



PREZES
NAJWYŻSZEJ IZBY KONTROLI
Marian Banaś

KBF.411.3.3.2023

Pan
Tomasz Chróstny
Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji
i Konsumentów
Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów
pl. Powstańców Warszawy 1
00-950 Warszawa

WYSTĄPIENIE POKONTROLNE

I/23/003/KBF – Finansowanie i realizacja zadań związanych z edukacją klientów podmiotów
rynku finansowego

I. Dane identyfikacyjne

Jednostka kontrolowana	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa ¹
Kierownik jednostki kontrolowanej	Tomasz Chróstny, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów od 27 stycznia 2020 r.
Zakres przedmiotowy kontroli	Finansowanie i realizacja zadań związanych z edukacją klientów podmiotów rynku finansowego
Okres objęty kontrolą	Od 1 stycznia 2021 r. do 31 maja 2023 r., z wykorzystaniem dowodów sporządzonych przed i po tym okresie, związanych z zakresem przedmiotowym kontroli
Podstawa prawna podjęcia kontroli	Art. 2 ust. 1 ustawy z dnia 23 grudnia 1994 r. o Najwyższej Izbie Kontroli ²
Jednostka przeprowadzająca kontrolę	Najwyższa Izba Kontroli Departament Budżetu i Finansów
Kontroler	Tomasz Wańkowicz, główny specjalista kontroli państwowej, upoważnienie do kontroli nr KBF/41/2023 z 29 czerwca 2023 r.

(akta kontroli: str. 1)

¹ Dalej także: Urząd lub UOKiK.

² Dz. U. z 2022 r. poz. 623; dalej także: ustawa o NIK.

II. Ocena ogólna³ kontrolowanej działalności

OCENA OGÓLNA

Najwyższa Izba Kontroli ocenia pozytywnie wykonanie przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz kierowanego przez niego Urzędu zadań w zakresie prowadzenia działalności edukacyjnej na rzecz klientów podmiotów rynku finansowego w okresie od 1 stycznia 2021 r. do 31 maja 2023 r.

Działania informacyjno-edukacyjne prowadzone przez UOKiK w badanym okresie odpowiadały zidentyfikowanym przez Urząd problemom zgłaszanym przez klientów podmiotów rynku finansowego. Urząd przede wszystkim prowadził kampanie społeczne, organizował konferencje, debaty i warsztaty oraz opracowywał i bezpłatnie dystrybuował publikacje z zakresu ochrony konsumentów na rynku finansowym. UOKiK realizował również projekty edukacyjne, których celem było podnoszenie świadomości konsumenckiej i wiedzy o nowych oraz obowiązujących regulacjach prawnych związanych z prawami konsumentów.

Narzędziem prowadzenia polityki informacyjno-edukacyjnej były przede wszystkim strony internetowe Urzędu. UOKiK informował za ich pośrednictwem o działaniach prowadzonych przez Prezesa Urzędu, przeprowadzał konkursy i szkolenia, udostępniał kalkulatory finansowe, realizował kampanie społeczne oraz mierzył efektywność ich odbioru i zasięg oddziaływania. Koszty działalności edukacyjnej realizowanej przez UOKiK w okresie od 1 stycznia 2021 r. do 31 maja 2023 r. wyniosły 3722,5 tys. zł.

Prowadząc działalność edukacyjną UOKiK współpracował z innymi podmiotami, organizacjami i grupami realizującymi zadania związane z ochroną interesów i edukacją klientów podmiotów rynku finansowego.

W badanej próbie nie stwierdzono niecelowego i niegospodarnego wydatkowania środków publicznych, jak również nie wniesiono uwag do celowości i rzetelności realizacji badanych zadań edukacyjno-informacyjnych w tym zakresie.

III. Opis ustalonego stanu faktycznego

OBSZAR

Finansowanie i realizacja zadań związanych z edukacją klientów podmiotów rynku finansowego

Opis stanu faktycznego

Zarządzeniem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z 21 grudnia 2021 r. UOKiK nadano regulamin organizacyjny⁴. W § 36 zarządzenia wskazano Departament Komunikacji (dalej także: DK), który odpowiadał za realizację zadań związanych z działalnością informacyjną i edukacyjną dotyczącą spraw należących do właściwości Prezesa Urzędu oraz za kształtowanie wizerunku Urzędu.

Zgodnie z zarządzeniem, do zadań DK należało m.in.: zarządzanie i administrowanie zawartością strony internetowej Urzędu (www.uokik.gov.pl) oraz tematycznych serwisów internetowych Urzędu, z wyłączeniem serwisów i części strony internetowej Urzędu, których zawartością zarządzają inne komórki organizacyjne Urzędu, koordynowanie działań popularyzujących wiedzę o ochronie konkurencji i konsumentów, w tym przygotowywanie i realizacja programów edukacyjnych i informacyjnych, wydawanie publikacji oraz organizowanie ich dystrybucji, a także

³ Najwyższa Izba Kontroli formułuje ocenę ogólną jako ocenę pozytywną, ocenę negatywną albo ocenę w formie opisowej.

⁴ Dz. Urz. UOKiK z 2021 r. poz. 10.

przeprowadzanie projektów badawczych (badań społecznych) z zakresu zadań Prezesa Urzędu.

Ponadto do zadań Biura Prezesa Urzędu należało m.in. wykonywanie zadań związanych z dotacjami przekazywanymi z budżetu państwa na realizację zadań w dziedzinie ochrony konsumentów (Zespół ds. projektów), a także przygotowywanie i monitorowanie wykonywania porozumień dotyczących współpracy Prezesa Urzędu z innymi organami i instytucjami krajowymi.

W ramach Departamentu Komunikacji powołano Zespół ds. edukacji i promocji⁵. Do jego zadań należało m.in.: koordynowanie działań popularyzujących wiedzę o ochronie konkurencji i konsumentów oraz o działaniach podejmowanych w tym zakresie przez Prezesa Urzędu i Inspekcję Handlową, w szczególności poprzez przygotowywanie i realizację programów edukacyjnych i informacyjnych finansowanych z budżetu państwa lub funduszy, organizowanie wydarzeń (w tym konferencji i seminariów) krajowych oraz międzynarodowych, wydawanie publikacji oraz ich dystrybuowanie, rozpatrywanie wniosków o udzielenie patronatu przez Prezesa Urzędu, realizację konkursów dla różnych grup odbiorców, a także opracowywanie pod względem redakcyjnym materiałów i informacji przygotowanych przez komórki organizacyjne Urzędu i przeznaczonych do zamieszczenia na stronach internetowych.

(akta kontroli: str. 121-150)

W Departamencie Komunikacji, w okresie objętym kontrolą, przeciętne zatrudnienie wyniosło: w 2021 r. – 14,3 etatu, w 2022 r. – 18,3 etatu, a w pięciu pierwszych miesiącach 2023 r. – 20,7 etatu. W DK zatrudnionych było: na koniec 2021 r. – 15 osób, w tym pięć w Zespole ds. edukacji i promocji i cztery w Zespole multimedialnym; na koniec 2022 r. – 21 osób, w tym w powyższych zespołach odpowiednio siedem i sześć osób; a na 31 maja 2023 r. – 21 osób, odpowiednio po siedem osób.

(akta kontroli: str. 151)

W okresie objętym kontrolą wykonanie budżetu Departamentu Komunikacji wyniosło:

- w 2021 r. – 759,7 tys. zł, co stanowiło 96,5% planu po zmianach (787,5 tys. zł);
- w 2022 r. – 496,2 tys. zł, co stanowiło 97,1% planu po zmianach (511,1 tys. zł);
- od stycznia do maja 2023 r. – 106,7 tys. zł (plan zakłada wydatki w wysokości 1074,7 tys. zł).

Wydatki budżetu Departamentu Komunikacji w 2021 r. obejmowały głównie następujące pozycje:

- materiały promocyjne, w tym: promocja symulatora *konsument.edu.pl* i poradnictwa dla konsumentów; upominki dla młodzieży i dzieci w ramach realizacji i wspierania projektów edukacyjnych – 137,3 tys. zł;
- materiały audiowizualne i graficzne dotyczące działań informacyjno-edukacyjnych, monitoring mediów i usługa mailingowa – 119,9 tys. zł;
- kampania *Zmowa rynkowa? Daj sygnał!* – 110,7 tys. zł;
- strony internetowe UOKiK, w tym aktualizacja strony głównej *uokik.gov.pl* i strony *placezabaw.uokik.gov.pl*; badanie użyteczności i projekt nowej strony *prawakonsumenta.uokik.gov.pl* – 92,2 tys. zł;
- projekt edukacyjny *ABC małego konsumenta* – 68,4 tys. zł.

W 2022 r. wydatki Departamentu Komunikacji obejmowały głównie:

⁵ Zarządzenie nr 17/2021 Dyrektora Generalnego UOKiK z 7 kwietnia 2021 r. ws. ustalenia regulaminu wewnętrznego Departamentu Komunikacji.

- materiały audiowizualne i graficzne dotyczące działań informacyjno-edukacyjnych, monitoring mediów i usługa mailingowa – 131,7 tys. zł;
- materiały promocyjne, w tym: promocja symulatora *konsument.edu.pl* i poradnictwa dla konsumentów; upominki dla młodzieży i dzieci w ramach realizacji projektów edukacyjnych – 121,1 tys. zł;
- druk, korekta, przygotowanie plików, w tym: prace magisterskie i doktorskie, sprawozdanie roczne UOKiK – 107,5 tys. zł;
- badanie społeczne dotyczące reklamy w Internecie – 35,9 tys. zł.

W przypadku Biura Prezesa Urzędu planowane wykonanie budżetu w 2021 r. wyniosło 90,6% (1680,4 tys. zł). Wydatki dotyczyły głównie dotacji udzielanych fundacjom i stowarzyszeniom w łącznej kwocie 1550 tys. zł, w szczególności na funkcjonowanie infolinii konsumenckiej i poradnictwa mailowego. W 2022 r. wykonanie wydatków wyniosło 462,1 tys. zł (81,9% planu po zmianach) i odnosiło się do dotacji dla fundacji (200 tys. zł) i pozostałych zakupów (262,1 tys. zł). W okresie od stycznia do maja 2023 r. wydatki Biura Prezesa wyniosły 217,4 tys. zł (41,8% całorocznego planu) i związane były głównie z dotacjami udzielonymi fundacjom (200 tys. zł). Szerzej na temat dotacji dla Fundacji Rozwoju Edukacji Cyfrowej, Fundacji LexCultura i Fundacji Propublika w dalszej części wystąpienia.

(akta kontroli: str. 18-24)

Działania informacyjno-edukacyjne UOKiK koncentrowały się na zagadnieniach prawnych i ekonomicznych, obejmujących różne obszary kompetencyjne Prezesa Urzędu. Ochrona interesów konsumentów, w tym na rynku usług finansowych, była jednym z elementów tej ochrony. Potrzeby w zakresie działalności edukacyjnej były identyfikowane na podstawie analiz działalności orzeczniczej UOKiK i powiązanego z nią monitoringu i obserwacji rynku, w szczególności analiz skarg konsumenckich lub sygnałów od innych instytucji. Drugim podstawowym obszarem działań edukacyjnych było upowszechnianie wiedzy na temat praw konsumentów (np. zmian w tym zakresie).

W badanym okresie działania te polegały na realizacji kampanii społecznych i projektów edukacyjnych (np. kampania *Stracisz dane, stracisz pieniądze* i projekt *Młódzież z prawem na cz@sie*), prowadzeniu stron internetowych⁶ i prowadzenia kampanii za pośrednictwem mediów społecznościowych (np. na profilu UOKiK na Instagramie), współpracy z mediami i instytucjami, organizacji wydarzeń i konkursów (np. konkurs na najlepsze prace magisterskie i doktorskie w celu upowszechniania wiedzy z zakresu ochrony konsumentów), działalności wydawniczej (publikacje pn. *Seniorze, nie daj się oszukać!* czy *Rekomendacje Prezesa UOKiK dotyczące oznaczania treści reklamowych przez influencerów w mediach społecznościowych*) oraz finansowaniu projektów edukacyjnych realizowanych przez organizacje konsumenckie (np. *prawakonsumenta.uokik.gov.pl*).

(akta kontroli: str. 5-11, 21-24)

Z wyjaśnienia Radcy Prezesa UOKiK wynika, że *mimo iż ochrona konsumentów na rynku finansowym jest jednym z kluczowych obszarów działania Prezesa UOKiK, to należy mieć na uwadze, że branża finansowa pozostaje jedną z wielu, w ramach których jest on zobowiązany do podejmowania interwencji. Kompetencje Prezesa Urzędu mają charakter horyzontalny i dotyczą szeroko ujmowanego rynku produktów i usług oferowanych konsumentom, poczynając od jakości produktów, rynku usług*

⁶ Strony internetowe prowadzone w Urzędzie Ochrony Konkurencji i Konsumentów: *uokik.gov.pl*, *konkurencja.uokik.gov.pl*, *przewagakontraktowa.uokik.gov.pl*, *zatoryplatnicze.uokik.gov.pl*, *prawakonsumenta.uokik.gov.pl*, *finanse.uokik.gov.pl*, *polubowne.uokik.gov.pl*, *malykonsument.uokik.gov.pl*, *plac zabaw.uokik.gov.pl*, *konsument.edu.pl*.

telekomunikacyjnych, turystyki, po usługi związane z zaopatrzeniem w energię elektryczną, gaz i wodę, rynek deweloperski itd. Rynek usług finansowych, a w szczególności rynek usług inwestycyjnych, jest zatem jednym z wielu, na których Prezes UOKiK podejmuje działania.

(akta kontroli: str. 468-476)

Szacowanie efektów działań edukacyjnych opierało się w Urzędzie na: analizie efektów podobnych działań prowadzonych we wcześniejszych okresach; analizie grup docelowych i ich potrzeb poznawczo-behawioralnych, a także na podstawie zmian oraz rozwoju narzędzi i kanałów komunikacji, w tym narzędzi cyfrowych. Urząd monitorował efekty działań poprzez określone wskaźniki (np. liczbę odsłon stron internetowych, liczbę pobrań/zamówień danej publikacji, liczbę instytucji, które włączyły się w inicjatywę). Zdaniem UOKiK, wskazywało to na właściwe działanie Urzędu, gdyż jego inicjatywy cieszyły się dużym zainteresowaniem społecznym

(akta kontroli: str. 475, 493-495)

Monitoring zjawisk na rynku finansowym, podobnie jak i na pozostałych rynkach, opierał się w badanym okresie przede wszystkim na analizie sygnałów wpływających do Urzędu. W latach 2021-2022 do urzędu wpłynęło łącznie 258 709 sygnałów w sprawach konsumenckich⁷, z czego 222 379 za pośrednictwem infolinii konsumenckiej i systemu e-porad.

(akta kontroli: str. 470)

Zrealizowany przez Urząd plan wydawniczy w okresie od stycznia 2021 r. do maja 2023 r. obejmował następujące pozycje:

- prace magisterskie laureatów konkursu Prezesa UOKiK – w 2021 r. sześć tytułów o łącznym nakładzie 435 sztuk (wersje elektroniczne pobrano ok. 17 tys. razy), w 2022 r. – dziewięć tytułów o łącznym nakładzie 600 sztuk (wersje elektroniczne pobrano ok. 5 tys. razy), od stycznia do maja 2023 r. nie publikowano konkursowych prac magisterskich;
- sprawozdanie z działalności UOKiK za 2021 r. – 350 sztuk i ok. 3,6 tys. pobrań wersji elektronicznej;
- ulotki i broszury – w 2021 r. nakład wyniósł 4,5 tys. sztuk (*Seniorze, nie daj się oszukać* i *Sprawdź, jak nie dać się złapać oszustom w sieci – konsument.edu.pl*), w 2022 r. – odnotowano łącznie ponad 50 tys. pobrań wersji elektronicznych zatytułowanych: *Twoje prawa w Polsce – vademecum konsumenta* (w trzech wersjach językowych), rekomendacje Prezesa UOKiK dotyczące oznaczania treści reklamowych przez influencerów w mediach społecznościowych i instatipy dla konsumentów (dwie wersje językowe), w 2023 r. – odnotowano ok 56 tys. pobrań ze stron UOKiK ulotek odnoszących się do reklamacji, pomocy dla konsumentów, informacji o obniżkach cen oraz rekomendacji Prezesa Urzędu.

(akta kontroli: str. 21-23)

W trakcie kontroli szczegółowym badaniom poddano cztery działania w zakresie ochrony konsumentów na rynku usług finansowych. Były to następujące akcje i kampanie:

1. Akcja promocyjna – *konsument.edu.pl*, prowadzona od czerwca do grudnia 2021 r. z możliwością korzystania do chwili obecnej;
2. Kampania *Policz i nie przelicz się*, prowadzona w okresie wrzesień-listopad 2021 r.;

⁷ Sprawozdania z działalności UOKiK za 2021 r. i 2022 r. <https://uokik.gov.pl/publikacje.php?tag=1>

3. Kampania *Stracisz dane, stracisz pieniądze*, prowadzona od grudnia 2022 r. do maja 2023 r.;
4. Aktualizacja kalkulatora finansowego oraz formularz dotyczący Funduszu Wsparcia Kredytobiorców – akcja prowadzona od 2021 r.

(akta kontroli: str. 6-11, 199-467)

Ad 1.) Akcja promocyjna – *konsument.edu.pl* jest to interaktywne narzędzie edukacyjne służące podwyższaniu kompetencji konsumenckich, finansowych i w obszarze cyberbezpieczeństwa, przede wszystkim przeznaczone dla młodzieży. Powyższa strona internetowa jest symulatorem portalu społecznościowego, w którym zawarty jest 10 zdarzeń-pułapek realnie spotykanych w sieci, np.: inwestycja alternatywna, oszustwo zakupowe, wyłudzenie kodu BLIK, pułapka na subskrybenta, piramida finansowa czy fałszywa zbiórka charytatywna. Użytkownik, oglądając film reklamowy, czyta post, wybiera towar, decyduje o sposobie dostawy i formie płatności, wypełnia formularz, wchodzi w konwersację z chatbotem, poznaje konsekwencje lekkomyślnych decyzji, które mogą oznaczać wymierne straty finansowe. Uzyskuje on w ten sposób informacje, jak w podobnej sytuacji postąpić, na co zwrócić uwagę i gdzie zwrócić się po pomoc. Strona zawiera również specjalną sekcję dla nauczycieli i edukatorów ze scenariuszami lekcji, testami wiedzy i materiałami wideo.

Według danych UOKiK, użytkownicy strony internetowej dokonali w 2021 r. – 7,7 tys. odsłon, w 2022 r. – 10,2 tys. odsłon, a w okresie styczeń-maj 2023 r. – 2,5 tys. odsłon. Koszt powyższego przedsięwzięcia wyniósł 28,6 tys. zł. Na kwotę tę składały się zakup bazy elektronicznej z wykazem domów kultury w Polsce, reklama symulatora w czasopiśmie branżowych, produkcja animacji promującej narzędzie edukacyjne w formie spotu i obsługa techniczna oraz wsparcie merytoryczne warsztatów poświęconych narzędziu edukacyjnemu *konsument.edu.pl*.

Ad 2.) Kampania społeczna *Policz i nie przelicz się* zwracała uwagę na ryzyko utraty oszczędności i konieczność zachowania ostrożności przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych. Niskie stopy procentowe zachęcały konsumentów do lokowania środków w różnego typu instrumenty finansowe lub zakupu nieruchomości na kredyt, z czym związane było ryzyko realnej straty oszczędności, bądź niemożności spłaty zobowiązań w przyszłości. Kampania polegała na emisji dwóch 30-sekundowych spotów w telewizji, radiu, na stronach internetowych, w mediach społecznościowych, a także na nośnikach w przestrzeni publicznej.

Dzięki staraniom UOKiK w kampanię⁸ włączyło się: 177 podmiotów, które bezpłatnie ją wsparły, w tym 71 stacji telewizyjnych i radiowych, 45 serwisów internetowych, 10 przedsiębiorstw transportu publicznego i właścicieli nośników oraz 46 instytucji (administracja publiczna i samorządowa, rzecznicy konsumentów, wojewódzkie inspektoraty Inspekcji Handlowej). Materiały kampanii pobrano ze strony UOKiK w ilości: 5416 (2021 r.), 1465 (2022 r.) i 242 (w okresie od stycznia do maja 2023 r.).

Ponadto UOKiK przygotował kalkulator (odsłony kalkulatora w 2021 r. – 384 077, w 2022 r. – 2 147 029 odsłon, a w pięciu miesiącach 2023 r. – 547 830 odsłon), dzięki któremu można sprawdzić, o ile orientacyjnie wzrośnie rata kredytu przy zmianie jego oprocentowania. Koszt całkowity kampanii wyniósł 18,5 tys. zł, w tym: produkcja spotów – 7,8 tys. zł; emisja spotów – bezkosztowo; kalkulator zmiany oprocentowania kredytu hipotecznego – 10,7 tys. zł.

⁸ Materiały kampanii dostępne są na stronie UOKiK, ścieżka: Edukacja – Działania edukacyjne – Policz i nie przelicz się!

Ad 3.) Kampania społeczna *Stracisz dane, stracisz pieniądze* zwracała uwagę na problem oszustw, których ofiarami padają konsumenci, w tym seniorzy. Wyludzenie danych stwarza poważne ryzyko utraty środków finansowych. Urząd apelował o wzmożoną ostrożność w tym zakresie. Planując kampanię *Stracisz dane, stracisz pieniądze!*, UOKiK brał pod uwagę wyniki raportu z 2020 r. dot. aplikacji finansowych⁹ (szerzej opisany w dalszej części wystąpienia). W kampanii poruszono m.in. kwestię ryzyka utraty danych poprzez zainstalowanie szkodliwej aplikacji, a także porad dla konsumentów, którzy mają podejrzenia, czy ich telefon nie został zainfekowany tego typu oprogramowaniem. Materiał edukacyjny stanowiły dwa 30-sekundowe spoty (komunikaty) przeznaczone do emisji w telewizji, radiu, na stronach internetowych, w mediach społecznościowych, a także na nośnikach w przestrzeni publicznej. W kampanię włączyło się m.in.: 211 podmiotów, które bezpłatnie wsparły kampanię, w tym 77 stacji radiowych i telewizyjnych, 62 instytucje (administracja publiczna i samorządowa, rzecznicy konsumentów, wojewódzkie inspektoraty Inspekcji Handlowej), 48 serwisów internetowych, dziewięć przedsiębiorstw transportu publicznego, siedem grup medialnych i przedsiębiorstw transportu publicznego, sześć tytułów prasy drukowanej i dwie grupy medyczne¹⁰.

Dodatkowo odbyły się poradnicze webinaria¹¹:

- *Na co uważać, żeby nie stracić danych i pieniędzy?* – 16 grudnia 2022 r., 261 wyświetleń na YouTube;
- *Stracisz dane, stracisz pieniądze! Jak nie paść ofiarą oszustów* – 18 stycznia 2023 r., 252 wyświetlenia na YouTube.

Kampanii towarzyszył cykl edukacyjnych komunikatów prasowych poświęconych sytuacjom, w których może dojść do wyludzenia danych i kradzieży pieniędzy z rachunku bankowego. Ostrzeżenia dotyczyły m.in. wiadomości SMS lub e-mail, zawierających niebezpieczne linki lub aplikacje, podszywania się pod pracowników instytucji (np. banków) czy też stosowania przez cyberoszustów chwytów socjotechnicznych, osłabiających czujność konsumentów. W materiałach prasowych były też wskazówki i porady, jak zachowywać się, aby nie paść ofiarą przestępców. Efekty kampanii to: 2022 r. – 1805 odsłon, a w okresie od stycznia do maja 2023 r. – 3597 odsłon strony. Łączny koszt kampanii wyniósł 30,1 tys. zł i obejmował w szczególności produkcję spotów informacyjnych (27,7 tys. zł).

Ad 4.) Strona finanse.uokik.gov.pl informuje o nieautoryzowanych transakcjach, inwestycjach alternatywnych, kredytach konsumenckich i hipotecznych. Oprócz aktualności oraz sekcji z pytaniami i odpowiedziami na najczęściej zadawane pytania, znajdują się tu praktyczne narzędzia webowe, w tym kalkulator zmiany oprocentowania kredytu hipotecznego, który umożliwia konsumentowi wstępne sprawdzenie, czy znajdując się w trudnej sytuacji finansowej, może uzyskać pomoc w ramach Funduszu Wsparcia Kredytobiorców. Łączny koszt uaktualnienia kalkulatora wyniósł 10,3 tys. zł. Efektem tego działania był znaczący wzrost wykorzystania kalkulatora zmiany oprocentowania kredytu hipotecznego mierzony liczbą jego odsłon z 384 tys. w 2021 r. do 2147 tys. w 2022 r. i 547,8 tys. odsłon w okresie styczeń-maj 2023 r. oraz kalkulatora wcześniejszej spłaty kredytu, odpowiednio: 12,5 tys., 228,6 tys. i 78,4 tys. odsłon.

Działania Urzędu w zakresie badanej próby były zgodne z wewnętrznymi regulacjami dotyczącymi udzielania zamówień publicznych, tj. zarządzeniem Dyrektora

⁹ https://uokik.gov.pl/badania_spoleczne.php

¹⁰ Materiały kampanii dostępne na stronach internetowych UOKiK, ścieżka: Edukacja – Działania edukacyjne – Stracisz dane, stracisz pieniądze!

¹¹ Webinaria są dostępne na kanale YouTube UOKiK oraz stronie <https://www.infoliniakonsumencka.pl/>

Generalnego w sprawie trybu postępowania w zakresie dokonywania wydatków ze środków publicznych i udzielania zamówień publicznych wraz z regulaminem¹². Urząd prawidłowo stosował zasady zachowania uczciwej konkurencji oraz równego traktowania wykonawców, a realizacja zamówień (pod kątem przedmiotu zamówienia, terminu realizacji i wysokości wynagrodzenia wykonawcy) była zgodna z postanowieniami zawartych umów.

Zasady współpracy UOKiK z innymi instytucjami chroniącymi interesy klientów podmiotów rynku finansowego w obszarze edukacji finansowej nie miały charakteru formalnego. Były one określane na bieżąco, w zależności od specyfiki danej inicjatywy. Współpracę inicjował podmiot/instytucja, który organizował dane wydarzenie, prowadził dany projekt. Propozycja współpracy kierowana była do UOKiK w formie zaproszenia lub prośby o współpracę. W przypadku patronatów Prezesa UOKiK nad danymi przedsięwzięciami prośby przekazywane były w formie wniosku, zgodnie z regulaminem dostępnym na stronie internetowej UOKiK¹³. Odnosnie do inicjatyw zewnętrznych, zakres świadczonych usług ustalano na podstawie potrzeb zgłoszonych przez daną instytucję i zasobów/możliwości UOKiK.

Ewentualna współpraca polegała w szczególności na: organizacji tematycznego webinarium, przygotowaniu artykułu, udzieleniu patronatu Prezesa UOKiK, przekazaniu materiału promocyjno-informacyjnego. UOKiK włączał się również w promocję danej inicjatywy, m.in. zamieszczając informację na jej temat na swojej stronie internetowej lub w mediach społecznościowych.

W przypadku projektów organizowanych przez UOKiK zaproszenie do współpracy inicjowane było przez Urząd, czego przykładem była opisana we wcześniejszej części wystąpienia pokontrolnego kampania *Stracisz dane, stracisz pieniądze!*. Pisma z propozycją współpracy w zakresie kampanii przekazywane były wówczas do Ministerstwa Finansów, Komisji Nadzoru Finansowego i Rzecznika Finansowego.

W okresie od stycznia 2021 r. do maja 2023 r. UOKiK współpracował m.in. z:

- Urzędem Komisji Nadzoru Finansowego – przy organizacji corocznego, tygodniowego przedsięwzięcia edukacyjnego *Global Money Week* (miesiąc marzec w latach 2021-2023), gdzie UOKiK prezentował interaktywne narzędzia edukacyjne, strona *konsument.edu.pl* oraz webinaria nt. bezpieczeństwa finansów w sieci. W 2021 r. w czasie przedsięwzięcia zanotowano 2,7 tys. wizyt na symulatorze *konsument.edu.pl*, w 2022 r. w webinarium wzięło udział 1,3 tys. osób, a w 2023 r. – 916 osób;
- Urzędem Komunikacji Elektronicznej – przy organizacji webinarium *Wprowadzanie w błąd i przypadki „dark patterns”*¹⁴ – kwiecień 2021 r. Webinarium skierowane było do konsumentów i zanotowało 1,6 odsłon na stronie *www.youtube.com*;
- Zakładem Ubezpieczeń Społecznych – Dzień Seniora w 2021 r. i 2022 r. Współpraca polegała na sfinansowaniu łącznie 65 tys. magnesów promujących poradnictwo dla konsumentów, zwłaszcza seniorów, dołączanych do magazynu *ZUS dla Seniora*;
- Fundacją Giełdy Papierów Wartościowych przy organizacji skierowanego do nauczycieli, edukatorów i rodziców webinarium pn. *Rola edukacji*

¹² Zarządzenie nr 7/2023 Dyrektora Generalnego UOKiK z 4 marca 2023 r. oraz poprzednio obowiązujące: zarządzenie nr 13/2022 z 14 marca 2022 r., zarządzenie nr 21/2021 z 31 maja 2021 r. i zarządzenie nr 6/2019 z 21 stycznia 2019 r. wraz ze zmianami.

¹³ <https://uokik.gov.pl/patronat.php>

¹⁴ Interfejs użytkownika, który został starannie zaprojektowany, aby nakłonić użytkowników do wykonywania czynności, takich jak kupowanie zawyżonego ubezpieczenia przy zakupach lub rejestrowanie się w powtarzających się rachunkach (tłum.).

- konsumenckiej – prezentacja narzędzia konsument.edu.pl w październiku 2021 r. i Nowoczesna edukacja młodych konsumentów w listopadzie 2022 r., w których uczestniczyło odpowiednio 700 i 1000 osób;*
- Regionalnym Ośrodkiem Szkolenia Nauczycieli w Katowicach przy prezentowaniu symulatora *konsument.edu.pl* skierowanego do nauczycieli w czerwcu 2022 r. – 200 uczestników i webinarium *Młodzież z prawem na cz@sie* w marcu 2023 r. – 225 uczestników.

Ponadto Urząd współpracował z wojewódzkimi Inspektoratami Inspekcji Handlowej, Urzędem Marszałkowskim Województwa Wielkopolskiego, rzecznikami konsumentów i Stowarzyszeniem Rzeczników Konsumentów. UOKiK z tytułu współpracy z powyższymi instytucjami poniósł niewielkie koszty (ok. 36 tys. zł) związane z produkcją gadżetów promocyjnych, nagród, dyplomów i upominków.

Współpraca z regionalnymi rzecznikami konsumentów polegała m.in. na bieżącej wymianie informacji (telefonicznie i za pośrednictwem poczty elektronicznej) oraz poprzez rozsyłany do rzeczników specjalny newsletter¹⁵, zawierający informacje o postępowaniach prowadzonych przez Prezesa Urzędu, wydanych decyzjach, prowadzonych akcjach edukacyjnych i webinarach, w tym dotyczących obszaru edukacji finansowej. W newsletterach zawarto również pytania kierowane do rzeczników o otrzymywane przez nich skargi na konkretnych przedsiębiorców.

(akta kontroli: str. 24, 154-157, 497-499)

UOKiK udostępniał również bezpłatne materiały edukacyjne, w tym również dla lokalnych rzeczników konsumentów, poprzez stronę internetową *uokik.gov.pl* w wersji elektronicznej do pobrania (z możliwością samodzielnego wydruku), a część w wersji papierowej do zamówienia i wysyłki na koszt UOKiK. Rzecznicy konsumentów są regularnie informowani przez UOKiK, m.in. poprzez ww. newslettery, o dostępnych materiałach edukacyjnych, możliwości ich pobrania lub zamówienia.

W 2023 r. Urząd wsparł działania rzeczników konsumentów, przygotowując praktyczną publikację *Rewolucja konsumencka 2023 – przewodnik po zmianach w prawie konsumenckim* (specjalistyczny komentarz z przykładami). Publikacja ta jest dostępna zarówno w wersji elektronicznej, jak i papierowej. Urząd planuje skierować do rzeczników konsumentów ankietę potrzeb wydawniczych (tematyczną i ilościową), a następnie jej wyniki uwzględnić w planie wydawniczym na 2024 r.

(akta kontroli: str. 492-495)

Na podstawie art. 45 ust. 2 pkt 7 oraz art. 46 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów¹⁶ Prezes UOKiK może jako dysponent środków dotacji celowych przekazywanych z budżetu państwa zlecić realizację zadań, w tym w dziedzinie ochrony konsumentów, organizacjom konsumenckim. W 2021 r. Prezes UOKiK nie zlecał organizacjom konsumenckim działań edukacyjnych w zakresie ochrony klientów rynku finansowego. W roku 2022 na dotacje dla organizacji konsumenckich Prezes Urzędu przeznaczył kwotę 1600 tys. zł, w tym 1400 tys. zł przekazał na funkcjonowanie infolinii konsumenckiej i poradnictwa za pośrednictwem poczty elektronicznej, a pozostała kwota w wysokości 200 tys. zł została rozdysponowana na projekty edukacyjne. W 2022 r. Prezes UOKiK zawarł dwie umowy z organizacjami konsumenckimi:

- Fundacją Rozwoju Edukacji Cyfrowej na realizację zadania *ABC małego konsumenta* w okresie od 1 sierpnia 2022 r. do 31 grudnia 2023 r. Łączna kwota dotacji wyniosła 149,9 tys. zł, z czego na rok 2022 – 75 tys. zł i na 2023 r. –

¹⁵ W 2021 r. skierowano 10 newsletterów, w 2022 r. – sześć, a w 2023 – cztery.

¹⁶ Dz. U. z 2023 r. poz. 1689, ze zm.

74,9 tys. zł. Projekt edukacyjny skierowany został do dzieci w wieku przedszkolnym, nauczycieli przedszkolnych, edukatorów i rodziców. Polegał na przeprowadzeniu w 500 przedszkolach publicznych i niepublicznych w całej Polsce zajęć w oparciu o materiały edukacyjne opracowane przez UOKiK. W ramach projektu nauczyciel przeprowadzał w przedszkolu z grupami liczącymi minimum 10 osób w wieku 4-5 lat, dwa razy 30 minutowe zajęcia o tematyce konsumenckiej z wykorzystaniem nowych narzędzi edukacyjnych¹⁷.

- Fundacją LexCultura na realizację zadania *Młodzież z pr@wem na czasie* realizowanego w okresie od 30 września 2022 r. do 31 grudnia 2023 r. Kwota łączna dotacji wyniosła 250,1 tys. zł, z czego w 2022 r. – 125 tys. zł i w 2023 r. – 125,1 tys. zł. Projekt skierowany był do uczniów szkół ponadpodstawowych z terenu całej Polski. Polegał na zorganizowaniu spotkań edukacyjnych, których celem była edukacja młodzieży w zakresie aktualnych problemów konsumenckich, podstawowych praw, jakie przysługują konsumentom, ze szczególnym naciskiem na obszar finansów i cyberbezpieczeństwa¹⁸.

Ponadto w 2022 r. Urząd zawarł umowę z Fundacją Propublika na realizację zadania *Poradnictwo konsumenckie 2.0 w latach 2022-2023*. Zadanie polegało na prowadzeniu nieodpłatnego poradnictwa konsumenckiego w ramach infolinii konsumenckiej oraz e-porad. Jednym z elementów zadania było przeprowadzanie webinarów¹⁹, których tematyka była ustalana z UOKiK i poruszała aktualne problemy i zagrożenia, w tym finansowe. W okresie od stycznia 2022 r. do końca maja 2023 r. przeprowadzono 18 webinarów, a do końca projektu założono zorganizować łącznie 24 webinary i 12 podcastów. Planowany całkowity koszt zadania do poniesienia w latach jego realizacji, tj. w latach 2022-2023, wynosić będzie 2800 tys. zł.

W 2023 r. Prezes UOKiK nie zlecał nowych zadań edukacyjnych, kontynuowana była realizacja ww. zadań zleconych w 2022 r.

(akta kontroli: str. 13-14, 25-115)

W okresie od stycznia 2021 r. do maja 2023 r. UOKiK nie badał poziomu wiedzy konsumenckiej dotyczącej funkcjonowania rynku finansowego lub jego sektorów. Badanie związane z rynkiem finansowym pt. *Aplikacje finansowe – doświadczenia konsumentów* zostało przeprowadzone w październiku 2020 r.²⁰ W jego podsumowaniu stwierdzono, że już 68% konsumentów korzystało z aplikacji bankowych służących do obsługi konta bankowego. Główną motywacją zachęcającą do używania tego typu aplikacji była chęć przeprowadzania operacji bankowych bez konieczności każdorazowego logowania się na stronę internetową czy wizyty w stacjonarnym punkcie obsługi klienta. Stwierdzono, że respondenci mieli pozytywne zdanie na temat aplikacji finansowych, które były uważane za przydatne i ułatwiające dokonywanie płatności. Większość użytkowników nie miała obaw

¹⁷ Na interaktywnej stronie internetowej malykonsument.uokik.gov.pl opracowano scenariusze zajęć obejmujących dwa tematy *Jestem małym konsumentem* oraz *Robimy przemysłowe zakupy*. UOKiK stworzył m.in. tematyczne gry online – *Sklepowe memo* i *Na zakupach*, które pozwalają ćwiczyć pamięć, spostrzegawczość i logiczne myślenie, jednocześnie zapewniając zabawę przedszkolakom. Celem projektu było to, żeby dzieci dowiedziały się, że są konsumentami i poznały najważniejsze pojęcia z tym związane: co to jest paragon, reklamacja i jak robić przemysłowe zakupy. Dzieci dostały drobne upominki oraz dyplomy. Każde ze zgłoszonych do projektu przedszkoli otrzymało zestawy wszystkich potrzebnych materiałów oraz zestawy plastyczne, z których dzieci mogły wykonać prace plastyczne do organizowanego w ramach programu konkursu. Nagrodzone w konkursie przedszkola otrzymały nagrody. Premiera projektu – 20 września 2022 r. z okazji Ogólnopolskiego Dnia Przedszkolaka.

¹⁸ Treść merytoryczna zajęć oparta została o symulator konsument.edu.pl. Według planu w projekcie udział wezmą 123 szkoły z całej Polski, w których przeprowadzonych będzie 1200 zajęć z uczniami (ponad 21 tys. osób) i nauczycielami.

¹⁹ Dostępne na stronie: <https://www.infoliniakonsumentka.pl/webinary-podcasty/>

²⁰ <https://uokik.gov.pl/badania-spoeczne.php>

dotyczących bezpieczeństwa aplikacji finansowych, a jedynie 9% deklarowało problemy w związku z korzystaniem z nich (problemy dotyczyły przede wszystkim kwestii technicznych, tj. brak łączności/dostępu do aplikacji oraz obsługi klienta), 26% zgłoszeń miało związek z kwestiami bezpieczeństwa (m.in. próby włamania na konto czy wyłudzenia środków finansowych).

(akta kontroli: str. 14, 495)

Zgodnie z art. 43j ustawy o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego, o Rzeczniku finansowym i o Funduszu Edukacji Finansowej, przy ministrze właściwym do spraw instytucji finansowych działa Rada Edukacji Finansowej (dalej także: REF)²¹, która realizuje zadania z zakresu edukacji finansowej. W skład Rady wchodzi przedstawiciel Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Przedstawiciel Prezesa UOKiK brał każdorazowo udział w posiedzeniach REF. W badanym okresie przedstawiciel Prezesa Urzędu informował o problemach konsumentów i zagrożeniach na rynku finansowym, a także dzielił się wiedzą i doświadczeniami w zakresie projektów w obszarze edukacji finansowej. Odnosił się również do zagadnień poruszanych podczas formalnych posiedzeń Rady (m.in. oceniał i opiniował projekty wyróżnień dla inicjatyw edukacyjnych, narzędzia przydatne w edukacji finansowej w szkołach), jak i podczas spotkań organizowanych roboczo w przypadku potrzeby pilnych konsultacji czy uzgodnień. Przedstawiciel UOKiK kierował i opiniował również materiały przesyłane za pośrednictwem poczty elektronicznej, jak i zgłaszane telefonicznie. Dotyczyły one m.in.: działań informacyjno-edukacyjnych w zakresie finansów, kierowanych do uchodźców z Ukrainy w formie ulotki informacyjnej, reformy nauczania w szkołach przedmiotu *Przedsiębiorczość*, projektu Krajowej Strategii Edukacji Finansowej. Ponadto na posiedzeniach Rady Edukacji Finansowej przedstawiciel Prezesa UOKiK zaprezentował interaktywną stronę internetową *konsument.edu.pl* oraz informował o planach ogłoszenia przez UOKiK konkursu dotacyjnego dla organizacji pozarządowych na przeprowadzenie zajęć edukacyjnych w szkołach i przedszkolach, a także o uruchomieniu poradnictwa w postaci infolinii i e-porad po ukraińsku oraz uruchomieniu strony internetowej w tym języku.

(akta kontroli: str. 171-198)

Przedstawiciele UOKiK uczestniczyli w pracach dwóch grup roboczych działających przy REF, których działania bezpośrednio związane były z problemem edukacji klientów podmiotów rynku finansowego. Pierwsza to Grupa robocza ds. Strategii Edukacji Finansowej. Organem prowadzącym i koordynującym grupę było Ministerstwo Finansów. Grupa zajmowała się kwestią strategii edukacji finansowej dla Polski. Każdorazowo sprawy Strategii były omawiane na posiedzeniach Rady Edukacji Finansowej. W latach 2021-2023 w ramach prowadzonych działań przedstawiciele UOKiK uczestniczyli m.in. w opracowywaniu dokumentów dotyczących strategii edukacji finansowej, tj.: *Financial literacy in Poland. Relevance, evidence and provision (Znajomość zagadnień finansowych w Polsce)* i *National strategy for financial education for Poland (Założenia narodowej strategii edukacji finansowej)*. W ramach prowadzonych prac UOKiK informował o problemach konsumentów i zagrożeniach na rynku finansowym, dzielił się doświadczeniami w zakresie własnych inicjatyw w obszarze edukacji finansowej. Ponadto przedstawiciele UOKiK analizowali i weryfikowali raport i strategię w zakresie treści znajdujących się w obszarze kompetencyjnym Urzędu, a także uczestniczyli

²¹ Do 31 grudnia 2022 r. Rada Edukacji Finansowej działała przy Rzeczniku Finansowym (Dz. U. z 2023 r. poz. 1809 ze zm.).

w pracach edytorskich i podejmowaniu decyzji co do struktury i szaty graficznej tworzonych dokumentów.

Drugą grupą była Grupa robocza ds. wypracowania propozycji szkoleń dla nauczycieli. Zajmowała się ona wypracowaniem propozycji szkoleń dla nauczycieli z zakresu edukacji finansowej. W 2021 r. UOKiK brał udział w pracach grupy związanych z opracowywaniem ankiety dla nauczycieli dotyczącej szkoleń w zakresie zagadnień finansowych, a także kwestią jej upowszechnienia wśród szkół/nauczycieli. Ankieta została opracowana przez Zespół Edukacji Finansowej Ministerstwa Finansów, a konsultacje prowadzone były drogą elektroniczną. Ponadto przedstawiciel Urzędu przekazał do Ministerstwa Finansów sugestie dotyczące sposobów analizy ankiety (w tym dane kontaktowe do pracowni badań społecznych, z którymi UOKiK współpracował przy realizacji badań społecznych). Wnioski z analizy ankiet zostały przekazane Radzie Edukacji Finansowej.

(akta kontroli: str. 16, 171-172)

W ramach Rady Rozwoju Rynku Finansowego²² powołany został Zespół roboczy ds. działań edukacyjnych w zakresie funkcjonowania rynku finansowego. Celem Zespołu było wypracowanie rozwiązań przyczyniających się do zwiększenia świadomości społecznej w zakresie finansów i rynku finansowego oraz budowania zaufania wobec poszczególnych segmentów rynku finansowego w Polsce. Posiedzenia ww. Zespołu roboczego odbyły się w 2021 r. cztery razy, w 2022 r. trzy razy, a w 2023 r. jeden raz. Przedstawiciele UOKiK w badanym okresie uczestniczyli we wszystkich ośmiu posiedzeniach. Podczas spotkań Zespołu, przedstawiciel UOKiK, oprócz opisanych powyżej aktywności w postaci prezentacji symulatora portalu społecznościowego www.konsument.edu.pl oraz inicjatyw informacyjno-edukacyjnych dla uchodźców z Ukrainy, prezentował także kalkulator zmiany oprocentowania kredytu hipotecznego i kampanię *Policz i nie przelicz się*, zwracającą uwagę na ryzyko utraty oszczędności i konieczność zachowania ostrożności przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych, jak również materiały dotyczące kampanii społecznej Urzędu pn. *Stracisz dane, stracisz pieniądze!*

UOKiK brał również czynny udział w Global Money Week (GMW)²³, gdzie prezentował ww. symulator społecznościowy. Efektem powyższej współpracy była propozycja UKNF, opisanie symulatora w dokumencie OECD/INFE²⁴, podsumowującym GMW w Polsce, a także propozycja dodania informacji o symulatorze na platformie ONE OECD²⁵.

(akta kontroli: str. 159-170)

W okresie objętym kontrolą UOKiK nałożył 17 kar pieniężnych, które stanowiły przychód Funduszu Edukacji Finansowej²⁶ (FEF) na łączną kwotę 103 976,5 tys. zł.

²² Utworzonej na mocy zarządzenia nr 25 Ministra Finansów z 14 września 2006 r. jako organu opiniodawczego i doradczego ministra właściwego do spraw instytucji finansowych.

²³ Global Money Week (GMW) – Światowy Tydzień Pieniądza to kampania uświadamiająca, organizowana przez Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, mająca zainspirować dzieci i młodzież do tego, by od najmłodszych lat rozwijały wiedzę, umiejętności i postawy niezbędne do podejmowania racjonalnych decyzji finansowych.

²⁴ OECD (Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju), INFE (International Network on Financial Education) – międzynarodowa grupa ds. edukacji finansowej, która prowadzi działania na rzecz promocji i rozwoju edukacji finansowej, m. in. poprzez gromadzenie danych, wymianę doświadczeń i dobrych praktyk poszczególnych członków grupy oraz ułatwianie współpracy instytucji i organizacji z poszczególnymi państwami.

²⁵ Platforma ONE – zintegrowana i bezpieczna, dostępna mobilnie platforma służąca do opracowywania, uzyskiwania dostępu i udostępniania informacji oraz wiedzy na temat prac OECD.

²⁶ Powołany na mocy ustawy z dnia 9 listopada 2018 r. o zmianie niektórych ustaw w związku ze wzmocnieniem nadzoru nad rynkiem finansowym oraz ochrony inwestorów na tym rynku (Dz. U. poz. 2243, ze zm.), która, co do zasady, weszła w życie z 1 stycznia 2019 r. Z 1 stycznia 2023 r. weszła w życie ustawa z dnia 1 grudnia 2022 r. o zmianie ustawy o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego o Rzeczniku

W przypadku 16 spraw (na kwotę 103 742,6 tys. zł) toczy się obecnie postępowanie odwoławcze: w dwóch przypadkach w sądzie apelacyjnym, w 13 przypadkach w Sądzie Ochrony Konkurencji i Konsumentów (SOKiK), a w jednym przypadku decyzja odwoławcza trafiła do Prezesa UOKiK (jako przekazującego sprawę do SOKiK). Powyższe decyzje o nałożeniu kary wydane przez Prezesa UOKiK dotyczyły następujących naruszeń określonych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów:

- stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów (art. 24 ust. 1)
- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (art. 24 ust. 2 pkt 2),
- nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (art. 24 ust. 2 pkt 3),
- proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (art. 24 ust. 2 pkt 4),
- stosowanie we wzorcach umów zawieranych z konsumentami niedozwolonych postanowień umownych.

Jednocześnie w okresie od stycznia 2021 r. do maja 2023 r. z tytułu ww. nałożonych kar, stanowiących środki Funduszu, wpłynęła łącznie kwota 41 239,1 tys. zł (razem od początku istnienia FEF wpłaty z UOKiK wyniosły 46 677,2 tys. zł). Były to kary wynikające z 11 decyzji Prezesa UOKiK, wydanych w latach 2012-2023 nałożone na 10 podmiotów rynku finansowego (w jednym przypadku wydano dwie decyzje na dany podmiot), a zapłaconych w okresie objętym kontrolą. Jedenastoma decyzjami nałożono łącznie 26 kar pieniężnych (w kilku przypadkach nałożono więcej niż jedną karę finansową). W każdym z wymienionych przypadków nałożona kara została przez ukaranych zapłacona dobrowolnie.

Środki z tytułu kar wpływały na rachunek dochodów budżetowych Urzędu. Po ustaleniu, że dotyczą one przychodów FEF, były przekazywane na rachunek dysponenta Funduszu (do 31 grudnia 2022 r. Rzecznika Finansowego, a od 1 stycznia 2023 r. Ministra Finansów) w terminie maksymalnie do 45 dni.

W badanym okresie nie zanotowano przypadków, aby po dobrowolnej wpłacie kary przez ukaranego, podmiot odwoływał się od decyzji Prezesa UOKiK. Nie doszło również do konieczności zwrotu wcześniej zapłaconej kary i jej ewentualnego, następczego zmniejszenia lub uchylenia w wyniku zmiany lub uchylenia decyzji Prezesa Urzędu, którą daną karę nałożono.

(akta kontroli: str. 477-490, 496)

Stwierdzone
nieprawidłowości

W działalności kontrolowanej jednostki w przedstawionym wyżej zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości.

IV. Uwagi i wnioski

W związku z niestwierdzeniem nieprawidłowości Najwyższa Izba Kontroli nie formułuje uwag ani wniosków.

Finansowym oraz niektórych innych ustaw (Dz. U. z 2023 r. poz. 2640), która zlikwidowała „stary” Fundusz Edukacji Finansowej i równocześnie utworzyła państwowy fundusz celowy o tej samej nazwie, którego dysponentem jest Minister Finansów.

V. Pozostałe informacje i pouczenia

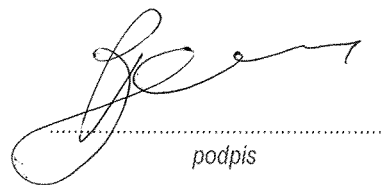
Wystąpienie pokontrolne zostało sporządzone w dwóch egzemplarzach; jeden dla kierownika jednostki kontrolowanej, drugi do akt kontroli.

Prawo zgłoszenia
zastrzeżeń

Zgodnie z art. 54 ustawy o NIK kierownikowi jednostki kontrolowanej przysługuje prawo zgłoszenia na piśmie umotywowanych zastrzeżeń do wystąpienia pokontrolnego w terminie 21 dni od dnia jego przekazania. Zastrzeżenia zgłasza się do Prezesa Najwyższej Izby Kontroli. Prawo zgłaszania zastrzeżeń, zgodnie z art. 61b ust. 2 ustawy o NIK, nie przysługuje do wystąpienia pokontrolnego zmienionego zgodnie z treścią uchwały w sprawie zastrzeżeń.

Warszawa, 08 stycznia 2024 r.

Prezes
Najwyższej Izby Kontroli
Marian Banaś



.....
podpis

