

**SPRAWOZDANIE
Z DZIAŁALNOŚCI
MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW
W MYŚLOWICACH
ZA 2019 ROK**

„Wszyscy z definicji jesteśmy konsumentami. Konsumentów 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

Opinie pozytywne

**PREZYDENT MIASTA
MYŚLOWICE**

hczk
Dariusz WÓJTOWICZ

Mysłowice, marzec 2020 r.

SPIS TREŚCI

I.	Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów ..	3
1.	Struktura Biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów, stan kadrowy	3
II.	Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów	4
1.	Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów	4
2.	Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów	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 wstępowanie do toczących się postępowań	7
5.	Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów ...	7
6.	Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym	7
III.	Wnioski końcowe	9
1.	Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów ...	9
2.	Wnioski dotyczące pracy rzeczników	10
IV.	Tabele dodatkowe zalecane przez UOKiK	
	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. 2019 poz. 511 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. 2019, poz. 369 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 - $\frac{1}{2}$ etatu
7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	- $\frac{2}{5}$ 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 1.468 konsumentów. 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 obuwia i odzieży oraz mebli i artykułów wyposażenia wnętrz. W przypadku problemów z usługami najwięcej z nich dotyczyło usług telekomunikacyjnych, związanych z bieżącą konserwacją, utrzymaniem domu i drobnymi naprawami oraz finansowych.

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. 2019 r. poz. 369 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 osiągnięte 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 89 postępowań, występując pisemnie do przedsiębiorców w sprawach konsumentów. W 62 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 Poznaniu 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 prowadzącego sprzedaż stolarki drzwiowej poza lokalem przedsiębiorstwa /przedsiębiorca z Oleśnicy/,
- ✓ Rzecznik zawiadomił Delegaturę UOKiK w Poznaniu 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 prowadzącego sprzedaż stolarki drzwiowej poza lokalem przedsiębiorstwa /przedsiębiorca z Gniezna/,

- ✓ Rzecznik zwrócił się do Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Katowicach z wnioskiem o przeprowadzenie kontroli u przedsiębiorcy prowadzącego działalność gospodarczą na terenie miasta Mysłowice, na okoliczność braku aktualizacji cen towarów w systemie kasowym,
- ✓ Rzecznik zawiadomił UOKiK w Warszawie o podejrzeniu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów naruszenia przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, a w szczególności naruszenia 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 wiodącego na rynku organizatora imprez turystycznych,
- ✓ Rzecznik zwrócił się do Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Katowicach z wnioskiem o przeprowadzenie kontroli u przedsiębiorcy prowadzącego działalność gospodarczą na terenie miasta Mysłowice /sklep sieciowy/ na okoliczność naruszenia przepisów Ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług oraz Rozporządzenia Ministra Rozwoju z dnia 9 grudnia 2015 r. w sprawie uwidaczniania cen towarów i usług,
- ✓ Rzecznik zwrócił się do Urzędu Skarbowego w Oleśnicy o przeprowadzenie kontroli u przedsiębiorcy zawierającego umowy poza lokalem przedsiębiorstwa na sprzedaż stolarki drzwiowej na okoliczność odmowy wystawiania konsumentom faktur VAT a tym samym pozbawiania ich możliwości zgłaszania roszczeń reklamacyjnych,
- ✓ Rzecznik zwrócił się do Śląskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w Katowicach z wnioskiem o przeprowadzenie kontroli u przedsiębiorcy prowadzącego działalność gospodarczą na terenie miasta Mysłowice /sklep sieciowy/ na braku należytego wytarowania wag umieszczonych przy kasach.

Rzecznik na bieżąco przekazywał do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów:

- a) dokumentacje 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 /15 szt./. Cztery sprawy zostały już zakończone – wszystkie zgodnie z żądaniem konsumentów /łączna wartość przedmiotu sporu to kwota 32.099,71 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 2019, poz. 369/ 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 5 takich przypadków. 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.

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) informował jednostki miejskie oraz przedsiębiorców wynajmujących komercyjnie lokale na pokazy handlowe w mieście Mysłowice o kampanii prowadzonej pod patronatem Prezesa UOKiK pn. „*Poznaj swojego kontrahenta*”. W wyniku podjętych przez Rzecznika działań inofrmacyjno – edukacyjnych w miejskich jednostkach organizacyjnych zaprzestano wynajmować pomieszczenia na pokazy komercyjne i ograniczono tym samym liczbę odbywających się pokazów handlowych w mieście /styczeń – wrzesień 2019/,
- b) przeprowadził 7 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 /styczeń-listopad 2019/. W spotkaniach wzięło udział łącznie ok. 450 uczniów,
- c) włączył się w kampanię edukacyjną zainicjowaną przez Urząd Komunikacji Elektronicznej dedykowaną seniorom pn. „*Wiem co podpisuję*” i przeprowadził wraz z UKE prelekcję dla seniorów nt. nieuczciwych praktyk handlowych prowadzonych przez przedsiębiorców na rynku sprzedaży usług telekomunikacyjnych /styczeń 2019/,
- d) wziął udział w projekcie „*Otwarta firma*” organizowanym przez Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości pod patronatem Prezydenta RP w I LO im. T. Kościuszki w Mysłowicach. Celem programu był rozwój zainteresowań uczniów szkół ponadgimnazjalnych na polu przedsiębiorczości, marketingu i praw konsumenckich /marzec 2019/,
- e) przeprowadził prelekcję dla seniorów – pensjonariuszy Domu Dziennego Pobytu „*Złota Jesień*” w Mysłowicach pn. „*Senior jako pełnoprawny konsument*” /kwiecień 2019/,
- f) przeprowadził prelekcję dla seniorów - członków Klubu Seniora działającego przy Parafii Matki Boskiej Częstochowskiej w Mysłowicach Kosztowach pn. „*Senior jako pełnoprawny konsument*” /kwiecień 2019/,
- g) przeprowadził prelekcję dla seniorów - członków Klubu Seniora działającego przy Parafii Niepokalanego Poczęcia Najświętszej Maryi Panny i św. Maksymiliana Marii Kolbe w Mysłowicach Janowie pn. „*Senior jako pełnoprawny konsument*” /maj 2019/,
- h) wziął udział w „*Dniu Seniora*” organizowanym przez Mysłowicką Radę Seniorów, promując bezpieczne zachowania konsumenckie /maj 2019/,
- i) włączył się w kampanię edukacyjną zainicjowaną przez Urząd Komunikacji Elektronicznej dedykowaną uczniom szkół podstawowych pn. „*Mój smartfon mój mały świat*”, w ramach której zostały przeprowadzone interaktywne zajęcia w dwóch grupach wiekowych /klasy I-III oraz IV-VI/ w dwóch szkołach podstawowych w Mysłowicach. Celem kampanii była promocja bezpieczeństwa najmłodszych konsumentów w sieci Internet /maj, czerwiec 2019/ - w projekcie wzięło udział ponad 300 uczniów szkół podstawowych,
- j) przeprowadził prelekcję dla seniorów – pensjonariuszy Domu Dziennego Pobytu „*WIGOR*” w Mysłowicach – Brzezince pn. „*Senior jako pełnoprawny konsument*” /czerwiec 2019/,

- k) Rzecznik skierował do lokalnych mediów ostrzeżenia konsumenckie w formie artykułów prasowych nt. nieprawidłowości i nieuczciwych praktyk handlowych, do których dochodzi podczas pokazów handlowych /sierpień 2019/,
- l) wziął udział w sesji Mysłowickiej Rady Seniorów, przeprowadzając prelekcję pn. „*Senior – świadomy i bezpieczny konsument*” /wrzesień 2019/
- m) udzielił wywiadu prasowego w lokalnej telewizji /ITVM/ nt. nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorców przed „Black Friday” /listopad 2019/.

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) 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,
- 3) 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 wzrastający stopień skomplikowania spraw należy, 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. Taka sytuacja wymaga stałego pogłębiania wiedzy i doskonalenia metod działania. Ponadto stale zmieniające się przepisy prawa powodują konieczność stałego doksztalcania się rzeczników. Z racji ograniczonych środków finansowych przeznaczonych na szkolenia, Rzecznik proponuje prowadzenie przez UOKiK szkoleń dla rzeczników np. w formie webinarów, które znacznie ograniczyłyby koszty szkoleń związane z wyjazdami służbowymi rzecznika czy też zakwaterowaniem. Ponadto Rzecznik wskazuje na potrzebę wprowadzenia /dla potrzeb Rzecznika/ bezpłatnych opinii rzeczoznawców wpisanych na listę Inspekcji Handlowej (w szczególności z zakresu obuwnictwa).

MIEJSKI
RZECZNIK KONSUMENTÓW

Anna ROSŁOŃ

Sprawozdanie sporządziła

Anna Rosłoń

Miejski Rzecznik Konsumentów

Mysłowice, marzec 2020 r.

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 toku bez znaczenia	poza lokalem	na odległość		w toku bez znaczenia	poza lokalem	na odległość		w toku bez znaczenia	poza lokalem	na odległość		w toku bez znaczenia	poza lokalem	na odległość						
SPRZEDAŻ:																					
art. żywnościowe												2				1		3			
odzież i obuwie														1				1			
meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu												1						1			
urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy												1	2	0		1		4			
samochody i środki transportu osobistego																					
kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																					
produkty związane z opieką zdrowotną													2			3		5			
art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																					
inne													4	1	1	5	0	11			
USŁUGI:																					
związane z rynkiem nieruchomości												1						1			
bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja			2													1		3			
czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																					
konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																					
pocztowe i kurierskie																					
telekomunikacyjne																1		1			
transportowe																					
turystyka i rekreacja														1				1			
sektor energetyczny i wodny																					
związane z opieką i opieką zdrowotną													3			1		4			
edukacyjne																					
inne												1						1			
RAZEM																		36			
informacje ogólne niekonsumenckie	2																2				
	razem:																38				

