

KONTROLA INSPEKCJI HANDLOWEJ

I PÓŁROCZE 2021 r.

*EKSPOZYCJA
CEN
TOWARÓW
I USŁUG*

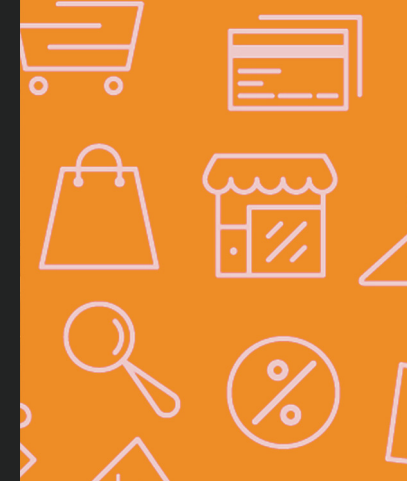


U·K·K

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów



INFORMACJE OGÓLNE



Cena jest jednym z czynników, który - poza marką oraz indywidualnymi preferencjami konsumentów - ma wpływ na decyzje o zakupie towaru, czy usługi. Konsument powinien mieć pełną informację o towarze, w tym również o wysokości jego ceny. Rzetelna informacja o wysokości ceny oraz ceny jednostkowej a także możliwość porównania cen podobnych produktów to realizacja jednego z podstawowych praw konsumentów – prawa do informacji.

Na podstawie Planu kontroli na 2021 r. Inspekcja Handlowa prowadzi na terenie całego kraju kontrole, których celem jest sprawdzenie przestrzegania przez przedsiębiorców obowiązków w zakresie informowania o cenach towarów i usług oraz sposobu uwidocznienia informacji o cenach .

W toku kontroli inspektorzy sprawdzają, czy w miejscu sprzedaży detalicznej lub

w miejscu świadczenia usług przedsiębiorcy uwidaczniają w sposób jednoznaczny, niebudzący wątpliwości oraz umożliwiający porównanie cen, ceny towarów (usług) oraz ceny jednostkowe , a także porównywano zgodność uwidocznionych cen z cenami zakodowanymi w kasie, w czytniku oraz informacjami podanymi w materiałach reklamowych.

USTALENIA KONTROLI



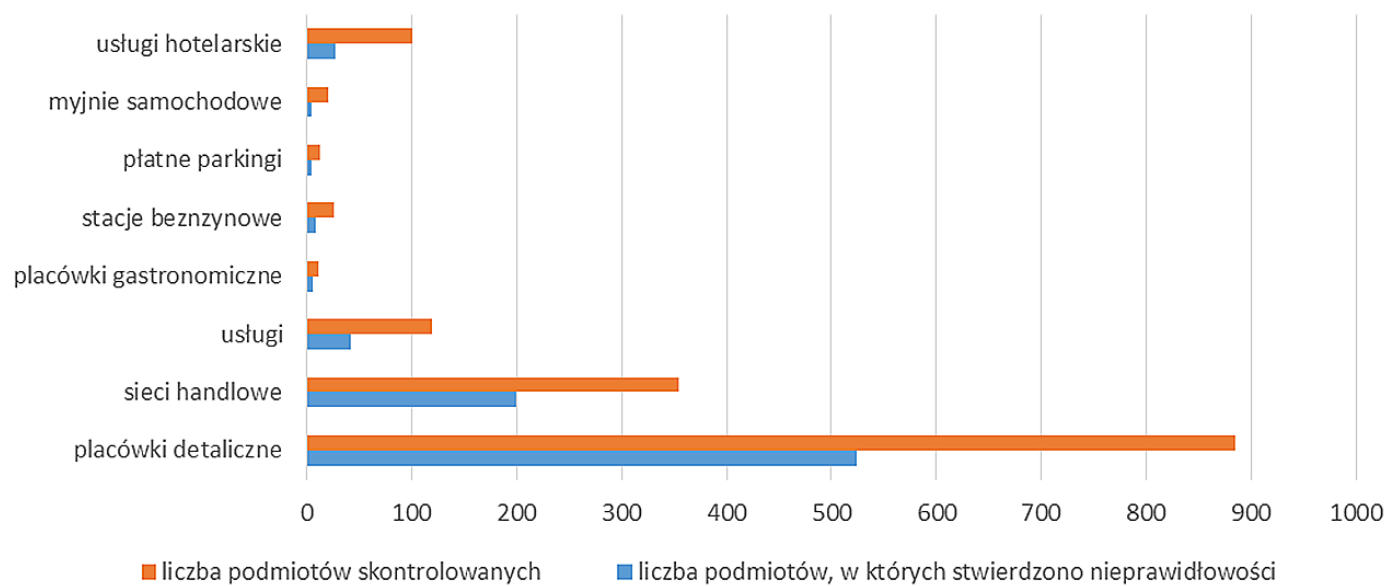
W pierwszym półroczu 2021 roku kontrolą objęto łącznie 1530 przedsiębiorców, w tym:

- 355 placówek należących do sieci handlowych,
- 885 placówek detalicznych,
- 119 placówek, w których przedsiębiorcy prowadzili działalność usługową,
- 11 placówek gastronomicznych,
- 21 myjni samochodowych,
- 26 stacji benzynowych,
- 13 parkingów,
- 100 placówek, w których przedsiębiorcy prowadzili działalność usługową w zakresie hotelarstwa, a w tym w 93 umożliwiających płatność bonem turystycznym.

Nieprawidłowości stwierdzono u 816 przedsiębiorców (53,3 proc. skontrolowanych) ,w tym:

- w 199 placówkach należących do sieci handlowych,
- w 524 placówkach detalicznych,
- w 6 placówkach gastronomicznych,
- w 42 placówkach, w których przedsiębiorcy prowadzili działalność usługową,
- na 9 stacjach benzynowych,
- w 5 myjniach samochodowych,
- na 4 parkingach,
- 27 placówkach, w których przedsiębiorcy prowadzą działalność w zakresie hotelarstwa.

USTALENIA KONTROLI



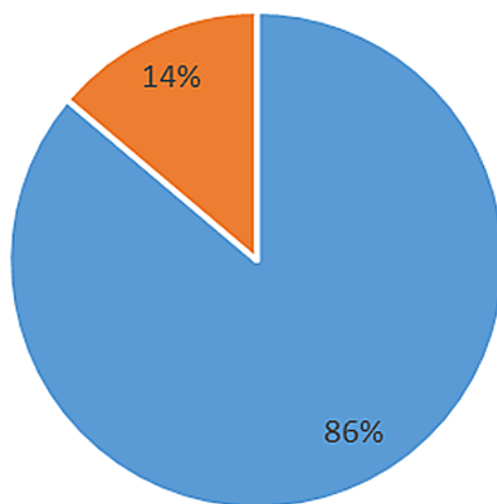
WYKRES 2. WYNIKI KONTROLI U PRZEDSIĘBIORCÓW

Źródło: Opracowanie własne na podstawie informacji wojewódzkich inspektoratów Inspekcji Handlowej.



USTALENIA KONTROLI

IH skontrolowała
280.084 partii produktów
i zakwestionowała sposób
oznakowania ceną
u **38.770** z nich.



- liczba partii niekwestionowanych z uwagi na sposób oznaczenia ceną
- liczba partii kwestionowanych z uwagi na sposób oznaczenia ceną



STWIERDZANE NIEPRAWIDŁOWOŚCI

- **W miejscach sprzedaży towarów:**
 - brak cen przy 6.923 partiach wyrobów (2,5 proc. zbadanych),
 - nieprawidłowe oznaczenia ceną w przypadku 816 partii produktów (0,29 proc. skontrolowanych),
 - brak cen jednostkowych przy 31.244 partiach wyrobów (11,2 proc. skontrolowanych), a przy 1916 partiach błędnie wyliczono cenę jednostkową (0,68 proc. skontrolowanych).
- **Na stacjach benzynowych** stwierdzono jedynie nieprawidłowości dot. uwidocznienia cen przy produktach, nie stwierdzono natomiast aby ceny paliw były niewidoczne dla kierowców zbliżających się do stacji benzynowej.
- **Na parkingach** stwierdzono brak cenników dla kierowców pojazdów zbliżających się do parkingu.
- **W pokojach hotelowych** brakowało katalogów z cenami oferowanych usług.
- **W placówkach świadczących różnego rodzaju usługi** odnotowano:
 - brak cennika,
 - niewłaściwie, budzące wątpliwości zapisy w cennikach, np. brak jednoznacznej ceny za świadczone usługi, np. ceny w przedziałach „od...do...” oraz w dolnej granicy ceny „od...”



STWIERDZANE NIEPRAWIDŁOWOŚCI

W przypadku lokali gastronomicznych – brak w cenniku informacji o ilości nominalnej oferowanych potraw i napojów.

W 1022 placówkach sprzedaży detalicznej inspektorzy dokonali **porównania zgodności cen uwidocznionych z cenami zakodowanymi w kasie**. Niezgodności na niekorzyść konsumentów stwierdzono w 49 placówkach (4,8 proc. skontrolowanych wyrobów).

Dodatkowo, w 1050 placówkach dokonując zakupu kontrolnego przed rozpoczęciem kontroli, sprawdzano rzetelność obsługi konsumentów, tj. czy w przypadku produktów sprzedawanych „na wagę” (np. ciast) sprzedawcy odliczają wagę opakowania, czy nie - co prowadziłoby do pobierania wyższej należności. Nieprawidłowości stwierdzono w **55** przypadkach.

Stwierdzone nieprawidłowości dały podstawę do wydania:

- 443 decyzji nakładających na przedsiębiorców kary pieniężne o łącznej kwocie 295.902 zł za naruszenie obowiązków wynikających z przepisów w zakresie informowania o cenach,
- 6 decyzji nakładających na przedsiębiorców kary pieniężne o łącznej kwocie 57.300 zł za kolejne naruszenie obowiązków wynikających z przepisów w zakresie informowania o cenach.



WAŻNE

W miejscu sprzedaży detalicznej:

- cena towaru powinna być umieszczona w miejscu ogólnodostępnym i dobrze widocznym dla konsumentów, na towarze, bezpośrednio przy towarze lub w bliskości towaru, którego dotyczy,
- obok ceny powinna znaleźć się cena jednostkowa towaru, czyli cena za jednostkę miary (np. za 1 litr lub kilogram) ,
- cenę i cenę jednostkową uwidacznia się m.in. na wywieszce, w cenniku, katalogu,
- na obwolucie,
- w przypadku towaru sprzedawanego luzem uwidacznia się cenę jednostkową.

Na stacjach benzynowych, czy płatnych parkingach ceny powinny być tak umieszczone, by były one czytelne dla kierowców pojazdów zbliżających się do stacji/parkingu, poruszających się po drogach publicznych.

W przypadku usług:

- cena uwidoczniona jest w cenniku (ogólnodostępnym i dobrze widocznym), a w przypadku świadczenia usług wyłącznie u konsumenta, sprzedawca powinien przedstawić cennik (w formie pisemnej lub elektronicznej) przed wykonaniem usługi,
- obok ceny powinno znaleźć się dokładne określenie rodzaju i zakresu usługi,
- przy uwidacznianiu cen za usługi mogą być podane stawki

godzinowe, stawki procentowe, ceny za kilometr i inne stawki przeliczeniowe, które powinny zawierać wszystkie elementy składowe ceny,

- ceny za przejazd do odbiorcy usługi powinny być wycenione niezależnie od wyceny usługi,
- w przypadku, gdy cena za wykonanie usługi nie obejmuje wartości materiałów i towarów niezbędnych do jej realizacji, sprzedawca musi o tym wyraźnie poinformować konsumenta.

W przypadku działalności gastronomicznej, ceny oferowanych potraw, wyrobów i innych usług powinny być umieszczone w cenniku, który musi zawierać również **pełne nazwy potraw oraz określenie ich ilości,**

Konsument powinien otrzymać cennik przed złożeniem zamówienia a dodatkowo, **cennik powinien być wywieszony w miejscu ogólnodostępnym wewnątrz lub na zewnątrz lokalu gastronomicznego,**

W przypadku usług w zakresie hotelarstwa, cennik zawierający informacje o cenach oferowanych noclegów, ewent. potraw, wyrobów, żywienia i innych usług, czy dodatkowych opłatach (np. związanych z korzystaniem z hotelowej linii telefonicznej) powinien być dostępny w każdym pokoju hotelowym,

W przypadku rozbieżności lub wątpliwości co do ceny za oferowany towar lub usługę konsument ma prawo do żądania sprzedaży towaru lub usługi po cenie dla niego najkorzystniejszej.