowe nie tylko przyczyniają się do rozpowszechnienia wśród czytelników wiedzy z dziedziny prawa konsumenckiego, ale także pełnią rolę prewencyjną, ostrzegając konsumentów przed nieuczciwymi przedsiębiorcami, sytuacjami, które mogą rodzić niekorzystne dla konsumentów konsekwencje i w ten sposób mają wyostrzyć ostrożność konsumenta, który świadom swych praw jest w stanie uniknąć niepożądanych sytuacji.

B. Edukacja konsumentów.

Rzecznik na stałe współpracuje ze szkołami na terenie miasta i wspomaga nauczycieli w edukacji konsumenckiej przekazując materiały edukacyjne (ulotki, broszury). W roku sprawozdawczym rzecznik przeprowadził 7 spotkań w szkołach ponadgimnazjalnych i liceach ogólnokształcących oraz 2 spotkania ze słuchaczami Uniwersytetu Trzeciego Wieku, zapoznając uczestników spotkań z podstawowymi prawami konsumentów. Na zorganizowanych spotkaniach rzecznik informuje konsumentów o przysługujących im prawach, przestrzega przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi stosowanymi przez niektórych przedsiębiorców, instruuje w jaki sposób ustrzec się przed zawarciem niechcianej umowy, informuje w jaki sposób odstąpić od umowy sprzedaży/usługi zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, jak złożyć reklamację wadliwego towaru i jak uchylić się przed zakupem niechcianego lub niepotrzebnego towaru.

W 2018 roku rzecznik konsumentów przystąpił do akcji „Akademia Bezpieczeństwa” zorganizowanej przez Urząd Miejski pod patronatem Prezydenta Miasta Jaworzna. W ramach tej akcji rzecznik dwukrotnie spotkał się z seniorami przestrzegając ich przed zbyt pochopnym zawieraniem umów i informował o ewentualnych zagrożeniach występujących w wyniku stosowania przez niektórych przedsiębiorców nieuczciwych praktyk rynkowych. i tłumaczył jakie zachowania i działania przedsiębiorców winny wzbudzić czujność konsumentów.

W dniu 18 czerwca 2018 roku przy udziale rzecznika konsumentów na wniosek firmy Tauron Polska Energia S.A., zostało zorganizowane spotkanie dla pracowników MOPS-u mające na celu ich edukację z zakresu podstawowych elementów prawa energetycznego pn. „Klient na horyzoncie”. Znaczna liczna podopiecznych MOPS-u to wrażliwi odbiorcy energii elektrycznej, stąd pomysł zorganizowania spotkania dla pracowników, którzy posiadając odpowiednią wiedzę mogą pomóc podopiecznemu w rozwiązaniu problemu ze sprzedawcą energii elektrycznej.

Rzecznik w roku sprawozdawczym (listopad) roku przeprowadził szkolenie dla funkcjonariuszy Komendy Miejskiej Policji w Jaworznie z zakresu ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. W trakcie szkolenia rzecznik przybliżył również instytucje rzecznika i definicje konsumenta.

Wychodząc naprzeciw konsumentom, którzy zwracają się do rzecznika z licznymi pytaniami w sprawach realizacji zawartych umów, zwrotu towaru i innych problemów konsumenckich, rzecznik na tablicy ogłoszeń, znajdującej się na I piętrze budynku przy Placu Górników 5, wykonał gazetkę informacyjną skierowaną do konsumentów. Na tablicy umieszczone zostały podstawowe informacje takie jak: przepisy prawne, wskazówki, uwagi, rady, ale także różnego rodzaju bieżące informacje z zakresu prawa konsumenckiego. Tablica informacyjna jest na bieżąco aktualizowana.

Niezależnie od pomocy udzielanej konsumentom, rzecznik często odpowiadał na pytania przedsiębiorców, którzy zwracali się z prośbą o pomoc w sprawach rozwiązywania problemów konsumenckich, a także udostępniał przedsiębiorcom materiały (akty prawne, komentarze do ustaw) z zakresu prawa konsumenckiego.

Ponadto w kontaktach z konsumentami rzecznik zawsze starał się wychodzić poza meritum sprawy i udzielał informacji i wskazówek jak skutecznie radzić sobie z egzekwowaniem swoich uprawnień, niejednokrotnie przekazując materiały informacyjne

na które składały się m.in. materiały szkoleniowe w postaci ulotek i broszur uzyskanych od Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

W okresie sprawozdawczym, rzecznik uczestniczył w 10 szkoleniach i spotkaniach organizowanych m.in. przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Urząd Komunikacji Elektronicznej, Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów i Inspekcję Handlową. Celem zorganizowanych szkoleń i spotkań było nie tylko podniesienie kwalifikacji rzecznika poprzez uzyskanie wiadomości z zakresu obowiązującego prawa i jego interpretacji, ale również wymiana informacji pomiędzy rzecznikami z innych miast o problemach z konkretnymi przedsiębiorcami i ich sposobach działania.

7. Podejmowanie działań w zakresie niedozwolonych postanowień umownych, ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym, występowania w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów, przedstawiania sądowi istotnego poglądu dla sprawy.

Rzecznik na bieżąco rozpatrując wnioski konsumentów składane w indywidualnych sprawach, podejmuje działania w formie wezwań kierowanych do przedsiębiorców o wyeliminowanie niedozwolonych zapisów w umowach czy też w formularzach reklamacyjnych oraz zaniechania nieuczciwych praktyk rynkowych. W wystąpieniach kierowanych do przedsiębiorców, rzecznik powoływał się na przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym wówczas, gdy przedsiębiorcy prowadzili praktykę mającą na celu wprowadzenie konsumentów w błąd poprzez przekazywanie nieprawdziwych informacji lub też zaniechanie przekazania przez przedsiębiorców udzielania prawdziwej i rzetelnej informacji na temat przedmiotu umowy oraz przysługującym konsumentom prawach.

W roku sprawozdawczym poza w/w działaniami, rzecznik nie podejmował innych działań związanych ze stosowaniem przez przedsiębiorców niedozwolonych postanowień umownych, jak również działań związanych ze stosowaniem przez przedsiębiorców nieuczciwych praktyk rynkowych.

Rzecznik nie podejmował działań wynikających z ustawy o dochodzeniu roszczeń grupowych.

Zgodnie z art. 42 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przedsiębiorca, do którego zwrócił się rzecznik konsumentów, obowiązany jest udzielić rzecznikowi wyjaśnień i informacji, będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii rzecznika. Niestety, w praktyce przedsiębiorcy nie zawsze, pomimo ponagleń, udzielają odpowiedzi na wystąpienia. W tej sytuacji rzecznikowi przysługuje uprawnienie wystąpienia z wnioskiem o ukaranie przedsiębiorcy grzywną. W 2018 roku rzecznik złożył **10** wniosków o ukaranie kierując je do Komendy Miejskiej Policji.

8. Działania rzecznika na przestrzeni lat 2014 – 2018.

Liczba udzielonych porad prawnych i wystosowanych wystąpień do przedsiębiorców na przestrzeni ostatnich pięciu lat.

Rok	Porady	Wystąpienia
2014	3094	488
2015	3115	501
2016	2914	566
2017	3172	648
2018	3239	587

III. Wnioski końcowe, propozycje zmian zmierzających do poprawy realizacji praw konsumentów.

1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.

- zmiana art. 105 ustawy z dnia 29 sierpnia 1997r prawa bankowego (tj. Dz. U. z 2018 roku, poz. 2187) poprzez wskazanie rzeczników konsumentów w katalogu podmiotów posiadających dostęp do informacji objętych tajemnicą bankową. Obecnie rzecznicy chcąc uzyskać wyjaśnienia banków w indywidualnych sprawach konsumenckich muszą przedkładać upoważnienie konsumentów, które nie zawsze jest respektowane przez banki,
- wprowadzić możliwość odstąpienia od umów o usługi telekomunikacyjne zawieranych w lokalu dla osób powyżej 60 roku życia tak jak jest to w przypadku np. umów o kredyt konsumencki,
- spopularyzowanie sądownictwa polubownego jako alternatywy dla sądownictwa powszechnego, zwłaszcza w drobnych sprawach, w których wartość przedmiotu sporu jest niższa od kosztów sądowych. Obecnie przeszkodą w skutecznym przeprowadzeniu procesu przed sądem polubownym jest konieczność uzyskania zgody przedsiębiorcy, który często jej nie wyraża wiedząc, że konsument nie podejmie ryzyka skierowania powództwa do sądu powszechnego. Wyeliminowanie obowiązku zgody przedsiębiorcy, w których wartość sporu nie przekracza np. 1000 złotych, spowodowałoby, że większość sporów np. o obuwie, odzież czy galanterię miałyby szanse na szybkie i fachowe rozstrzygnięcie, a sądy powszechne byłyby odciążone od drobnych spraw.

2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników.

- ustalenie właściwości miejscowej rzecznika zgodnie z miejscem zamieszkania konsumenta,
- wprowadzenie możliwości wyłączenia rzecznika z udziału w postępowaniu w sprawach, w których zachodzi konflikt interesów,
- kontynuacja prowadzenia przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów newslettera dla rzeczników konsumentów.

IV. Tabele.

Tabela 1.

udzielenie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów

	1.1.osobiście i telefonicznie															razem	1.2. sprawy rozpatrywane pisemnie															razem														
	rozwiązanie umowy			wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne				rozwiązanie umowy			wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne																	
	w ksiątku bez znaczenia	na odległość	poza ksiątkiem	w ksiątku bez znaczenia	na odległość	poza ksiątkiem	w ksiątku bez znaczenia	na odległość	poza ksiątkiem	w ksiątku bez znaczenia	na odległość	poza ksiątkiem	w ksiątku bez znaczenia	na odległość	poza ksiątkiem		w ksiątku bez znaczenia	na odległość	poza ksiątkiem	w ksiątku bez znaczenia	na odległość	poza ksiątkiem	w ksiątku bez znaczenia	na odległość	poza ksiątkiem	w ksiątku bez znaczenia	na odległość	poza ksiątkiem																		
SPRZEDAŻ:																																														
a	art. żywnościowe			10	5	5	11	2	1	4	5				5														48	1											2					
b	odzież i obuwie			25	16	2	468	9	1	9																				531	1	1		17	2					1				22		
c	meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu			31	8	11	227	12	1	6	2				1	5													304	1			8									9				
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy			25	9	10	473	10	1	4	1				4	1	2												540	1			14		1							16				
e	samochody i środki transportu osobistego			17	5		97	6	1	8	2																		136	1			2	1									4			
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące			3	5		4	3		1					1														17													0				
g	produkty związane z opieką zdrowotną				4	13	20	1		1	1				1	1												42													0					
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci			8	8		17				1	1																	36				1									1				
i	inne			19	8	7	58	1	1	1	3				1	13												112	2	1		4	1									8				
USŁUGI:																																														
j	związane z rynkiem nieruchomości			8			13				6				3														31				1			1								2		
k	bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja			20		2	93	1		2	1					2													121				1			1								2		
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia			1			12																						13													0				
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu			8			62																						70				1									1				
n	finansowe			41	1		101			45	33					36												257	1												1					
o	ubezpieczeniowe			16		1	47			37	10					8												119	1			5									6					
p	pocztowe i kurierskie			5			19				1				1	1	1											27				1									1					
r	telekomunikacyjne			85	6	17	153	5		36	18	1	6	7														334		1		5									6					
s	transportowe			5			28			3	2					2												40				5									5					
t	turystyka i rekreacja			12	2	1	86	1		7	2	1																112	1			3			2								6			
u	sektor energetyczny i wodny			9	2	14	15	1	4	12	2					3	1											63													0					
w	związane z opieką i opieką zdrowotną			3	5	40	13	1	2		1	1			2													69											1							0
x	edukacyjne			9	1		3				1				1													15													0					
y	inne			40	4	2	16	1		3	4					34	1										105											1		1					5	
RAZEM				400	89	125	2036	54	12	185	3	1	97	4	13	120	3											3142	8	5	1	69	5	5					3		1					97
informacje ogólne																																														
niekonsumentkie																																														
																												3142																		
																												razem																		
																												97																		

Tabela 2.
występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów

	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			RAZEM
	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	
SPRZEDAŻ:																
a	art. żywnościowe															0
b	3	1		251	2											257
c	3	2	2	26	1						1					35
d	2	1	1	59	1											64
e	1	1		6	2											10
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące															0
g	1		3	3												7
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci															2
i	2		3	26									1			32
USŁUGI:																
j	związane z rynkiem nieruchomości															4
k	1			6				1								7
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia															0
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu															2
n	2			7			4			9			2			24
o	ubezpieczeniowe															8
p	pocztowe i kurierskie															8
r	1	2	1	51	3		1	1		1	1	2	1	1		65
s	transportowe															2
t	1			33			1									35
u	2									1		3	1			7
w	związane z opieką i opieką zdrowotną															0
x	1			1			1									3
y	inne															15
RAZEM																
informacje ogólne																
niekonsumenckie																
razem:																587

Tabela 3.
współdziałanie z innymi instytucjami

	współdziałanie z innymi instytucjami												RAZEM			
	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.				inne		
	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie		w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie
SPRZEDAŻ:																
a	art. żywnościowe			1												1
b	odzież i obuwie									2						2
c	meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu															
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy															
e	samochody i środki transportu osobistego															
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące															
g	produkty związane z opieką zdrowotną			1												1
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci															
i	inne			1			1									2
USŁUGI:																
j	związane z rynkiem nieruchomości												1			1
k	bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja			2			2									4
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia															
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu			1												1
n	finansowe									7						7
o	ubezpieczeniowe			1												1
p	pocztowe i kurierskie															
r	telekomunikacyjne			1						1			1			4
s	transportowe															
t	turystyki i rekreacja															
u	sektor energetyczny i wodny															
w	związane z opieką i opieką zdrowotną															
x	edukacyjne															24
y	inne															
niekonsumenckie																

