



Raport –
– legalność i rzetelność przedsiębiorców
świadczących usługi dla konsumentów
w świetle kontroli Inspekcji Handlowej

Warszawa, czerwiec 2011



Opracowanie:
Departament Inspekcji Handlowej
UOKiK

I.	WSTĘP	4
1.	RYNEK USŁUG KONSUMENTÓW	4
2.	ZADANIA I KOMPETENCJE INSPEKCJI HANDLOWEJ W ZAKRESIE KONTROLI PRZEDSIĘBIORCÓW ŚWIADCZĄCYCH USŁUGI	6
3.	PODSTAWA PRAWNA KONTROLI	7
4.	CEL KONTROLI	7
5.	ZAKRES PRZEDMIOTOWY KONTROLI	7
6.	ZAKRES PODMIOTOWY KONTROLI	8
II.	SZCZEGÓŁOWE USTALENIA KONTROLI	10
1.	LEGALNOŚĆ PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI	11
2.	PRAWIDŁOWOŚĆ UWIDACZNIANI CEN OFEROWANYCH USŁUG W SPORZĄDZONYCH CENNIKACH ORAZ PRAWIDŁOWOŚĆ NALICZANIA I POBIERANIA OPŁAT ZA WYKONANE USŁUGI	12
a)	Rzetelność uwidaczniania cen oferowanych usług	12
b)	Prawidłowość naliczania i pobierania opłat za wykonane usługi	13
3.	PRAWIDŁOWOŚĆ UDZIELANIA GWARANCJI NA WYKONANE DZIEŁO	14
4.	PRAWIDŁOWOŚĆ OZNAKOWANIA WYROBÓW OFEROWANYCH DO SPRZEDAŻY	16
5.	POZOSTAŁE USTALENIA KONTROLI	20
III.	PODSUMOWANIE	22
1.	WYKORZYSTANIE USTALEŃ KONTROLI	22
2.	WNIOSKI	23
IV.	PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI DLA KONSUMENTÓW	27

I. WSTĘP

1. Rynek usług dla konsumentów

Zgodnie z definicją zawartą w Słowniku języka polskiego¹ usługa to działalność gospodarcza służąca do zaspokojenia potrzeb ludzi, prowadzona przez osoby mające odpowiednie kwalifikacje i dysponujące niezbędnym sprzętem, lokalem itp. Aby zatem odróżnić usługę od każdej innej działalności zarobkowej potrzebne są dwie strony: fachowiec, który w ramach prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej wykonuje usługę oraz osoba (najczęściej konsument), która dzięki usłudze uzyska coś, co uznaje za przydatne lub pożyteczne.

Usługa nie jest jednak określana wyłącznie definicją słownikową. W teorii ekonomii oznacza ona wszelkie czynności pożyteczne związane z pracą nieprodukcyjną (w odróżnieniu od czynności prowadzących do wytwarzania dóbr). Należy jednak zwrócić uwagę, że usługi mogą obejmować szereg rozmaitych czynności: od niematerialnych, jak porada prawna, reprezentowanie kogoś przed urzędem czy sądem, po wykonawstwo konkretnych przedmiotów (na przykład: mebli, garderoby). Nie tylko ekonomia, ale i nauki społeczne przyjmują pogląd przedstawiający usługi, jako działalność o charakterze niematerialnym i tym różniący się od aktywności produkcyjnej posiadającej konkretne, materialne skutki czy efekty.

W historii gospodarczej świata usługi są znane od wieków, przy czym od lat siedemdziesiątych XX wieku znaczenie sektora usług zasadniczo wzrasta, przy czym tendencja ta występuje we wszystkich krajach, bez względu na poziom ich rozwoju. Zwiększa się udział sektora usług w tworzeniu wartości dodanej. W Polsce wzrost udziału usług w tworzeniu wartości dodanej następuje szybciej niż w krajach rozwiniętych, dzięki czemu następuje zmniejszenie dystansu dzielącego Polskę od czołowych krajów.²

„Sektor usług ma w Polsce największy wkład w tworzenie wartości dodanej brutto i PKB (66,5 proc.). Polska plasuje się jednak wciąż poniżej średniej dla krajów OECD³, wynoszącej ponad 70 proc. Zmiany struktury sektora usług w Polsce utrzymały w 2009 r. swój trend w kierunku struktury obserwowanej w krajach OECD, gdzie usługi rynkowe partycypują w ok. 50 proc. wartości dodanej w gospodarce, a usługi nierynkowe w ok. 20 proc. (w Polsce w 2009 roku odpowiednio 51,9 proc. i 14,6 proc., a w I kw. 2010 odpowiednio: 51,7 proc. i 17,5 proc.). W 2009 roku wartość dodana brutto w sektorze usług w cenach bieżących

¹ „Uniwersalny słownik języka polskiego” pod redakcją prof. Stanisława Dubisza, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006

² Na podstawie opracowania Ministerstwa Gospodarki „Ewolucja sektora usług w Polsce w latach 1995 – 2008” Warszawa, kwiecień 2010

³ *Organization for Economic Co-operation and Development, OECD*, – organizacja międzynarodowa o profilu ekonomicznym skupiająca 33 wysoko rozwinięte i demokratyczne państwa. Utworzona na mocy *Konwencji o Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju* podpisanej przez 20 państw 14 grudnia 1960 roku

wynosiła 794 mld zł, w tym ok. 78,0 proc. w sektorze usług rynkowych⁴, a 22 proc. w sektorze usług nierynkowych⁵.⁶

Zwiększenie udziału w gospodarce oznacza, że coraz więcej pracowników zatrudnionych jest właśnie w sektorze usług. W Polsce, w 2009 roku pracowało w nim 57, 5 proc. czynnych zawodowo, czyli prawie 8 mln osób, przy czym liczba zarejestrowanych w systemie REGON w sektorze usług wynosiła 76 proc. wszystkich polskich przedsiębiorców. Spośród nich ponad 99 proc. to przedsiębiorstwa prywatne, w głównej mierze z sekcji: handel; naprawa pojazdów samochodowych (niecałe 1,1 mln przedsiębiorstw), obsługa nieruchomości i firm (599 tys. przedsiębiorstw) oraz transport, gospodarka magazynowa i łączność (268 tys. przedsiębiorstw).

W sektorze usług dominują mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 osób. Stanowią one 95,5 proc. W sektorze działa również 3,7 proc. przedsiębiorstw zatrudniających od 10 do 49 osób oraz niecały 1 proc. dużych przedsiębiorstw.

Działalność tak istotna z punktu widzenia gospodarki jest regulowana szeregiem przepisów tak unijnych, jak i krajowych. Najistotniejszym przepisem europejskim jest dyrektywa 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. *o usługach na rynku wewnętrznym UE* (Dz. U. L Nr 376, s. 36). Jej celem jest dążenie do uzyskania na obszarze państw członkowskich Unii Europejskiej rzeczywistego rynku wewnętrznego w usługach tak, aby przedsiębiorstwa i konsumenci mogli w pełni korzystać z możliwości oferowanych przez wspólny rynek. Powyższa dyrektywa została implementowana do polskiego porządku prawnego ustawą z dnia 4 marca 2010 r. *o świadczeniu usług na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej* (Dz. U. Nr 47, poz. 278).

Unijna regulacja jest korzystna dla polskich przedsiębiorców, którzy świadcząc swe usługi poza granicami kraju mogą spodziewać się określonych, niedyskryminacyjnych zasad rządzących rynkiem usług w innych państwach członkowskich. Przepisy europejskie są ogromnym ułatwieniem administracyjnym, a ich założeniem jest także zapewnienie większego bezpieczeństwa usługobiorcom na wspólnym rynku.

Zagadnienia związane z usługami i ich prowadzeniem są uregulowane w wielu aktach prawnych, przy czym istnieją dwie definicje legalne pojęcia usługi. I tak: ustawa *o świadczeniu usług na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej* określa usługę jako świadczenie wykonywane przez usługodawcę na własny rachunek, zwykle za wynagrodzeniem, w szczególności usługi budowlane, handlowe oraz usługi świadczone w ramach wykonywanego zawodu> Natomiast w art. 2 pkt 3 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 roku *o Inspekcji Handlowej* (Dz. U. z 2009 roku Nr 151, poz. 1219 z późn. zm.) usługi definiuje się jako czynności świadczone przez przedsiębiorców na rzecz ludności, przeznaczone dla celów konsumpcji indywidualnej lub zbiorowej figuruj. Ta ostatnia definicja znajduje

⁴ Zaliczane są do nich m.in.: handel, różnego rodzaju naprawy, usługi hotelarskie, gastronomiczne, transportowe, gospodarkę magazynową i łączność, pośrednictwo finansowe i usługi finansowe, a także obsługę nieruchomości i firm.

⁵ Usługami nierynkowymi są przede wszystkim usługi wynikające głównie z funkcji państwa tj.: ochrona zdrowia i opieka społeczna, edukacja, obrona narodowa i administracja publiczna.

⁶ „Polska 2010 – Raport o stanie gospodarki” Warszawa 2010; Opracowanie: Ministerstwo Gospodarki

zastosowanie we wszystkich sytuacjach, w których przepisy szczególne nie sprecyzowały tego zagadnienia, jak to ma miejsce między innymi w przypadku usług turystycznych⁷, hotelarskich⁸ i pośrednictwa w obrocie nieruchomościami⁹. Niezależnie od istnienia regulacji szczególnych zdecydowana większość usług dla ludności, unormowana jest jedynie przez przepisy ogólne, właściwe dla wszystkich stosunków prawnych, w szczególności ujęte w Kodeksie cywilnym. Z tego ostatniego nie wynika w szczególności, aby przedsiębiorcy mieli obowiązek: zawierania umów na piśmie, ewidencjonowania usług przyjętych do wykonania, prowadzenia rejestru reklamacji, a także wyspecyfikowania materiałów zużytych do wykonania usługi, jak może to mieć miejsce w przypadku przepisów szczególnych.

Jak widać, nie jest łatwe sklasyfikowanie usług, a tym samym wyczerpujące ich opisanie. Zwyczajowo stosuje się klasyfikację zawartą w Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) zawierającej hierarchicznie usystematyzowany podział rodzajów działalności społeczno-gospodarczej prowadzonej przez podmioty gospodarcze. W świetle danych Głównego Urzędu Statystycznego w zakresie oferowanych konsumentom usług zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności działa ponad 324 tysiące przedsiębiorców świadczących różnego rodzaju usługi dla konsumentów, stanowiące obszar zainteresowania organów Inspekcji Handlowej¹⁰.

Biorąc po uwagę liczbę oferowanych na rynku rodzajów usług, wzrost ich znaczenia w gospodarce, ich masowość i powszechny dostęp, szczególnie w przypadku usług świadczonych konsumentom sektor rynku jest stale monitorowany przez Prezesa UOKiK i Inspekcję Handlową. Działania te polegają przede wszystkim na okresowych ogólnokrajowych kontrolach przedsiębiorców legalności i rzetelności działania przedsiębiorców świadczących usługi dla ludności i eliminowanie zjawisk naruszających interesy słabszych uczestników rynku.

2. Zadania i kompetencje Inspekcji Handlowej w zakresie kontroli przedsiębiorców świadczących usługi

Inspekcja Handlowa jest wyspecjalizowanym organem kontroli powołanym do ochrony interesów i praw konsumentów oraz interesów gospodarczych państwa. Zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 1 ustawy *o Inspekcji Handlowej* do zadań Inspekcji Handlowej należy m. in. kontrola legalności i rzetelności działania przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w rozumieniu przepisów odrębnych w zakresie handlu i usług.

⁷ Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 roku *o usługach turystycznych* (Dz. U. z 2004 roku Nr 223, poz. 2298, z późn. zm.)

⁸ Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 czerwca 2007 roku *w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie* (Dz. U. z 2006 roku Nr 22, poz. 169, tekst jednolity)

⁹ Ustawa z dnia 21 sierpnia 1997 roku *o gospodarce nieruchomościami* (Dz. U. z 2010 roku Nr 102, poz. 651, z późn. zm.)

¹⁰ Należy nadmienić, że kontrola części usług świadczonych konsumentom (w tym np. usługi banków, zakładów ubezpieczeń, usług pocztowych i telekomunikacyjnych, pośrednictwa finansowego, w zakresie edukacji czy ochrony zdrowia) jest wyłączona z zakresu kompetencji organów Inspekcji Handlowej.

3. Podstawa prawna kontroli

Podstawę prawną prowadzenia kontroli legalności i rzetelności przedsiębiorców świadczących usługi dla ludności stanowi ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o *Inspekcji Handlowej*.

4. Cel kontroli

Celem kontroli była ocena rynku podstawowych usług świadczonych konsumentom. W toku prowadzonych czynności kontrolnych sprawdzano legalność i rzetelność działania przedsiębiorców świadczących tego rodzaju usługi.

Podjęte działania kontrolne miały na celu także mobilizowanie przedsiębiorców do zapewnienia pożądanego przez konsumentów poziomu rzetelności oferowanych usług, w tym m.in. uwidaczniania cenników świadczonych usług wraz z dokładnym określeniem rodzaju i zakresu, co pozwala konsumentom na podejmowanie prawidłowych decyzji przy dokonywaniu wyboru usługodawcy.

Ponadto w toku prowadzonych czynności kontrolnych sprawdzano prawidłowość oznakowania wyrobów oferowanych do sprzedaży w zakładach usługowych.

5. Zakres przedmiotowy kontroli

Kontrole przeprowadzone przez Inspekcję Handlową stanowiły realizację Planu kontroli Inspekcji Handlowej na rok 2010, zatwierdzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Kontrolą objęto przedsiębiorców świadczących różnego rodzaju usługi dla konsumentów.

W toku kontroli sprawdzano w szczególności:

- Zgodność zakresu prowadzonej działalności gospodarczej

Podczas badania legalności prowadzonej działalności gospodarczej sprawdzano zgodność prowadzonej działalności z zakresem określonym w Krajowym Rejestrze Sądowym albo w zaświadczeniu o treści wpisu w ewidencji działalności gospodarczej, stosownie do przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 roku o *swobodzie działalności gospodarczej* (Dz. U. z 2010 roku Nr 220, poz. 1447, z późn. zm.).

- Prawidłowość uwidaczniania cen oferowanych usług

We wszystkich kontrolowanych zakładach usługowych sprawdzano rzetelność prowadzonej działalności gospodarczej w zakresie przestrzegania przepisów:

- ustawy z 5 lipca 2001 roku o *cenach* (Dz. U. Nr 97, poz. 1050, z późn. zm.),
 - rozporządzenia Ministra Finansów z 10 czerwca 2002 roku w sprawie *szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży* (Dz. U. Nr 99, poz. 894, z późn. zm.).
- Prawidłowość udzielania gwarancji na wykonane dzieło

W przypadku przedsiębiorców udzielających gwarancji na wykonywane usługi oceniano prawidłowości udzielania gwarancji na wykonane dzieło na podstawie wymagań określonych w art. 7 i 7a ustawy z dnia 7 października 1999 roku *o języku polskim* (Dz. U. Nr 90, poz. 999, z późn. zm.) oraz art. 13 ustawy dnia 27 lipca 2002 roku *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego* (Dz. U. Nr 141, poz. 1176, z późn. zm.).

▪ Prawidłowość oznakowania wyrobów oferowanych do sprzedaży

W placówkach usługowych prowadzących sprzedaż produktów związanych ze swoją działalnością bądź własnej produkcji sprawdzano zgodność oznakowania z wymaganiami określonymi w:

- ustawie z dnia 2 lipca 2004 roku *o swobodzie działalności gospodarczej*,
- ustawie z dnia 27 lipca 2002 roku *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego*,
- ustawie z 7 października 1999 roku *o języku polskim* (Dz. U. Nr 90, poz. 999, z późn. zm.),
- ustawie z dnia 30 marca 2001 roku *o kosmetykach* (Dz. U. Nr 42, poz. 473, z późn. zm.),
- ustawie z dnia 24 kwietnia 2009 roku *o bateriach i akumulatorach* (Dz. U. Nr 79, poz. 666),
- rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 6 kwietnia 2004 roku *w sprawie bezpieczeństwa i znakowania produktów włókienniczych* (Dz. U. Nr 81, poz. 743, z późn. zm.),
- rozporządzeniu Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 8 kwietnia 2004 roku *w sprawie wyrobów z metali szlachetnych* (Dz. U. Nr 76, poz. 715),
- rozporządzeniu Ministra Gospodarki z dnia 21 grudnia 2005 roku *w sprawie zasadniczych wymagań dla środków ochrony indywidualnej* (Dz. U. Nr 259, poz. 2173),
- rozporządzeniu Ministra Gospodarki z dnia 21 sierpnia 2007 roku *w sprawie zasadniczych wymagań dla sprzętu elektrycznego* (Dz. U. Nr 155, poz. 1089).

6. Zakres podmiotowy kontroli

Kontrole prowadziły wszystkie wojewódzkie inspektoraty Inspekcji Handlowej. Przedsiębiorców do kontroli typowano na podstawie jednej lub kilku niżej przedstawionych metod:

- dobór losowy spośród będących w posiadaniu wojewódzkiego inspektoratu danych o przedsiębiorcach,
- typowanie na podstawie nieprawidłowości ujawnionych w wyniku poprzednich kontroli,
- typowanie na podstawie skarg konsumentów.

Wśród placówek wytypowanych do kontroli znaleźli się przedsiębiorcy posiadający zakłady należące do dużych sieci, ale również małe przedsiębiorstwa rodzinne.

Inspekcja Handlowa w wyniku podjętych działań skontrolowała łącznie 338 przedsiębiorców, w tym świadczących usługi:

- fryzjerskie – 53,
- pralnicze – 29,
- oftalmiczne – 25,
- zegarmistrzowskie – 25,
- naprawy sprzętu RTV i AGD – 24,
- kosmetyczne – 23,
- krawieckie – 23,
- szewskie – 19,
- fotograficzne – 17,
- motoryzacyjne – 13,
- wypożyczania sukien ślubnych – 11,
- fryzjersko-kosmetyczne – 10

oraz ślusarsko-mechaniczne, szklarskie, kserograficzne, jubilerskie, kuśnierskie, tapicerskie, remontowo-budowlane, stolarskie, introligatorskie, poligraficzne, kaletniczo-rymarskie, kominiarskie, czapnicze, szewsko-kaletnicze, parasolnicze, dorabianie kluczy – 66.

II. SZCZEGÓŁOWE USTALENIA KONTROLI

Różnego rodzaju nieprawidłowości stwierdzono u **124 podmiotów** (co stanowi **36,7 proc.** skontrolowanych), z tego w:

- 16 zakładach fryzjerskich,
- 16 placówkach świadczących usługi oftalmiczne,
- 16 zakładach zegarmistrzowskich,
- 9 punktach świadczących usługi w zakresie naprawy sprzętu AGD i RTV,
- 8 zakładach krawieckich,
- 8 punktach fotograficznych,
- 6 zakładach szewskich,
- 6 placówkach świadczących usługi motoryzacyjne,
- 5 salonach kosmetycznych,
- 4 zakładach pralniczych,
- 4 salonach ślubnych, zajmujących się wypożyczaniem sukien ślubnych,
- 3 salonach fryzjersko-kosmetycznych,
- 3 zakładach ślusarsko-mechanicznych,
- 2 zakładach jubilerskich,
- 2 myjniach samochodowych,
- 2 placówkach świadczących usługi maglowania,
- 2 salonach tatuażu,
- 2 punktach dorabiania kluczy,
- 2 serwisach telefonów komórkowych,
- punkcie kserograficznym,
- zakładzie tapicerskim,
- punkcie szewsko-kaletniczym,
- salonie poprawy kondycji fizycznej,
- placówce świadczącej usługi dorabiania kluczy-zegarmistrzowskie,
- zakładzie parasolniczym,
- zakładzie kominiarskim,
- placówce świadczącej usługi czapnicze.

1. Legalność prowadzonej działalności

Zgodnie z przepisami ustawy z dnia 2 lipca 2004 roku *o swobodzie działalności gospodarczej* przedsiębiorca może prowadzić działalność gospodarczą pod warunkiem złożenia wniosku do ewidencji działalności gospodarczej albo po uzyskaniu wpisu do rejestru przedsiębiorców w Krajowym Rejestrze Sądowym. Inspektorzy sprawdzali zgodność prowadzonej działalności gospodarczej z zakresem określonym w treści wpisu do ewidencji działalności gospodarczej albo w wypisie z rejestru działalności gospodarczej. W **18 przypadkach** stwierdzono nieprawidłowości, które polegały na:

- niezgłoszeniu – w 8 przypadkach – zmian objętych wpisem do ewidencji działalności gospodarczej i KRS – dotyczących rozszerzenia zakresu prowadzonej działalności,
- braku – w 3 przypadkach – w zaświadczeniu o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej numeru PKD,
- braku w zaświadczeniu o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej informacji w zakresie miejsca wykonywania działalności – 2 przypadki,
- niezgłoszeniu – w 2 przypadkach – organowi ewidencyjnemu przedmiotu działalności gospodarczej zgodnie z PKD,
- określeniu – w jednym przypadku – zakresu prowadzonej działalności wg PKD–2004 a nie 2007,
- brak w zaświadczeniu o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej aktualnego miejsca wykonywania działalności,
- nieuzupełnieniu we wpisie do ewidencji działalności gospodarczej numeru ewidencji PESEL i określenia przedmiotu działalności wg PKD.

W związku ze stwierdzonymi nieprawidłowościami stanowiącymi wykroczenie z art. 60¹ § 2 kodeksu wykroczeń przedsiębiorcy podjęli działania naprawcze, a **14 z nich** ukarano mandataми karnymi.

Ponadto skierowano wnioski o ukaranie do właściwego sądu rejonowego w związku z niedopełnieniem przez przedsiębiorcę prowadzącego działalność na podstawie wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego, obowiązku dokonania zmiany w zakresie wykonywanej działalności.

2. Prawdliwość uwidaczniania cen oferowanych usług w sporządzonych cennikach oraz prawidłowość naliczania i pobierania opłat za wykonane usługi

a) Prawdliwość uwidaczniania cen oferowanych usług

We wszystkich kontrolowanych placówkach sprawdzono czy sposób uwidaczniania cen świadczonych usług jest zgodny z przepisami:

- ustawy z dnia 5 lipca 2001 roku *o cenach*,
- rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 10 czerwca 2002 roku *w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży*,

tj. czy w miejscu widocznym i dostępnym dla klientów uwidoczniiono cennik świadczonych usług wraz z dokładnym określeniem rodzaju i zakresu usług.

W **43 placówkach** (12,7 proc. poddanych kontroli) inspektorzy stwierdzili brak uwidocznionego cennika świadczonych usług.

Ponadto w **20 przypadkach** (5,9 proc. poddanych kontroli) stwierdzono nieprawidłowości polegające na:

- umieszczeniu cen usług znajdujących się w cennikach w sposób niejednoznaczny (np. w przedziałach „od do.....”),
- niepełnych informacjach dotyczących wykonywanych usług,
- niewidacznianiu stawek na wszystkie wykonywane usługi,
- niepodaniu do wiadomości klientów informacji o wysokości cen usług bez kosztów materiału,
- niewyszczególnieniu w cenniku poszczególnych składników cen za świadczone usługi.

Rodzaje usług przy świadczeniu, których najczęściej stwierdzano ww. nieprawidłowości ilustruje poniższa tabela.

Tabela 1. Rodzaje usług, przy świadczeniu, których stwierdzono nieprawidłowości dotyczące cenników

rodzaj usług	liczba przedsiębiorców, u których stwierdzono nieprawidłowości	
	brak uwidocznionego cennika usług	niepełne informacje podane w cennikach
fryzjerskie	6	2
szewskie	5	1
motoryzacyjne	5	0
oftalmiczne	3	1
wypożyczania sukien ślubnych	3	0
naprawa sprzętu RTV i AGD	3	3
zegarmistrzowskie	3	5
krawieckie	2	1
kuśnierskie	2	0
studio tatuażu	2	0
pralnicze	1	2
kosmetyczne	1	2
szewsko-kaletnicze	1	0
fryzjersko-kosmetyczne	1	0
ślusarsko-mechaniczne	1	0
dorabianie kluczy	1	0
maglowanie	1	0
tapicerskie	1	0
serwis naprawy telefonów komórkowych	1	0
fotograficzne	0	2
dorabianie kluczy-zegarmistrzowskie	0	1
OGÓŁEM	43	20

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych przekazanych przez wojewódzkie inspektoraty Inspekcji Handlowej

Osoby odpowiedzialne za powyższe nieprawidłowości ukarano mandataми karnymi za popełnienie wykroczenia z art. 137 § 1 Kodeksu wykroczeń, tj. za naruszenie przepisów o obowiązku uwidaczniania cen.

W trakcie kontroli większość z przedsiębiorców sporządziła wymagane cenniki i uwidoczniała je w miejscu dostępnym dla klientów, jak również uzupełniono cenniki o brakujące informacje.

b) Prawidłowość naliczania i pobierania opłat za wykonane usługi

Prawidłowość naliczania i pobierania opłat za świadczone usługi w stosunku do cen uwidocznionych w obowiązujących cennikach sprawdzono u **201 przedsiębiorców**, tj. **59,5 proc.** wszystkich skontrolowanych.

Oceny dokonano w oparciu o przedłożone przez przedsiębiorców faktury, paragony, a także inne dokumenty związane z realizacją usług będące dowodami zawarcia umowy, tj. m.in. karty napraw, „druki zleceń”, oświadczenia, a także w oparciu o rozliczenie usług świadczonych klientom w toku kontroli. Łącznie skontrolowano **1200 dokumentów** tego rodzaju.

Nieprawidłowości w powyższym zakresie stwierdzono w **jednym zakładzie usługowym** (serwis sprzętu AGD i RTV), gdzie w przypadku **17 rachunków** za zrealizowane usługi stwierdzono brak odniesienia do zużytych części zamiennych oraz kosztu transportu od lub do odbiorcy.

Ponadto, w toku kontroli przeprowadzonej w związku ze skargą konsumenta na jakość usług świadczonych w zakładzie fryzjerskim, inspektorzy dokonali tzw. „zakupu kontrolnego”, to jest zlecieli wykonanie usługi modelowania włosów. Po jej wykonaniu usługodawca naliczył i pobrał kwotę zgodną z uwidocznionym cennikiem, nie wydał jednak paragonu z kasy fiskalnej. W związku z powyższym skierowano pismo do właściwego miejscowo naczelnika Urzędu Skarbowego.

Z uwagi na fakt, że pozostali kontrolowani przedsiębiorcy nie prowadzili dobrowolnej ewidencji wykonywanych usług w postaci faktur lub rachunków, nie sprawdzano u nich prawidłowości naliczania cen za wykonywane usługi.

3. Prawidłowość udzielania gwarancji na wykonane dzieło

Sprawdzenia prawidłowości udzielania gwarancji dokonano na podstawie:

- ustawy dnia 27 lipca 2002 r. *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego* (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 z późn. zm.)
- ustawy z dnia 7 października 1999 r. *o języku polskim* (Dz. U. Nr 90, poz. 999 z późn. zm.).

Zgodnie z ww. przepisami w przypadku udzielenia gwarancji na wykonaną usługę przedsiębiorca powinien wydać kartę gwarancyjną sporządzoną w języku polskim (art. 7 i 7a ustawy *o języku polskim*), sformułowaną w sposób jasny, zrozumiały i niewprowadzający w błąd (art. 13 ust. 3 ustawy *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego* oraz zawierającą:

- obowiązki gwaranta oraz uprawnienia kupującego – art. 13 ust. 1 ustawy *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego*,
- dane dotyczące wyrobu zgodne z oznaczeniem na produkcie – art. 13. ust. 2 ww. ustawy,
- nazwę i adres gwaranta lub jego przedstawiciela w Rzeczypospolitej Polskiej – art. 13 ust. 4 ww. ustawy,
- czas trwania i terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej – art. 13 ust. 4 ww. ustawy,

- stwierdzenie, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową art.13 ust. 4 ww. ustawy.

Pisemnych gwarancji na wykonywane usługi udzielał każdy z **19 skontrolowanych** przedsiębiorców, wydając konsumentom karty gwarancyjne (głównie w branży oftalmicznej, zegarmistrzowskiej, napraw AGD i RTV, serwisów komputerowych, serwisów telefonów komórkowych).

Wszystkie skontrolowane karty gwarancyjne zostały sporządzone w języku polskim.

Natomiast sprawdzając w przedstawionych dokumentach gwarancyjnych prawidłowość zapisów pod względem zgodności z art. 13 ust. 4 ustawy *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego* inspektorzy stwierdzili w **12 z nich** nieprawidłowości polegające na braku:

- wskazania terytorialnego zasięgu ochrony gwarancyjnej,
- stwierdzenia, że gwarancja nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową,
- wskazania obowiązków gwaranta oraz uprawnień konsumenta w przypadku wystąpienia usterki,
- danych dotyczących przedmiotu usługi.

Wszyscy skontrolowani przedsiębiorcy w toku kontroli uzupełnili zakwestionowane karty gwarancyjne o brakujące zapisy.

Dodatkowo podczas prowadzenia kontroli ustalono, że 14 przedsiębiorców udzielało ustnej „gwarancji”, zobowiązując się do podjęcia nieodpłatnych działań naprawczych w określonym czasie po wykonaniu usługi (podstawą do takiego świadczenia na rzecz usługobiorcy był wydany rachunek lub paragon) lub dokumentowało to zapisem na rachunku (np. : „gwarancja 6 m-cy”). W rozumieniu art. 13 ustawy *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego* działania takie nie mogą być uznane jako gwarancja w rozumieniu prawa, bowiem zgodnie z ww. ustawą nie uważa się za gwarancję oświadczenia, które nie kształtuje obowiązków gwaranta. Tym nie mniej działania takie nie mogą być potraktowane jako nieporządane, gdyż przedsiębiorcy podejmując się nieodpłatnych działań naprawczych mają na uwadze interes konsumentów.

Ponadto w jednym z zakładów optycznych zlecenia wykonania okularów zawierały zapis o treści „Gwarancji udziela się na ogólnych zasadach. Uszkodzenia mechaniczne (w tym m.in. zarysowanie soczewek, pocięcie lub złamanie opraw okularowych) nie są objęte gwarancją.”. Przedsiębiorca oświadczył, że powyższy zapis uprawnia klientów do dochodzenia roszczeń z tytułu niewłaściwie wykonanej usługi, tj. niezgodności towaru z umową, w okresie 24 miesięcy od daty jej wydania, a użyte określenie „gwarancja” jest bardziej zrozumiałe dla klienta niż „niezgodność towaru z umową”. W toku kontroli przedsiębiorca uściślił kwestionowany zapis i zamienił na informację o treści: „Zasady dochodzenia roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową, bądź gwarancji reguluje

ustawa z dnia 27.02.2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 2002 r., Nr 141, poz. 1176, z późn. zm.)”.

4. Prawdliwość oznakowania wyrobów oferowanych do sprzedaży

W placówkach usługowych prowadzących obok działalności usługowej sprzedaż produktów związanych ze swoją działalnością bądź własnej produkcji sprawdzano zgodność oznakowania:

- wyrobów, dla których obowiązują przepisy szczegółowe dotyczące oznakowania w oparciu o te regulacje, tj:
 - ustawę z dnia 30 marca 2001 r. o kosmetykach (Dz. U. Nr 42, poz. 473 z późn. zm.),
 - ustawę z dnia 24 kwietnia 2009 r. o bateriach i akumulatorach (Dz. U. Nr 79, poz. 666),
 - rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 6 kwietnia 2004 r. w sprawie bezpieczeństwa i znakowania produktów włókienniczych (Dz. U. Nr 81, poz. 743 z późn. zm.),
 - rozporządzenie Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 8 kwietnia 2004 r. w sprawie wyrobów z metali szlachetnych (Dz. U. Nr 76, poz. 715),
 - rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 21 grudnia 2005 r. w sprawie zasadniczych wymagań dla środków ochrony indywidualnej (Dz. U. Nr 259, poz. 2173),
 - rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 21 sierpnia 2007 r. w sprawie zasadniczych wymagań dla sprzętu elektrycznego (Dz. U. Nr 155, poz. 1089);
- wyrobów, dla których nie określono wymagań dotyczących oznakowania w przepisach szczegółowych w oparciu o regulacje zawarte w:
 - ustawie z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1095, z późn. zm.),
 - ustawie z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 z późn. zm.).

Wśród 338 skontrolowanych przedsiębiorców sprzedaż detaliczną prowadziło **142 z nich**.

W placówkach tych sprawdzono oznakowanie **910 partii wyrobów**, kwestionując **254 partie**, tj. **27,9 proc.** wszystkich skontrolowanych w tym zakresie.

Rodzaje zakładów usługowych, w których prowadzona była sprzedaż wyrobów wraz z liczbą skontrolowanych w nich produktów oraz stwierdzonych nieprawidłowości przedstawia poniższa tabela.

Tabela 2. Rodzaje zakładów usługowych prowadzące sprzedaż wyrobów

rodzaj usługi	liczba przedsiębiorców oferujących do sprzedaży detalicznej wyroby	liczba poddanych ocenie produktów	liczba zakwestionowanych produktów
oftalmiczne	23	158	49
zegarmistrzowskie	17	98	44
fryzjerskie	15	92	3
fotograficzne	12	84	13
naprawa sprzętu RTV i AGD	11	73	31
kosmetyczne	9	45	12
krawieckie	9	65	17
wypożyczania sukien ślubnych	6	35	5
fryzjersko-kosmetyczne	6	28	2
Szewskie	4	29	12
Jubilerskie	4	26	5
kserograficzne	3	23	7
motoryzacyjne	3	21	1
ślusarsko-mechaniczne	3	26	11
dorabianie kluczy	2	12	12
remontowo-budowlane	2	4	0
serwisy telefonów komórkowych	2	12	0
pralnicze	2	5	0
kuśnierskie	1	12	4
myjnie samochodowe	1	7	2
kaletniczo-rymarskie	1	5	0
poprawa kondycji fizycznej	1	8	8
czapnicze	1	10	10
serwis komputerowy	1	6	0
wypożyczanie strojów karnawałowych	1	8	0
inne	1	10	0
parasolnicze	1	8	0
OGÓŁEM	142	910	248

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych przekazanych przez wojewódzkie inspektoraty Inspekcji Handlowej

Stwierdzone nieprawidłowości w oznakowaniu skontrolowanych wyrobów polegały m.in. na:

- braku jakiegokolwiek oznakowania produktu,
- braku lub niepełnym określeniu nazwy firmy i adresu przedsiębiorcy wprowadzającego towar do obrotu na terytorium Polski – art. 20 ust. 1 pkt 1 ustawy *o swobodzie działalności gospodarczej*,
- braku informacji umożliwiających identyfikację towaru – art. 20 ust. 1 pkt 2 ustawy *o swobodzie działalności gospodarczej*,
- braku nazwy i adresu producenta – w *art.3 ust.1 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego*,
- braku opisu towaru w polskiej wersji językowej – art. 7 i 7a ustawy *o języku polskim*,
- braku instrukcji obsługi w języku polskim – art.7a ust.1 ustawy *o języku polskim*,
- oznakowanie wyrobu wyłącznie w języku obcym, w tym z uwagi na brak polskojęzycznej nazwy wyrobu – art. 7a ust.1 ustawy *o języku polskim*,
- braku informacji o składzie surowcowym wyrobu i sposobie konserwacji – § 6 rozporządzenia Rady Ministrów *w sprawie bezpieczeństwa i znakowania produktów włókienniczych*,
- zastosowaniu nazw włókien tekstylnych innych niż określone w załączniku nr 1 do rozporządzenia Rady Ministrów *w sprawie bezpieczeństwa i znakowania produktów włókienniczych*,
- braku określenia składu surowcowego produktu – § 6 rozporządzenia Rady Ministrów *w sprawie bezpieczeństwa i znakowania produktów włókienniczych*,
- braku informacji określającej stopień ochrony oraz instrukcji obsługi – § 9 ust.1 rozporządzenia Ministra Gospodarki z dnia 21 grudnia 2005 roku *w sprawie zasadniczych wymagań dla środków ochrony indywidualnej*,
- braku trwałego umieszczenia oznakowania CE – § 43 ust. 2 rozporządzenia Ministra Gospodarki *w sprawie zasadniczych wymagań dla środków ochrony indywidualnej*.

Dodatkowo sprawdzając oznakowanie wyrobów oferowanych klientom przez kontrolowanych przedsiębiorców inspektorzy stwierdzili podwójne oznakowanie terminem trwałości 2 partii kosmetyków, tj. umieszczono datę końca terminu trwałości oraz rysunek otwartego słoiczka (znak PAO) z określoną liczbą miesięcy, w ciągu których należy zużyć kosmetyk od momentu otwarcia. Zgodnie z wymaganiami art. 6 ust. 2 pkt. 4) ustawy *o kosmetykach* termin trwałości należy oznaczyć zwrotem: „najlepiej zużyć przed końcem” i następującym po nim oznaczeniem odpowiednio miesiąca i roku lub dnia, miesiąca, i roku, zaś jeżeli minimalny okres przydatności kosmetyku do użycia wynosi więcej niż 30 miesięcy należy umieścić znak graficzny otwartego słoika oraz podać wyrażony w miesiącach lub latach, czas, po jakim od otwarcia opakowania kosmetyk może być stosowany bez stwarzania zagrożenia dla zdrowia użytkownika. Dostawcy zakwestionowanych wyrobów

wyjaśnili, że stosują takie oznakowanie kierując się interesem i przyzwyczajeniami konsumentów do takiego sposobu znakowania kosmetyków.

Ponadto zakwestionowano 3 partie kosmetyków do pielęgnacji włosów oferowanych klientom z uwagi na przekroczone terminy ich użycia. Inspektorzy poinformowali właściwą terenowo wojewódzką stację sanitarno-epidemiologiczną, a przedsiębiorca wycofał zakwestionowane produkty z obrotu i pozostawił je do dalszych czynności Państwowej Inspekcji Sanitarnej.

W trakcie kontroli przedsiębiorcy uzupełnili brakujące oznakowania lub wycofali z obrotu zakwestionowane wyroby do czasu poprawy ich oznakowania.

Osoby odpowiedzialne za powyższe nieprawidłowości zostały ukarane mandatami karnymi za popełnienie wykroczenia z art. 136 § 2 Kodeksu wykroczeń, to jest niewłaściwego oznakowania towarów.

Do przedsiębiorców wprowadzających do obrotu nieprawidłowo oznakowane wyroby zostały skierowane wystąpienia pokontrolne informujące o obowiązku znakowania wyrobów zgodnie z obowiązującymi przepisami.

Ponadto w placówkach prowadzących sprzedaż detaliczną wyrobów sprawdzono również czy sposób uwidaczniania cen jest zgodny z przepisami:

- ustawy z dnia 5 lipca 2001 roku *o cenach* (Dz. U. Nr 97, poz. 1050 z późn. zm.),
- rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 10 czerwca 2002 roku *w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży* (Dz. U. Nr 99, poz. 894, z późn. zm.).

W 15 placówkach stwierdzono nieprawidłowości polegające m.in. na:

- braku wywieszek cenowych – § 3 ust. 1 rozporządzenia *w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży*,
- niewidocznieniu cen na wzorach towarów wystawionych w miejscu ekspozycji handlowej, tj. w witrynie – § 3 ust. 3 rozporządzenia *w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży*,
- niewidocznieniu cen jednostkowych przy towarach na wywieszkach lub w innych formach dostępnych dla kupujących – art. 12 ust. 2 ustawy *o cenach*,
- braku cen bezpośrednio na poszczególnych wyrobach – art. 12 ust. 1 ustawy *o cenach*,
- braku na wywieszkach informacji dotyczących nazw handlowych, do których odnosiły się uwidocznione ceny – § 3 ust. 1 rozporządzenia *w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży*.

Kontrolowani przedsiębiorcy jeszcze w trakcie kontroli uzupełniali brakujące oznakowanie.

Osoby odpowiedzialne za powyższe nieprawidłowości ukarano mandataми karnymi za popełnienie wykroczenia z art. 137 § 1 Kodeksu wykroczeń, to jest za naruszenie przepisów o obowiązku uwidaczniania cen.

5. Pozostałe ustalenia kontroli

Mając na uwadze, że przepisy prawa nie nakładają na przedsiębiorcę obowiązku prowadzenia ewidencji usług inspektorzy sprawdzali czy kontrolowany przedsiębiorca:

- prowadzi ewidencję przyjętych do realizacji usług,
- określa przewidywany termin wykonania usług w zleceniach na ich wykonanie,
- przestrzega ustalonych terminów wykonania usługi (w oparciu o prowadzoną ewidencję i wystawione faktury, rachunki).

W toku kontroli ustalono, że większość kontrolowanych przedsiębiorców nie prowadzi pełnej ewidencji przyjętych do realizacji usług.

Najczęściej przedsiębiorcy przyjmując zlecenie usługi wystawiają pisemne pokwitowania, gdzie odnotowują: datę przyjęcia zlecenia, dane zleceniodawcy, zakres i termin wykonania usługi, koszt oraz inne dane w zależności od rodzaju usługi, np.:

- przy wypożyczaniu sukien ślubnych stosuje się druk „umowa wypożyczenia”, w którym odnotowuje się: dane osobowe klientki, przedmioty wypożyczone, termin przymiarki, termin odbioru, cenę wypożyczenia oraz termin zwrotu,
- w przypadku usług pralniczych podaje się rodzaj odzieży, kolor, opis zabrudzenia,
- w serwisach RTV AGD typ, model sprzętu, dokładny opis uszkodzenia itp.

Jednakże dokumentacja taka nie jest w większości przypadków przechowywana przez usługodawców.

W oparciu o prowadzoną w zakładach dokumentację oraz złożone przez przedsiębiorców oświadczenia ustalono, że terminowość świadczonych usług nie budzi zastrzeżeń.

Ponadto w tych placówkach, gdzie było to możliwe, tj. prowadzono rejestr reklamacji lub inną dokumentację (przepisy prawa nie nakładają na przedsiębiorcę takiego obowiązku), w toku kontroli inspektorzy sprawdzali terminowość oraz sposób załatwiania reklamacji konsumentów.

Ewidencję składanych reklamacji prowadziło zaledwie 9 ze skontrolowanych przedsiębiorców (świadczący usługi pralnicze, oftalmiczne, parasolnicze, motoryzacyjne, remontowo-budowlane).

Na podstawie analizy 41 dokumentów reklamacyjnych ustalono, że wszystkie reklamacje zostały rozpatrzone w terminie 14 dni od dnia przyjęcia, to jest zgodnie z obowiązującymi

przepisami (art. 8 ust. 3 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego).

Według oświadczeń pozostałych kontrolowanych przedsiębiorców nie prowadzą oni rejestrów reklamacji, ponieważ reklamacje występują bardzo rzadko, a w przypadku zgłoszenia ewentualnych uwag, co do jakości wykonania usługi załatwiane są one zgodnie z życzeniem klienta, „od ręki” i na koszt właściciela zakładu.

Inne nieprawidłowości, które ujawniono w toku prowadzonych kontroli dotyczyły:

- w jednym przypadku braku wywieszki informującej o godzinach działalności placówki, co narusza postanowienia uchwały nr 389/XLVI/97 Rady Miasta Częstochowy z dnia 27 października 1997 r. *w sprawie dni i godzin otwierania i zamykania placówek handlowych detalicznych, zakładów gastronomicznych i zakładów usługowych na terenie miasta Częstochowy*, w trakcie kontroli właściciel umieścił na wywieszce w witrynie okiennej brakujące informacje;
- braku dowodów zakupu na towary objęte sprawdzeniem prawidłowości oznakowania u 3 przedsiębiorców, w związku z czym o ustaleniach poinformowano właściwy urząd skarbowy;
- posługiwania się nielegalizowanymi przyrządami mierniczymi przez 2 przedsiębiorców, za co zostali ukarani mandatami karnymi z art. 26 ust. 1 pkt. 2 ustawy z dnia 11 maja 2001 r. *Prawo o miarach* (Dz. U. z 2004 roku Nr 243, poz. 2441, z późn. zm.): w trakcie kontroli narzędzia zostały zalegalizowane, a o ustaleniach powiadomiono właściwy terenowo Obwodowy Urząd Miar;
- trzech przedsiębiorców nie posiadało książek kontroli, co jest niezgodne z art. 81 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej. Na żądanie inspektorów wyposażono placówki w ww. książki.

III. PODSUMOWANIE

1. Wykorzystanie ustaleń kontroli

W zależności od stwierdzonych nieprawidłowości wojewódzcy inspektorzy Inspekcji Handlowej podjęli szereg działań mających na celu wyeliminowanie stwierdzonych w wyniku kontroli nieprawidłowości, między innymi skierowali do właścicieli kontrolowanych placówek, producentów, importerów, pierwszych dystrybutorów 36 wystąpień pokontrolnych zawierających wnioski o podjęcie działań eliminujących stwierdzone nieprawidłowości. Jednocześnie, niezależnie od pisemnych wystąpień, inspektorzy w toku kontroli informowali o obowiązujących przepisach prawnych oraz konieczności ich przestrzegania.

Większość kontrolowanych przedsiębiorców niezwłocznie po zapoznaniu się z wynikami kontroli, podejmowało dobrowolne działania mające na celu usunięcie stwierdzonych nieprawidłowości. Dotyczyło to przede wszystkim uwidocznienia cenników, uzupełnienia lub dostosowania cenników do obowiązujących przepisów.

Ustalenia z przeprowadzonych kontroli dały również podstawę do:

- nałożenia 87 mandatów karnych na kwotę 13,3 tys. zł, głównie za popełnienie wykroczeń określonych w Kodeksie wykroczeń: art. 137 § 1 (nieuwiadczenie cen lub ilości nominalnej), art. 136 § 2 (przeznaczenie do sprzedaży towarów niewłaściwie oznakowanych), art. 60 § 3 (brak wymaganych oznaczeń przedsiębiorcy), art. 60 § 2 (niedopełnienie obowiązku aktualizacji danych objętych ewidencją prowadzenia działalności gospodarczej),
- sformułowania 30 żądań zmierzających do niezwłocznego usunięcia ujawnionych uchybień,
- wydania 12 decyzji administracyjnych w celu niezwłocznego usunięcia stwierdzonych nieprawidłowości,
- zastosowania środków oddziaływania wychowawczego (w szczególności pouczeń) w trybie art. 41 Kodeksu wykroczeń wobec 11 przedsiębiorców,
- skierowania 2 wniosków o ukaranie osoby odpowiedzialnej za popełnienie wykroczeń do właściwych sądów rejonowych,
- skierowania 3 zawiadomień o podejrzeniu popełnienia przestępstwa z art. 45 ustawy z dnia 30 sierpnia 2002 r. *o systemie oceny zgodności* (tekst jednolity: Dz. U. z 2004 r. Nr 204, poz. 2087 z późn. zm.),
- przeprowadzenia 4 kontroli u dostawców zakwestionowanych produktów,
- przekazania 3 informacji do właściwego urzędu skarbowego w związku z niedostarczeniem dowodów zakupu zakwestionowanych wyrobów.

2. Wnioski

Rynek usług oferowanych konsumentom jest pod wieloma względami bardzo zróżnicowany, stąd też jego miarodajna i jednoznaczna ocena jest bardzo trudna. Konsumentom korzystają z usług zarówno bardzo powszechnych, takich jak: związane z pielęgnacją ciała (salony urody, fryzjerzy), obsługą nowoczesnych technologii (serwisy AGD-RTV, telefonów komórkowych), jak i z mniej popularnych, np. zegarmistrzowskich, introligatorskich, kuśnierskich, a kształtują się także usługi bardzo specyficzne, jak wypożyczanie sukni ślubnych czy strojów karnawałowych. Co do zasady działania przedsiębiorców je świadczących normowane jest na gruncie przepisów regulujących każdą inną działalność zarobkową, w szczególności są to regulacje Kodeksu cywilnego, choć specyfika każdej z usług oferowanej konsumentowi sprawia, że niemal za każdym razem będziemy mieli do czynienia z koniecznością dokonania jednostkowej oceny zdarzenia i indywidualnej oceny ewentualnego naruszenia prawa oraz środków, jakie w takiej sytuacji będą przysługiwały słabszemu uczestnikowi rynku.

W toku prowadzonych kontroli nieprawidłowości ujawniono w przypadku 36,7 proc. ogółu skontrolowanych przedsiębiorców, co nie pozwala na w pełni pozytywną ocenę tego segmentu rynku. Zaznaczyć należy, że w porównaniu z poprzednimi kontrolami, jakie przeprowadzono w I kwartałach 2006 oraz 2007 roku skala niezgodności działania przedsiębiorców z obowiązującymi przepisami jest nieznacznie niższa (w roku 2006 – 41,2 proc., a w 2007 – 41,8 proc.). Podkreślić należy, że we wszystkich tych trzech kontrolach najczęściej kwestionowano: brak cenników lub niepełne informacje zamieszczone w cennikach na oferowane usługi oraz niewłaściwe oznakowanie wyrobów przeznaczonych do sprzedaży.

Analizując wyniki przeprowadzonej kontroli należy stwierdzić, że ujawniane nieprawidłowości godzą w interes konsumentów. Brak cenników i wywieszek cenowych przy wyrobach oferowanych do sprzedaży, a także wprowadzenie do obrotu towarów niewłaściwie oznakowanych utrudnia klientom dokonanie właściwego wyboru produktów. Przyczyną stwierdzonych nieprawidłowości prawdopodobnie była niewystarczająca znajomość przez przedsiębiorców obowiązujących przepisów. Pozytywnym aspektem kontroli jest natychmiastowe działanie kontrolowanego i wyeliminowanie stwierdzonych uchybień.

Ponadto przedstawiając wyniki kontroli należy zaznaczyć, że uregulowania prawne dla tego segmentu rynku oparte są, co do zasady, wyłącznie na postanowieniach Kodeksu cywilnego, w którym brak jest określenia m.in.: wymogu prowadzenia rejestru reklamacji konsumenckich, zawierania umów na piśmie dla transakcji o wartości poniżej 2 tys. złotych, prowadzenia ewidencji przyjętych do wykonania usług. Przeprowadzone kontrole wykazały, że w większości przypadków przedsiębiorcy nawet dla własnych potrzeb nie ewidencjonują przyjmowanych zamówień oraz nie prowadzą rejestru reklamacji, co nie pozwala ustalić jednoznacznie skali reklamowanych wad usług. Tym samym nie można w pełni ocenić funkcjonowania rynku usług.

W ciągu ostatnich trzech lat, tj. 2008-2010 do wojewódzkich inspektoratów Inspekcji Handlowej wpłynęło łącznie 4290 skarg konsumentów dotyczących przedsiębiorców świadczących różnego rodzaju usługi, w tym:

- 1578 skarg w 2008 roku,
- 1328 w 2009 roku,
- 1384 w 2010 roku,

W związku z informacjami zawartymi w zgłoszonych skargach przeprowadzono 767 kontroli. 380 skarg przekazano według właściwości innym organom, a pozostałe załatwiono w inny sposób.

Ze względu na cywilnoprawny charakter problemów przedstawionych przez konsumentów w większości spraw podejmowano postępowania mediacyjne w trybie art. 36 ust. 1-5 ustawy o *Inspekcji Handlowej*. W badanym okresie przeprowadzono 1038 mediacji. I tak:

- z 409 postępowań mediacyjnych w 2008 roku 233 załatwiono pozytywnie dla konsumentów,
- z 333 postępowań mediacyjnych w 2009 roku, z tego 185 załatwiono pozytywnie dla konsumentów,
- z 296 postępowań mediacyjnych w 2010 roku, z tego 173 załatwiono pozytywnie dla konsumentów.

Przedstawiane przez konsumentów problemy w sprawach, w których podejmowano mediacje, dotyczyły głównie niewłaściwej jakości wykonanych usług, problemów związanych z odmową uwzględnienia zgłaszanych reklamacji, terminów wykonania usług, a nawet przypadków zastrzeżeń, co do kultury osobistej przedsiębiorców oraz naruszenia dóbr osobistych konsumentów.

W związku z podejrzeniem naruszenia przez usługodawców obowiązujących przepisów o charakterze administracyjnym, podejmowano czynności kontrolne, traktując otrzymane wnioski konsumentów, jako informacje o nieprawidłowościach, co dało podstawę do przeprowadzenia:

- 122 kontroli w 2008 roku, z tego w 55 przypadkach potwierdzono stawiane przez konsumentów zarzuty,
- 127 kontroli w 2009 roku, z tego w 48 przypadkach potwierdzono stawiane zarzuty,
- 98 kontroli w 2010 roku, z tego w 44 przypadkach potwierdzono stawiane zarzuty.

Zgłaszane przez konsumentów problemy w sprawach, w których podejmowano kontrole działalności przedsiębiorców, dotyczyły między innymi nieprawidłowości w uwidocznieniu lub braku cennika świadczonych usług, problemów związanych z prawidłowym wyliczeniem ceny usługi, stosowania przy świadczeniu usług niewłaściwych części zamiennych lub używania preparatów kosmetycznych po terminie trwałości lub nieoryginalnych.

Analizując zakres przedmiotowy informacji od konsumentów zgłaszanych w ciągu ostatnich trzech lat w dziedzinie usług świadczonych konsumentom można stwierdzić, że najliczniejsze problemy dotyczą:

- usług remontowo-budowlanych (1154 skargi),
- usług pralniczych (302 skargi),
- usług motoryzacyjnych (281 skarg)
- usług fryzjerskich i kosmetycznych (134 skargi).

Pozostałe rozpatrywane sprawy miały bardzo różnorodny charakter przedmiotowy i dotyczyły między innymi usług stolarskich, krawieckich, fotograficznych, jubilerskich, motoryzacyjnych, przewozu osób taksówkami, napraw sprzętu RTV i AGD, usług kamieniarskich, dorabiania kluczy i otwierania zamków.

Analiza ilości skarg, dotyczących przedsiębiorców świadczących usługi dla ludności w odniesieniu do wszystkich skarg, które wpłynęły do wojewódzkich inspektoratów Inspekcji Handlowej w latach 2008 – 2010 prowadzi do wniosku, iż ich liczba utrzymuje się na stałym, stosunkowo niskim poziomie (11,2 proc. w roku 2008, 8,8 proc. w 2009 i 8,6 proc. w 2010). Warto zwrócić uwagę, że w większość skarg dotyczących usług, stanowią usługi remontowo – budowlane. Ten rodzaj usług charakteryzuje się stosunkowo wysokim kosztem wykonania, co z kolei powoduje, iż ich zawarcie finalizowane jest sporządzeniem umów w formie pisemnej lub innych dokumentów. Udokumentowanie faktu zawarcia umowy zapewnia z kolei minimum gwarancji realizacji ewentualnych roszczeń konsumentów.

Wyniki kontroli przeprowadzanych w zakresie usług dowodzą jednakże, iż w przypadku innych usług, których koszt nie przekracza kilkunastu, kilkudziesięciu złotych – nie sporządza się żadnej dokumentacji, potwierdzającej zlecenie wykonania usługi lub dokumentacja taka sprowadzona jest do wydania jedynie „paragonu” uprawniającego do odebrania przedmiotu usługi.

Znacząca część skarg konsumentów dotyczy sporów na tle załatwienia reklamacji przez usługodawcę, co uzasadnia wniosek, że w tym zakresie, interesy konsumenta mogą być bardziej zagrożone.

Oceniając problemy konsumentów związane z niewłaściwym wykonywaniem usług należy stwierdzić, że podejmowanie działalności gospodarczej w zakresie większości usług tego rodzaju, nie wymaga, obecnie zgodnie z ustawą o swobodzie działalności gospodarczej, obowiązku uzyskania przez przedsiębiorcę koncesji albo wpisu do rejestru działalności regulowanej. Organy rejestrowe dla przedsiębiorców, nie są ponadto uprawnione do sprawdzania czy zgłaszający działalność przedsiębiorca posiada odpowiednie kwalifikacje zawodowe lub czy zatrudnia przy świadczeniu usług, wykwalifikowanych pracowników.

Ogólna deklaracja zawarta w art. 17 ww. ustawy zakładająca, że „przedsiębiorca wykonuje działalność gospodarczą na zasadach uczciwej konkurencji i poszanowania dobrych obyczajów oraz słusznym interesów konsumentów”, bez możliwości prawnie skutecznej weryfikacji kompetencji zawodowych usługodawców, nie pozwala na eliminację z rynku

usług nierzetelnych przedsiębiorców. Stąd też weryfikacja takich nierzetelnych przedsiębiorców powinna być prowadzona przede wszystkim przez konsumentów dokonujących wyboru usługodawcy.

Reasumując, nieprawidłowości ujawnione w toku kontroli przedsiębiorców świadczących usługi dla ludności, były najczęściej wynikiem zaniedbania ze strony przedsiębiorców uczestniczących w obrocie lub niedostatecznej znajomości przepisów prawa, a także braku nadzoru w zakresie dołączania do produktu wymaganych oznaczeń. Były to jednak w większości uchybienia mniejszej wagi, które mogły być wyeliminowane w czasie trwania czynności kontrolnych.

Po analizie uzyskanych wyników kontroli wydaje się zasadnym dalsze prowadzenie tego typu kontroli, a przede wszystkim prowadzenie na bieżąco szerokiej akcji informacyjnej i edukacyjnej słabszych uczestników rynku. Ocena czy wybrany przez konsumenta usługodawca wykona zleconą mu usługę w sposób należyty, powinna być oparta o dokonane rozeznanie w zakładzie rzemieślnika, sprawdzenie czy zakład usługowy zatrudnia osoby wykwalifikowane a w przypadku niektórych usług np. fryzjerskich, kosmetycznych, jaki jest stan porządkowy i higieniczny pomieszczeń usługowych.

W przypadku, gdy jest możliwość wyboru usługodawcy, należałoby się kierować nie tylko niską ceną żadaną za wykonanie usługi, ale również dokonany wcześniej rozeznaniem lokalnego rynku i porównaniem wysokości cen u innych usługodawców. Konsumenti powinni dążyć do zawierania umów o świadczenie wszelkich usług w formie pisemnej, co umożliwi im jednoznaczne udowodnienie zakresu zleconej usługi, terminu wykonania i obowiązków usługodawcy.

IV. PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI DLA KONSUMENTÓW

Usługi świadczone codziennie i powszechnie konsumentom postrzegane są zarówno przez konsumentów, jak i usługodawców w sposób mniej sformalizowany, bo przecież nikt umawiając się, np. z fryzjerem na obcięcie włosów, czy z szewcem na wymianę fleków nie spisuje umowy na piśmie, ani nie idzie z nią do notariusza. Jest to zwykła praktyka, jednak w przypadku usługi wykonanej niewłaściwie może brakować argumentów na potwierdzenie swoich racji. Nie należy oczywiście przesadzać i spisywać umowy w każdym przypadku, sytuacja taka, bowiem prowadziłaby do absurdu. Powinno się jednak brać pod uwagę, że umowa ustna jest ważna, jednak w wielu wypadkach lepiej spisać umowę na piśmie, choćby dla celów dowodowych. Ważne jest to zwłaszcza w przypadku usług bardziej kosztownych, poważniejszych, jak np. naprawa samochodu, położenie kafelków czy remont.

Co taka umowa powinna zawierać?

Konsumentom najczęściej zawierają z usługodawcami dwa rodzaje umów:

- Umowę o dzieło – jej wynikiem jest przedmiot mający materialny wymiar (dzieło). Przyjmujący zlecenie podejmuje się wykonania oznaczonego w umowie dzieła, a zamawiający ma zapłacić określoną sumę pieniędzy (wynagrodzenie). Jest to umowa rezultatu. Przykładem takiej umowy jest np. wypranie garderoby, montaż drzwi, obcięcie włosów. Można wyróżnić dwa rodzaje umowy o dzieło:
 - taką, której rezultatem jest dzieło będące rzeczą ruchomą, np. uszycie sukienki: w takich przypadkach przy reklamowaniu dzieła stosujemy przepisy o sprzedaży konsumenckiej,
 - taką, której rezultatem nie jest stworzenie nowego dzieła, tylko inny rezultat np. wypranie sukienki; przy reklamacji stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego;
- Umowę zlecenia – w takim wypadku wynik umowy ma charakter niematerialny. Przyjmujący zlecenie zobowiązuje się do wykonania określonych czynności, a nie stworzenie określonego rezultatu. Przyjmujący zlecenie zobowiązuje się do starannego działania.

W umowie powinny znaleźć się najistotniejsze kwestie takie, jak:

- 1) określenie stron umowy, tzn. dokładne dane konsumenta i przedsiębiorcy wykonującego usługę,
- 2) przedmiot umowy (dość szczegółowo),
- 3) koszt wykonania usługi,
- 4) termin realizacji,
- 5) wysokość zaliczki/zadatku.

Oczywiście umowa może zawierać więcej szczegółów, np. wysokość kary umownej za przekroczenie terminu realizacji umowy, wskazanie kto będzie rozstrzygał ewentualny spór. Jednakże nie są one obowiązkowe i nie dla każdego konsumenta sporządzenie ich będzie rzeczą łatwą. Najważniejsze, aby w umowie znajdowało się pięć wskazanych wyżej punktów.

Kiedy umowa jest już zawarta, usługodawca może żądać wpłacenia zadatku lub zaliczki na poczet ceny za wykonanie usługi. Sytuacja kształtuje się różnie w zależności, jak zostanie nazwana w umowie ta „przedpłata”. Wpłata wręczona przed wykonaniem usługi jest zadatkiem tylko wtedy, gdy strony zawrą taki zapis w umowie. W przeciwnym wypadku jest to zaliczka.

Zgodnie z art. 394 Kodeksu cywilnego zadatek dany przy zawarciu umowy gwarantuje, że w razie niewykonania umowy przez jedną ze stron druga strona może bez wyznaczenia terminu dodatkowego odstąpić od umowy i otrzymany zadatek zachować, a jeżeli sama go dała, może żądać sumy dwukrotnie wyższej. W przypadku wykonania umowy zadatek ulega zaliczeniu na poczet umowy, a gdyby nie było to możliwe – ulega zwrotowi. Ma on więc, w przypadku niewykonania umowy, formę odszkodowania.

Natomiast zaliczka nie wywołuje żadnych skutków prawnych w zakresie wypłaty odszkodowania. Jest zaliczana na poczet przyszłego świadczenia (ceny). Jednakże, jeżeli umowa zostaje rozwiązana z winy konsumenta, zaliczka pozostaje u usługodawcy. Jeśli umowę rozwiąże usługodawca, jest on oczywiście zobowiązany do zwrotu pobranej zaliczki.

Jak można zareklamować źle wykonaną usługę?

Prawo do reklamacji – należy pamiętać, że po stwierdzeniu złej jakości usługi mamy prawo do reklamacji zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie przepisami prawnymi. Uprawnienia konsumenta w kwestii reklamacji zależą od rodzaju umowy, a w przypadku umowy o dzieło od rodzaju dzieła.

Reklamacja dzieła będącego rzeczą ruchomą. Za rzecz ruchomą uważa się wszystkie rzeczy materialne, z wyłączeniem gruntów i budynków z nimi związanymi – nieruchomości. Za rzecz ruchomą uznaje się więc zarówno sukienkę, mebel, jak i zwierzę. Nowe, powstające w wyniku wykonania umowy zawartej pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą, dzieło – rzecz ruchoma, traktowane jest jako towar konsumpcyjny. Ochrona konsumenta – prawo do reklamacji – powstaje z mocy prawa. W związku z tym wykonane dzieło może być reklamowane, jak każdy inny towar zakupiony w sklepie. Konsument składający taką reklamację powinien powołać się na ustawę z dnia 27 lipca 2002 r. *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego* (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.). Ochrona konsumenta trwa 2 lata. O każdej niezgodności z umową dzieła konsument musi powiadomić usługodawcę w ciągu dwóch miesięcy od chwili jej ujawnienia się. W przypadku niewywiązania się z tego obowiązku konsument traci wszelkie uprawnienia. W przypadku, gdy dzieło: nie nadaje się do celu, do jakiego jest zwykle używane, właściwości dzieła nie odpowiadają właściwościom dzieła tego rodzaju, dzieło nie spełnia wymagań o jakich zapewniał usługodawca, dzieło zostało nieprawidłowo zamontowane czy

uruchomione itp. usługobiorca (konsument) ma je prawo zareklamować. W takim wypadku, w pierwszej kolejności może żądać naprawy lub wymiany, a jeżeli te są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów konsumentowi przysługuje zwrot gotówki, o ile wada jest istotna.

Usługodawca może również udzielić gwarancji na wykonane przez siebie dzieło. W takim wypadku, niezależnie od treści przepisów ustawy *o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego*, konsumenta obowiązują zapisy zawarte w dokumencie gwarancyjnym. Fakt udzielenia gwarancji nie wyłącza odpowiedzialności z tytułu niezgodności z umową.

Reklamacja dzieła niebędącego rzeczą ruchomą. W takim wypadku usługę reklamujemy na podstawie przepisów Kodeksu cywilnego dotyczących rękojmi. Jeżeli dzieło ma wady, konsument może od umowy odstąpić albo żądać obniżenia ceny. Jednakże zamawiający dzieło nie może od umowy odstąpić, jeżeli usługodawca niezwłocznie wymieni rzecz wadliwą na rzecz wolną od wad albo niezwłocznie wady usunie. Ograniczenie to nie ma zastosowania, jeżeli rzecz była już wymieniona przez przedsiębiorcę lub naprawiana, chyba że wady są nieistotne. Jeżeli konsument odstępuje od umowy z powodu wady rzeczy, strony powinny sobie nawzajem zwrócić otrzymane świadczenia według przepisów o odstąpieniu od umowy wzajemnej. Jeżeli klient żąda obniżenia ceny z powodu wady rzeczy, obniżenie powinno nastąpić w takim stosunku, w jakim wartość rzeczy wolnej od wad pozostaje do jej wartości obliczonej z uwzględnieniem istniejących wad. Jeżeli przedsiębiorca dokonał wymiany rzeczy, powinien pokryć także związane z tym koszty, jakie poniósł kupujący. Szczegółowe zapisy znajdują się w art. 556 i następnych Kodeksu cywilnego.

Reklamacja w przypadku umowy zlecenia. Praktyka pokazuje, że klienci rzadko korzystają z tej formy prawnej przy zawieraniu umów z usługodawcą. Z tego też powodu nie ma szczegółowych zasad reklamowania takich usług. Zastosowanie znajdują przepisy ogólne, w szczególności art. 471 Kodeksu cywilnego – dotyczący naprawiania szkody. Z tego powodu warto w takim przypadku sporządzić szczegółową umowę.

W przypadku reklamacji dzieła będącego nową rzeczą ruchomą przedsiębiorca ma obowiązek ustosunkować się do reklamacji w ciągu 14 dni, w przeciwnym wypadku uznaje ją za uzasadnioną. W przypadku reklamacji dzieła, które nie jest rzeczą ruchomą Kodeks cywilny nie wskazuje takiego terminu, powinna być to jednak rozpatrzona bez zbędnej zwłoki.

Reklamację konsument powinien złożyć na piśmie, ale nie ma określonego druku reklamacyjnego. Istotne jest, aby zgłoszenie reklamacyjne zawierało wszystkie niezbędne elementy (konsument może je spisać choćby odręcznie na zwykłej kartce papieru). Usługodawca ma obowiązek takie zgłoszenie przyjąć.

Co powinno się znajdować w zgłoszeniu reklamacyjnym:

- 1) do kogo kierowana jest reklamacja – dane usługodawcy;
- 2) data dzienna – w przypadku rękojmi konsument ma obowiązek powiadomić o wadzie w ciągu miesiąca, w przypadku dochodzenia roszczeń na podstawie ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej dwóch miesięcy, pod rygorem utraty uprawnień;
- 3) szczegółowy opis powodu składanej reklamacji, czyli wady – im bardziej szczegółowy opis, tym lepiej;
- 4) określenie żądań konsumenta (tj., czego domaga się od usługodawcy: naprawy, zwrotu pieniędzy).

W przypadku reklamacji z tytułu rękojmi, dobrze będzie, jeśli konsument wskaże termin usunięcia wady.

Co, jeśli usługodawca nie chce uznać reklamacji konsumenta?

1. Powiatowy (miejski) rzecznik konsumenta. Organem, który może pomóc konsumentowi w sporze z przedsiębiorcą jest rzecznik konsumenta. Adresy rzeczników konsumentów znajdują się na stronie www.uokik.gov.pl. Rzecznik ma prawo nie tylko wystąpić do przedsiębiorcy w imieniu konsumenta, ale również, po uwzględnieniu okoliczności sprawy, wytoczyć powództwo przed sądem powszechnym.
2. Mediacja. Zgodnie z art. 36 ustawy o Inspekcji Handlowej, jeżeli przemawia za tym charakter sprawy, wojewódzki inspektor IH podejmuje działania mediacyjne w celu polubownego zakończenia sporu cywilnoprawnego między konsumentem a przedsiębiorcą. Postępowanie to jest bezpłatne i może być wszczęte na wniosek konsumenta lub z urzędu, jeżeli wymaga tego ochrona konsumenta. W toku postępowania mediacyjnego wojewódzki inspektor zapoznaje przedsiębiorcę z roszczeniem konsumenta, przedstawia stronom sporu przepisy prawa mające zastosowanie w sprawie oraz ewentualne propozycje polubownego zakończenia sporu. Wojewódzki inspektor może wyznaczyć stronom termin do polubownego zakończenia sprawy. Wojewódzki inspektor odstępuje od postępowania mediacyjnego, jeżeli w wyznaczonym terminie sprawa nie została polubownie zakończona oraz w razie oświadczenia co najmniej przez jedną ze stron, że nie wyraża zgody na polubowne zakończenie sprawy. Szczegółowe informacje oraz formularz wniosku znajdują się na stronach internetowych wojewódzkich inspektoratów Inspekcji Handlowej.
3. Stałe polubowne sądy konsumenckie. Zgodnie art. 37 ustawy o Inspekcji Handlowej Stałe Polubowne Sądy Konsumenckie przy wojewódzkich inspektorach Inspekcji Handlowej rozpatrują spory o prawa majątkowe wynikłe z umów sprzedaży produktów i świadczenia usług zawartych pomiędzy konsumentami

i przedsiębiorcami. Postępowanie przed SPSK jest bezpłatne, jednakże wymagana jest zgoda obu stron.

4. Pozew do sądu powszechnego.

Uwagi końcowe, czyli konsumencie pamiętaj:

1. Usługi są bardzo często polecane „z ust do ust”. Konsumenci o „dobrych” jak i „złych” przedsiębiorcach dowiadują się od znajomych, krewnych, przyjaciół. Przed wybraniem przedsiębiorcy warto **zapytać wśród znajomych**, krewnych etc. Dla przedsiębiorców będzie miała tu więc zastosowanie słynna zasada marketingowo-ekonomiczna – jeden zadowolony klient przynosi dwóch, trzech nowych klientów, natomiast jeden niezadowolony to dziesięciu mniej. W tych branżach, jak z resztą we wszystkich, ale szczególnie w przypadku usług, liczy się dobra marka.
2. W siedzibie usługodawcy, w miejscu widocznym i dostępnym dla klientów musi być **uwidoczniony cennik** świadczonych usług wraz z dokładnym określeniem ich rodzaju i zakresu, a w przypadku sprzedaży produktów związanych z prowadzoną działalnością towary te powinny być bezpośrednio oznaczone ceną.
3. Pamiętaj! **Warunki sanitarne**, przy niektórych rodzajach usług, mogą mieć wpływ na zdrowie. Warto je sprawdzać.
4. W sprawach „większej wagi”, dla celów dowodowych **umowę** albo zasadnicze jej elementy, takie jak cena i terminy, zawsze **spisuj na piśmie**.
5. **Czytaj** dokładnie wszystko, **co podpisujesz**, szczególnie to co zostało zapisane „drobnym drukiem”.
6. Sprawdzaj, czy wraz z dziełem **otrzymałeś wszystkie wymagane dokumenty**.
7. Jeśli kupujesz towar wraz z usługą, np. szampon od fryzjerki – **weź paragon na zakupiony towar**.
8. Usługodawca powinien **wraz z dziełem** wydać wszystkie elementy jego wyposażenia, instrukcję obsługi, sposób konserwacji, inne dokumenty itp.
9. Wszystkie dokumenty związane z dziełem powinny być sporządzone **w języku polskim**, lub jeżeli rodzaj informacji na to pozwala, w formie graficznej.

Po zakończeniu usługi weź paragon potwierdzający jej wykonanie.