

ZARZĄDZENIE NR .....104 /2019  
PREZYDENTA MIASTA MYSŁOWICE  
z dnia 18... marca 2019 r.

w sprawie: zatwierdzenia „Sprawozdania z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Mysłowicach za 2018 rok”

Na podstawie art. 30 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2018 poz. 994 ze zm.) oraz art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2018 poz. 798)

**Zarządzam co następuje:**

**§ 1.**

Zatwierdzić „Sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Mysłowicach za 2018 rok” stanowiące załącznik do niniejszego Zarządzenia.

**§ 2.**

Zobowiązuję Miejskiego Rzecznika Konsumentów do przekazania sprawozdania, o którym mowa w § 1 do Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.

**§ 3.**

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

**PREZYDENT MIASTA  
MYSŁOWICE**

Dariusz WOJCIWICZ

**RADCA PRAWNY**

*Dorad - Oświadczenie*  
**Marygorzata DWORAK-OSAK**  
K.R.-3556

do Zarządzenia Prezydenta Miasta Mysłowice Nr 104/2019  
z dnia 18.03.2019 r. Załącznik

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

*„Wszyscy z definicji jesteśmy konsumentami. Konsumenci stanowią największą grupę ekonomiczną w gospodarce, wpływającą oraz pozostającą pod wpływem prawie każdej publicznej i prywatnej decyzji ekonomicznej. Ale są oni jedyną ważną grupą, której zdanie często nie jest wysłuchane”.*

*John F. Kennedy*

**Mysłowice, marzec 2019 r.**

## SPIS TREŚCI

<b>I. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów .....</b>	<b>3</b>
1. Struktura Biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów, stan kadrowy .....	3
<b>II. Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów .....</b>	<b>4</b>
1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów .....	4
2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów .....	4
3. Współdziałanie z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów .....	5
4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i występowanie do toczących się postępowań .....	6
5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów .....	6
6. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym .....	7
<b>III. Wnioski końcowe .....</b>	<b>8</b>
1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów .....	8
2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników .....	8
<b>IV. Tabele dodatkowe zalecane przez UOKiK</b>	
Tabela Nr 1 – Udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów	
Tabela Nr 2 – Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw i interesów konsumentów	
Tabela Nr 3 – Współdziałanie z innymi instytucjami	
Tabela Nr 4 – pomoc na drodze sądowej	

## I. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Aktem nadrzędnym regulującym problematykę ochrony interesów konsumentów jest Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, która w art. 76 zobowiązuje władze publiczne do zapewnienia ochrony konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniem zagrażającym ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi.

Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 roku o samorządzie powiatowym (t.j. Dz. U. 2018 poz. 995 ze zm.) w art. 4 ust. 1 pkt.18 stanowi natomiast, że ochrona praw konsumenta należy do zadań powiatu. Zadania te realizuje miejski (powiatowy) rzecznik konsumentów. Rzecznik realizuje i zaspokaja potrzeby społeczności lokalnej w zakresie ochrony praw i interesów konsumentów. Ramy prawne i zadania rzecznika reguluje ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. 2018, poz.798 ze zm.).

### 1. Struktura Biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów, stan kadrowy

1. Województwo	śląskie
2. Miasto /Powiat	Mysłowice
3. PRK/ MRK	Miejski Rzecznik Konsumentów
4. Imię i nazwisko Rzecznika Konsumentów	Anna Rosłoń
5. Wykształcenie	wyższe
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	- $\frac{3}{5}$ etatu
7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	- $\frac{1}{2}$ etatu - $\frac{2}{5}$ etatu - $\frac{1}{5}$ etatu
DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI NA PYT. 7	nie dotyczy
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); 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).	1



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

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

Podstawowym zadaniem rzecznika konsumentów jest udzielanie bezpłatnych porad i informacji konsumentom. Pomoc konsumentom w tym zakresie odbywa się drogą telefoniczną, internetową bądź w bezpośrednich rozmowach i kontaktach ze zgłaszającymi się interesantami. Po rozpoznaniu wnoszonych spraw, przekazywane są zainteresowanym obowiązujące regulacje prawne i możliwości ich wykorzystania, podejmowane są rozmowy i mediacje z przedsiębiorcami, a także opracowywane wzory pism reklamacyjnych lub odwołań. Zakres problemów z jakimi zgłaszali się konsumenci w okresie sprawozdawczym był bardzo szeroki i różnorodny, a wynikał przede wszystkim z umów sprzedaży oraz umów w zakresie świadczonych usług. Większość spraw związanych była z kwestią reklamacji zakupionego towaru i dotyczyła: odpowiedzialności sprzedawcy za sprzedany towar, podstaw prawnych do składania reklamacji, roszczeń przysługujących konsumentom, terminów rozpatrywania reklamacji. Duża liczba spraw, z którymi konsumenci zwracali się do rzecznika dotyczyła umów o świadczenie różnego rodzaju usług. Najczęściej zgłaszane problemy związane były z niewykonaniem lub nienależytym wykonaniem usług tak pod względem ich jakości jak i terminowości. Dużą popularnością cieszyły się inne niż tradycyjne sposoby zawierania umów, które konsumenci zawierali tj. przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość oraz umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa.

W okresie sprawozdawczym do Rzecznika zgłosiło się o poradę 1479 osób wymagających udzielenia różnego rodzaju pomocy. Duża ilość interesantów korzystających z porad rzecznika konsumentów wskazuje na występowanie na rynku szeregu negatywnych zjawisk, a z drugiej strony na rosnącą świadomość konsumencką.

Analizując asortymentowo zgłaszane przez konsumentów problemy, to jeśli chodzi o sprzedaż najwięcej z nich dotyczyło urządzeń AGD, RTV, urządzeń elektronicznych, sprzętu komputerowego oraz obuwia i odzieży. W przypadku problemów z usługami najwięcej z nich dotyczyło usług telekomunikacyjnych oraz związanych z bieżącą konserwacją, utrzymaniem domu i drobnymi naprawami.

Szczegółową informację w w/w zakresie przedstawia Tabela nr 1.

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

Zgodnie z art. 42 ust. 1 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów /t.j. Dz. U. 2018 r. poz. 798 ze zm./ występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów jest obok poradnictwa podstawowym instrumentem wykorzystywanym przez Rzecznika, mającym na celu udzielenie pomocy konsumentowi. Występowanie do przedsiębiorców następuje na wniosek konsumenta składany w formie pisemnej lub

ustnej i przedłożeniu dokumentów zgromadzonych w sprawie. Podejmowane na wniosek konsumentów wystąpienia rzecznika kierowane do przedsiębiorców przybierają zróżnicowane formy wezwań. I tak w swoich wystąpieniach rzecznik wzywał przedsiębiorców do: wykonania ciążącego na przedsiębiorcy obowiązku, zaniechania niedozwolonych zachowań, udzielenia stosownych wyjaśnień mających na celu rozwiązanie istniejącego pomiędzy stronami (konsument-przedsiębiorca) sporu. 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. Podejmowane interwencje prowadzone były bardzo wnikliwie – do wyczerpania wszystkich argumentów, którymi można podważyć stanowisko przedsiębiorcy. Polemiki i mediacje prowadzone z przedsiębiorcami są niekiedy długotrwałe i pracochłonne, ale dzięki temu osiągnane są pozytywne rezultaty. Zaznaczyć należy, że nie zawsze roszczenia konsumentów są uzasadnione, albo brak jest dowodów, które pozwoliłyby przeforsować racje konsumentów. Zdarza się też tak, że przedsiębiorcy mimo podtrzymywania stanowiska o braku zasadności reklamacji proponują polubowne zakończenie sporu. W bardzo wielu sprawach istota sporu dotyczy nie tyle problemu prawnego, co okoliczności faktycznych, w tym przede wszystkim przyczyn powstania wady towaru. W takich przypadkach konieczna jest wiedza specjalistyczna, np. opinia rzeczoznawcy, którą rzecznik nie dysponuje, z kolei konsument rezygnuje z powołania rzeczoznawcy z uwagi na koszty.

W ubiegłym roku Rzecznik wszczął 110 postępowań, występując pisemnie do przedsiębiorców w sprawach konsumentów. W 78 przypadkach sprawę udało się zakończyć pozytywnie dla konsumenta.

Szczegółową charakterystykę pisemnych interwencji i wystąpień podjętych przez rzecznika konsumentów w okresie sprawozdawczym przedstawia Tabela nr 2.

### **3. *Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.***

Rzecznik konsumentów utrzymuje stałą współpracę z w/w instytucjami. Ponadto otrzymując sygnały i skargi od konsumentów informujące o stosowanych przez przedsiębiorców praktykach rynkowych naruszających prawa konsumentów, mogących stanowić praktykę naruszającą zbiorowy interes konsumentów w zakresie stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, Rzecznik przekazywał dokumenty oraz zwracał się do Inspekcji Handlowej, Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów czy też właściwej Prokuratury Rejonowej o podjęcie działań w celu wyeliminowania nieprawidłowości. I tak:

- ✓ Rzecznik zawiadomił Delegaturę UOKiK w Lublinie o możliwości naruszenia przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, a w szczególności art. 24 ust. 2 pkt 2 i 3 cyt. Ustawy poprzez naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji oraz stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych przez przedsiębiorcę zarządzającą powierzchnią parkingową m.in. w Katowicach,
- ✓ Rzecznik działając na podstawie art. 304 § 2 k.p.k. zawiadomił Komendę Miejską Policji w Tychach o możliwości popełnienia czynu z art. 122 k.w. przez właściciela lombardu prowadzącego działalność gospodarczą w Tychach.



Rzecznik na bieżąco przekazywał do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

- a) dokumentację skargowe, na okoliczność prowadzonych przez delegatury postępowań administracyjnych,
- b) posiadane informacje nt. planowanych pokazów organizowanych przez przedsiębiorców działających w branży sprzedaży bezpośredniej

Szczegółową informację dot. współdziałania Rzecznika z innymi instytucjami zawiera Tabela Nr 3.

#### **4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań**

W okresie sprawozdawczym Rzecznik przygotowywał zainteresowanym konsumentom pozwy cywilne, sprzeciwy od nakazów zapłaty oraz inne pisma procesowe związane z toczącymi się postępowaniami sądowymi /18 szt./. Jedenaście spraw zostało już zakończonych – wszystkie zgodnie z żądaniem konsumentów /łączna wartość przedmiotu sporu to kwota 9.351,90 zł/.

Należy podkreślić, iż skierowanie pozwu do sądu następuje zwykle w przypadkach, w których przedsiębiorca nie chce podporządkować się przepisom prawa (nie uwzględnia ekspertyz rzeczoznawców, nie odpowiada na reklamacje kupującego, wystąpienia rzecznika, nie realizuje zobowiązań umownych, bądź je ogranicza w sposób niekorzystny dla konsumenta). Stąd rolą rzecznika jest dogłębne, wnikliwe zbadanie wnoszonych spraw oraz doradztwo kupującemu. Pomoc w przygotowaniu pozwu poprzedzona jest najczęściej postępowaniem interwencyjnym mającym na celu polubowne załatwienie sprawy. Z uwagi na koszty oraz czasochłonność spraw sądowych Rzecznik stara się uzyskać pozytywny rezultat dla konsumenta poprzez częstsze mediacje i interwencje u przedsiębiorców. Realizuje to poprzez wystąpienia pisemne, rozmowy telefoniczne a także wspomaga się ekspertyzami rzeczoznawców.

Szczegółową informację dot. pomocy Rzecznika na drodze sądowej przedstawia Tabela Nr 4.

Zaangażowanie rzecznika w udzielanie pomocy konsumentom w dochodzeniu roszczeń na drodze sądowej, czy to poprzez przygotowanie pozwów i pism procesowych przyczynia się do zwiększenia liczby spraw konsumenckich rozpoznawanych przez sądy powszechne, a tym samym do zwrócenia większej uwagi sędziów na relacje konsument – przedsiębiorca.

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

W myśl art. 42 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów /t.j. Dz. U 2018, poz. 798./ 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. Nie zastosowanie się do tego obowiązku jest wykroczeniem i podlega karze grzywny, nie mniejszej niż 2.000 zł /art. 114 cyt. Ustawy/.

W okresie sprawozdawczym odnotowano 3 takie przypadki. Rzecznik skierował w związku z tym pisemne zawiadomienia do Komendy Miejskiej Policji w Mysłowicach o popełnieniu przez przedsiębiorców czynu stanowiącego wykroczenie w rozumieniu art. 114 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z art. 42 ust. 4 cyt. Ustawy.

Dwie sprawy zostały już zakończone wydaniem przez Sąd Rejonowy w Mysłowicach Wydział II Karny wyroków skazujących przedsiębiorców karą grzywny (sygn. akt II W 297/18, II W 454/18).

## **6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym**

Biorąc pod uwagę niską świadomość prawną polskich konsumentów, brak prawidłowych nawyków rynkowych, niedostrzeganie zagrożeń płynących z rynku, edukacja konsumentów jest w opinii Rzecznika jednym z ważniejszych zadań. W związku z tym, wykonując zadania określone w ustawie o samorządzie powiatowym, Rzecznik:

- a) przeprowadził sześć prelekcji z zakresu prawa konsumenckiego dla młodzieży szkół ponadgimnazjalnych tj.: w I LO oraz II LO jak również w Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego. Młodzież uczestnicząca w spotkaniach przejawiała dużą aktywność, zadając pytania i dzieląc się doświadczeniami, zwłaszcza swoich bliskich, którzy znaleźli się w sytuacji poszkodowanego konsumenta i nie potrafili skutecznie dochodzić swoich praw /październik - listopad 2018/. W spotkaniach wzięło udział ok. 300 uczniów.
- b) wzięło udział w projekcie „Otwarta firma” – na zaproszenie Dyrektora I LO w Mysłowicach. Celem programu był rozwój zainteresowań uczniów szkół ponadgimnazjalnych na polu przedsiębiorczości, marketingu i praw konsumenckich /w projekcie wzięło udział ok.120 uczniów – listopad 2018/.
- c) włączył się w kampanię edukacyjną zainicjowaną przez Urząd Komunikacji Elektronicznej dedykowaną seniorom pn. „Wiem co podpisuję” i przeprowadził wraz z UKE prelekcję dla Mysłowickiej Rady Seniorów nt. nieuczciwych praktyk handlowych prowadzonych przez przedsiębiorców na rynku sprzedaży usług telekomunikacyjnych /czerwiec 2018/.
- d) włączył się w realizację projektu socjalnego pn. „Razem poszerzamy horyzonty” i przeprowadził prelekcję dla seniorów korzystających z pomocy MOPS - w Domu Dziennego Pobytu „Złota Jesień” /czerwiec 2018/.
- e) przeprowadził prelekcję dla seniorów – członków Polskiego Związku Emerytów, Rencistów i Inwalidów w Mysłowicach nt. praw konsumentów na rynku sprzedaży energii elektrycznej /czerwiec 2018/.
- f) wzięło udział w „Dniu Seniora” organizowanym przez Mysłowicką Radę Seniorów, promując bezpieczne zachowania konsumenckie /maj 2018/.
- g) wzięło udział w sesji Mysłowickiej Rady Seniorów, przeprowadzając prelekcję pn. „Seniorzy jako pełnoprawni konsumenci”, ze szczególnym uwzględnieniem praw seniorów na rynku sprzedaży energii elektrycznej i paliw gazowych oraz usług telekomunikacyjnych /listopad 2018/.



- h) wziął udział w warsztatach edukacyjnych dla pracowników MOPS w Mysłowicach /pracownicy socjalni, asystenci rodzin/ pn. „Warsztaty Klient na horyzoncie”, organizowanych przez grupę Tauron. Celem warsztatów było wyposażenie słuchaczy w pakiet praktycznej wiedzy z zakresu energetyki, tak by mogli oni skutecznie pomagać klientom wrażliwym – podopiecznym MOPS /czerwiec 2018/.

Rzecznik na bieżąco udostępnia również konsumentom ulotki informacyjne i inne materiały o treściach propagujących prawa konsumenckie, zarówno autorskie jak również wydane przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Urząd Komunikacji Elektronicznej. Ponadto informacje z zakresu prawa konsumenckiego umieszczone są w gablocie informacyjnej znajdującej się w siedzibie Rzecznika.

### **III. Wnioski końcowe**

#### **1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów**

Przedsiębiorcy muszą być świadomi, że należy przestrzegać zasad uczciwej konkurencji oraz słusznego interesu konsumenta i zasad współżycia społecznego. Dlatego tylko koordynacja działań instytucjonalnych oraz ustawodawczych zajmujących się problematyką konkurencji i ochrony konsumenta już na etapie stanowienia przepisów prawa może przynieść w przyszłości zamierzony efekt służący poprawie efektywności obydwu polityk.

Rzecznik proponuje polepszenie standardów ochrony konsumentów poprzez:

- 1) wprowadzenie zmian w zakresie usług bankowych i ubezpieczeniowych, gdzie zmiany wymaga zakres podmiotów uprawnionych do uzyskania informacji objętych tajemnicą bankową lub ubezpieczeniową poprzez wprowadzenie zmian w Ustawie Prawo bankowe oraz Ustawie o działalności ubezpieczeniowej i uzupełnienie uprawnionych podmiotów o instytucję Rzecznika Konsumentów,
- 2) wprowadzenie dla potrzeb Rzecznika bezpłatnych opinii rzeczoznawców wpisanych na listę Inspekcji Handlowej (w szczególności z zakresu obuwnictwa),
- 3) wyeliminowanie obowiązku zgody przedsiębiorcy na poddanie się rozstrzygnięciu przez Polubowny Sąd Konsumencki w sprawach, w których wartość przedmiotu sporu wynosi do 1.000 zł. Z praktyki Rzecznika wynika, że znakomita większość przedsiębiorców nie wyraża zgody na polubowny arbitraż konsumencki,
- 4) wprowadzenie prawa do odstąpienia konsumenta od umowy w terminie 14 dni od umowy zawartej w lokalu przedsiębiorcy w przypadku usług telekomunikacyjnych.

#### **2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników**

W oparciu o ilość a także wzrastający stopień skomplikowania spraw, należy uznać, że instytucja Rzecznika staje się coraz bardziej znana wśród konsumentów i odgrywa istotną rolę

w kształtowaniu ich świadomości w zakresie przysługujących im praw jak również możliwości egzekwowania tych praw. Przyczyniają się do tego z pewnością kampanie medialne, mające na celu popularyzację instytucji rzecznika konsumentów. Z drugiej strony tendencja ta wskazuje na nasilanie się na rynku zjawisk negatywnych, tj pogarszanie się jakości oferowanych towarów i usług oraz stosowanie przez handlowców nieuczciwych praktyk rynkowych. Coraz więcej konsumentów nie godzi się z dominacją przedsiębiorców na rynku towarów i usług oraz lekceważącym konsumenta uchylaniem się od odpowiedzialności za złą jakość oferowanych przez siebie produktów. To dobra tendencja w kierunku eliminowania patologii rynkowej, której przyczynę upatruję przede wszystkim w nieznajomości obowiązujących przepisów praw konsumenckiego przez niektórych przedsiębiorców, czy też świadome ignorowanie tego prawa dla osiągnięcia zysku kosztem konsumenta.

Stwierdzić również należy, że skuteczne interwencje i mediacje oraz wygrane sprawy sądowe mają bezpośredni wpływ na zachowania przedsiębiorców – zapoznają przedsiębiorców z ich powinnościami wobec konsumentów oraz uświadamiają konieczność przestrzegania obowiązującego prawa. Działania Rzecznika mają natomiast pozytywny oddźwięk, bowiem polegają na udzielaniu pomocy. Zarówno sposób działania jak i skuteczność przyczyniają się z kolei do tworzenia dobrego wizerunku samorządu powiatowego.

MIEJSKI  
RZECZNIK KONSUMENTÓW  
Anna ROŚLÓŃ

Sprawozdanie sporządziła

Anna Rosłoń

Miejski Rzecznik Konsumentów

Mysłowice, marzec 2019 r.







**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	poza lokalem	na odległość	w lokalu bez znaczenia	poza lokalem	na odległość	w lokalu bez znaczenia	poza lokalem	na odległość	w lokalu bez znaczenia	poza lokalem	na odległość	w lokalu bez znaczenia	poza lokalem	na odległość	
	<b>SPRZEDAŻ:</b>															
art. żywnościowe																
odzież i obuwie			1	46		2									1	50
meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu			1	5		1										7
urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy		1	1	9		3							1			15
samochody i środki transportu osobistego	1		1	2											1	5
kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																
produkty związane z opieką zdrowotną			1													1
art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																
inne																
<b>USŁUGI:</b>																
związane z rynkiem nieruchomości																
bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja		1		3												4
czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia				1												1
konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																
finansowe			1											1		2
ubezpieczeniowe				1												1
pocztowe i kurierskie																
telekomunikacyjne	1		1	2			1									5
transportowe															1	1
turystyka i rekreacja				6												6
sektor energetyczny i wodny				1						2	1					4
związane z opieką i opieką zdrowotną																
edukacyjne																
inne															3	3
<b>RAZEM</b>	2	2	7	76		6	1			2	1		5		3	105
informacje ogólne	5															5
niekonsumenckie																
	razem:															110



**Tabela 3.**  
**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 poza lokalem	na odległość	w lokalu bez znaczenia poza lokalem	na odległość	w lokalu bez znaczenia poza lokalem	na odległość	w lokalu bez znaczenia poza lokalem	na odległość	w lokalu bez znaczenia poza lokalem	na odległość	w lokalu bez znaczenia poza lokalem	na odległość	w lokalu bez znaczenia poza lokalem	na odległość							
<b>SPRZEDAŻ:</b>																					
art. żywnościowe																					
odzież i obuwie													1				1				
meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu																					
urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy												1	4			1	6				
samochody i środki transportu osobistego																					
kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące produkty związane z opieką zdrowotną				1								1	3				5				
art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																					
inne																					
<b>USŁUGI:</b>																					
związane z rynkiem nieruchomości																					
bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja													1				1				
czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																					
konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																					
pocztowe i kurierskie telekomunikacyjne													1				1				
transportowe																					
turystyka i rekreacja																					
sektor energetyczny i wodny															1		1				
związane z opieką i opieką zdrowotną																					
edukacyjne																					
inne												1	1		4		6				
<b>RAZEM</b>				1								3	10	1	4	1	21				
informacje ogólne																					
niekonsumenckie																					
	<b>razem:</b>																<b>21</b>				



