



POWIATOWY RZECZNIK KONSUMENTÓW W GIŻYCKU

11-500 Giżycko, Aleja 1 Maja 14, tel. 87 428 59 58 w.52, fax. 87 428 55 06
e-mail: rzecznik@gizycko.starostwo.gov.pl

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU ZA 2019 ROK

Sprawozdanie stanowi wykonanie obowiązku z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019r., poz. 369), na podstawie którego przedkładam Staroście Giżyckiemu w terminie do 31 marca do zatwierdzenia roczne sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów za rok 2019.

Opiniuję:

STAROSTA
Miroslaw Dariusz Drzażdżewski

SPIS TREŚCI

I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU	3
1. Struktura biura Rzecznika, stan kadrowy	3
II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW	5
1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	5
2. Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	8
3. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.....	9
4. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.....	11
5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i występowanie do toczących się postępowań.....	14
6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.....	14
7. Podejmowanie działań wynikających z:	17
• ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,	
• ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym,	
• art. 42 ust. 1 pkt. 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów),	
• art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy)	
III. WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJĄCYCH DO POPRAWY REALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW	19
1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.	19
2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników.....	21
IV. TABELLE	
Tabela nr 1: Udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	23
Tabela nr 2: Występowanie do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw i interesów konsumentów.....	24
Tabela nr 3: Współdziałanie z innymi instytucjami.....	25
Tabela nr 4: Pomoc na drodze sądowej.....	26

I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU

Struktura biura Rzecznika, stan kadrowy

1. Województwo	warmińsko-mazurskie
2. Miasto /Powiat	Powiat giżycki
3. Liczba mieszkańców powiatu	56 754 stan wg GUS w 2018r.
4. Imię i nazwisko rzecznika konsumentów	Katarzyna Sylwia Tota - Leszczyńska
5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	wyższe ekonomiczne
6. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.	Tak
NIE DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI „TAK” NA PYT. 6	- $\frac{3}{5}$ etatu
7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	- $\frac{1}{2}$ etatu
	- $\frac{2}{5}$ etatu
	- $\frac{1}{5}$ etatu
	- inne, np. dyżury
DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI NA PYT. 7	-----
8. Liczba dni/godzin w tygodniu, w których wykonywane są zadania Rzecznika Konsumentów (np. 5 razy w tygodniu po 3 godziny).	
9. Rzecznik działa w ramach wyodrębnionego biura (art. 40 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) Proszę napisać TAK lub NIE.	Nie
10. Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.	Nie
11. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę).	0
12. Budżet biura. Jeśli rzecznik nie ma własnego budżetu, proszę wpisać koszt zadania własnego „ochrona konsumentów” w budżecie powiatu. Jeśli podanie dokładnych kosztów jest niemożliwe, proszę je oszacować.	89 334,55 zł w tym koszty wynagrodzeń, pochodnych od wynagrodzeń, koszty szkoleń oraz koszty utrzymania biura Rzecznika w 2019r.

Ochrona praw konsumentów jest zadaniem samorządu powiatowego wynikającym z art.4 ust.1 pkt.18 ustawy z dnia 5 czerwca 1998r. o samorządzie powiatowym (t.j. Dz.U. z 2019r.,poz.511,1571). Stosownie do art. 39 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2019r., poz.369), zadania wykonuje powiatowy/miejski rzecznik konsumentów.

Zadania i uprawnienia powiatowego rzecznika konsumentów określa art. 42 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Należą do nich:

1. zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,
2. składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
3. współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu, organami inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi,
4. wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub przepisach odrębnych.

Ponadto, rzecznik ma uprawnienia do wytaczania powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowania, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów oraz uprawnienia oskarżyciela publicznego w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów. Jeżeli rzecznik nie uczestniczy w sprawie, może przedstawić sądowi istotny dla sprawy pogląd.

W Starostwie Powiatowym w Giżycku funkcję Powiatowego Rzecznika Konsumentów pełni Katarzyna Tota - Leszczyńska. W strukturze organizacyjnej Urzędu Rzecznik jest bezpośrednio podporządkowany Staroście Powiatu Giżyckiego, co jest zgodne z wymogiem art.40 ust.3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Giżycku zatrudniony jest w pełnym wymiarze czasu pracy, a interesanci przyjmowani są w budynku Starostwa Powiatowego w Giżycku od poniedziałku do piątku w pok. 222 w godzinach pracy Urzędu.

II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

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

Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów jest podstawowym i najważniejszym zadaniem realizowanym przez Rzecznika Konsumentów. Tylko świadomy konsument może stać się równorzędnym partnerem w stosunkach z przedsiębiorcą i w pełni korzystać z przysługujących mu praw. Porady udzielane są osobiście, telefonicznie, mailowo oraz pisemnie.

Głównym celem podejmowanych w tym zakresie działań jest rozwijanie świadomości konsumentów, wyrabianie ich krytycznego zmysłu, tak by mogli w sposób racjonalny dokonywać wyborów i właściwie reagować na naciski handlowe i skutecznie egzekwować swoje roszczenia.

W roku sprawozdawczym Rzecznik udzielił konsumentom **714** porad konsumenckich i informacji prawnych, w tym **569** porad udzielił osobiście i telefonicznie oraz **85** porad pisemnie.

W sprawach dotyczących zagadnień z zakresu **informacji ogólnych** Rzecznik udzielił **21** porad, natomiast w sprawach **niekonsumenckich** - **39**.

Ze względu na sposób zawarcia umowy najwięcej zgłoszeń dotyczyło umów zawieranych **w lokalu przedsiębiorstwa - 419**, umów zawieranych **na odległość - 89**, a najmniej zawartych **poza lokalem przedsiębiorstwa - 61**.

Uwzględniając informacje sektorowe **w zakresie sprzedaży towarów /374/**, najwięcej porad udzielono w związku z reklamacjami odzieży i obuwia /116/ oraz w zakresie sprzedaży urządzeń gospodarstwa domowego, elektroniki i sprzętu komputerowego, w tym telefonów komórkowych /101/.

Po poradę związaną z reklamacją mebli, artykułów wyposażenia wnętrz i utrzymania domu zgłosiło się 47 osób, natomiast 46 osób zgłaszało problem z reklamacją samochodów i innych środków transportu osobistego.

W przypadku porad dotyczących zakupu produktów związanych z opieką zdrowotną zgłosiło się 31 osób, 23 porady dotyczyły artykułów rekreacyjnych, zabawek i artykułów dla dzieci, 3 porady związane były z zakupem kosmetyków, środków czyszczących i konserwujących, 1 porada z artykułami żywnościowymi oraz 6 porad z kategorii inne.

W **sektorze usług /195/** dominowały zgłoszenia z zakresu sektora energetycznego i wodnego /50/, usług telekomunikacyjnych /38/, usług związanych z sektorem finansowym /34/, sektorem ubezpieczeniowym /18/. 11 porad dotyczyło bieżącej konserwacji, utrzymania domu, drobnych napraw, pielęgnacji, 11 porad zakwalifikowano jako inne, 9 porad związanych było z sektorem usług pocztowych i kurierskich, 7 z rynkiem nieruchomości, 5 osób informowało o problemach z usługami związanymi z opieką zdrowotną, po 4 osoby zgłaszało problemy z usługami związanymi z turystyką i rekreacją oraz z konserwacją i naprawą pojazdów i

innych środków transportu, po 2 osoby zgłaszały problemy z usługami związanymi z czyszczeniem i naprawą odzieży i obuwia oraz usługami transportowymi.

Powodem reklamacji odzieży i obuwia było: pękanie, przecieranie się materiału, prucie na szwach, deformowanie tkanin, odbarwienie, pilingowanie materiału, wychodzenie lub przemieszczanie się ociepliny, uszkodzenia zamków, rozklejanie się butów, przemakanie, odbarwienie, farbowanie, pękanie podeszew i cholewek, jak również różnice w wysokości cholewek obuwia w tej samej parze.

Reklamacje sprzętu gospodarstwa domowego oraz urządzeń elektronicznych i komputerów dotyczyły najczęściej awarii lub całkowitego zaprzestania działania telefonów komórkowych czy komputerów. Powodem reklamacji mebli było: dostarczenie uszkodzonych mechanicznie mebli, braki kompletu mebli, nierówności w uszyciu, zapadanie się siedzisk, prucie się na szwach, deformowanie tkanin, odbarwienie, pilingowanie tapicerki, wychodzenie lub przemieszczanie się wypełnienia wewnętrznego czy uszkodzenia zamków, zapadanie się skrzyń na pościel oraz boków sof. Według relacji konsumentów zabudowy meblowe w tym kuchni wykonywano niestarannie. Skargi dotyczyły wykonawstwa mebli w szczególności otarć i odrapań czy też krzywizny/niedopasowania poszczególnych elementów w meblach. Po odebraniu okazywało się często, że meble zamawiane na podstawie katalogów lub po uprzednim obejrzeniu na ekspozycji w lokalu przedsiębiorcy nie spełniały oczekiwań kupujących pod względem wyglądu, trwałości itp. Sprzedawcy odrzucali reklamacje często argumentując, że reklamowane zmiany są wynikiem uszkodzeń mechanicznych spowodowanych przez użytkownika.

W przypadku usług sektora energetycznego skargi dotyczyły zawyżonych rachunków czy też nieuczciwych praktyk stosowanych przez przedstawicieli przedsiębiorstw energetycznych w zakresie oferowania swoich usług. Przedstawiciele przedsiębiorstw oszukują przeważnie starsze osoby posługując się wizytówką operatora usług sprzedaży energii elektrycznej w powiecie giżyckim. Skargi dotyczyły również przenoszenia odbiorców usług niezgodnie z terminem wpisanym do umowy co skutkowało naliczeniem kar przez pierwotnych świadczeniodawców w przypadkach umów z określonym terminem świadczenia usług. Nadal odnotowuje się problemy związane z podszywaniem się pod innego przedsiębiorcę w celu przejęcia klientów. Na promocyjne pakiety, tańsze usługi, które w rzeczywistości okazują się dla konsumentów niekorzystne, niechciane i znacznie droższe od dotychczasowych, choćby z tytułu doliczania opłat handlowych gwarantujących stałą cenę za kWh - dają się oszukać najczęściej seniorzy.

Skargi związane z usługami telekomunikacyjnymi najczęściej dotyczyły zawyżania rachunków w wyniku wprowadzenia w błąd przez przedstawicieli czy konsultantów ofert telekomunikacyjnych, jak również wysokich rachunków związanych z roamingiem lub usługami o podwyższonej płatności. Odnotowano zgłoszenia związane z problemami przy zmianie operatora z zachowaniem numeru (naliczanie kar z powodu rozwiązania umowy przed terminem, długotrwałe przenoszenie numeru) i przerwy w świadczeniu usług spowodowane awariami.

Skargi w zakresie bieżącej konserwacji, utrzymania domu, drobnych napraw i pielęgnacji dotyczyły wadliwie wykonanych prac remontowych i naprawczych w mieszkaniach i domach.

Podobnie jak w latach ubiegłych, konsumenci skarżyli się na oddalenie ich reklamacji przez sprzedawcę z powodu uszkodzeń mechanicznych. Na odmowę załatwienia reklamacji zgodnie z żądaniem konsumenta (np. zamiast wymiany towaru, sklep proponował naprawę, albo zamiast zwrotu gotówki- wymianę lub naprawę), na długotrwałe i wielokrotne naprawy, na pogorszenie się stanu reklamowanej rzeczy w czasie serwisowania, co najczęściej dotyczyło telefonów komórkowych. Problematyczne było również odebranie uszkodzonej mechanicznie rzeczy podczas transportu, co okazywało się dopiero po rozpakowaniu przesyłki.

Wiedza konsumentów w zakresie przysługujących im praw nadal jest nieduża, jednakże daje się spostrzec, że z roku na rok coraz większa - zwłaszcza można to zauważyć wśród młodych ludzi. Starsze pokolenie w większości nie rozróżnia ręką od gwarancji i zdaje się na sprzedawcę, który spisuje zgłoszenie reklamacyjne. Wpisując w podstawie dochodzenia roszczeń „gwarancja” w efekcie sprzedawcy wykorzystują niewiedzę konsumentów. Wówczas reklamowany towar naprawiany jest wielokrotnie. Sprzedawcy często też odsyłają konsumentów bezpośrednio na infolinię producenta urządzenia, żeby uchylić się od odpowiedzialności.

Zgłaszano też przypadki dotyczące żądania od konsumentów przez serwisy gwarancyjne opłat (zwrotu kosztów ekspertyz, przesłania towarów lub dojazdu serwisu) za rozpatrzenie nieuwzględnionych reklamacji. W jednostkowych sprawach sprzedawcy odmawiali rozpatrzenia reklamacji z uwagi na brak paragonu albo po upływie krótkiego okresu (np. 1 lub 3 miesięcy) od zakupu, domagali się odszkodowania za używanie zwracanych, wadliwych produktów albo zapłaty za przesłane do konsumentów choć niezamówione przez nich produkty (np. książki).

Konsumenci nie wiedzą, z jakich uprawnień mogą reklamować towar i czego mogą żądać w przypadku ich wadliwości, gdyż najczęściej nie czytają treści warunków gwarancji oraz nie znają praw przysługujących im z ręką.

Konsumenci są też przekonani, że kupując w sklepie stacjonarnym mają obligatoryjne prawo zwrotu towaru, co nie jest prawdą. Odstąpienie od umowy zawartej w siedzibie przedsiębiorcy uzależnione jest od dobrej woli sprzedawcy, zaś prawo takie przysługuje wyłącznie w przypadku umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa.

Należy podkreślić, że wszelkie porady udzielane były po wnikliwym zapoznaniu się z dokumentacją przedstawioną przez konsumenta. Rzecznik wyjaśniał, jakie przepisy mają zastosowanie w ich sprawach, jakie roszczenia im przysługują oraz jakie działania mogą podjąć, aby wyegzekwować satysfakcjonujące ich rozwiązanie. Konsumentom, którzy nie byli w stanie samodzielnie sporządzić pisma do przedsiębiorcy, przygotowywane były projekty.

Niestety w wielu przypadkach Rzecznik miał do czynienia z całkowitą niewiedzą i nieświadomością konsumentów tak w zakresie funkcjonowania rynku sprzedaży energii elektrycznej (swobody i możliwości

zmiany sprzedawcy), jak i przysługującym konsumentom prawem do odstąpienia od umowy. Konsumenti wierzą w zapewnienia przedstawicieli handlowych i nie weryfikują przekazywanych informacji z treścią i warunkami umowy.

Konsumenti nie zwracają uwagi na rodzaj podpisywanych dokumentów, a przede wszystkim nie sprawdzają z jaką firmą zawierają umowę. W większości przypadków konsumenti nie chcą lub nie potrafią przyswoić sobie wiedzy na temat obecnego funkcjonowania rynku sprzedaży energii elektrycznej i podziału przedsiębiorstw na dystrybucyjne i sprzedażowe. Najczęściej konsumenti zgłaszali się do Rzecznika po upływie kilku miesięcy od podpisania umowy z nowym sprzedawcą, dopiero wówczas gdy otrzymali rachunki, z których wynikało, że zobowiązani są dokonać osobno opłaty za dystrybucję i osobno za energię elektryczną. Konsumenti obowiązek regulowania osobnych opłat dystrybucyjnych i sprzedażowych odbierają jako konieczność opłacania podwójnych rachunków za zużycie prądu.

Rzecznik w okresie sprawozdawczym przygotował konsumentom ponad **90** pism, które dotyczyły głównie wezwania do wykonania zobowiązania, wyznaczenia dodatkowego terminu do wykonania zobowiązania, wezwania do zapłaty, oświadczenia o odstąpieniu od umowy, oświadczenia o uchyleniu się od skutków prawnych umowy zawartej pod wpływem błędu, wniosków do Rzecznika Finansowego oraz pism procesowych.

Po poradę do Rzecznika zgłaszały się również podmioty, których sprawy nie miały charakteru konsumenckiego, np. drobni przedsiębiorcy zainteresowani rozpatrywaniem reklamacji z tytułu rękojmi za wady, osoby fizyczne zawierające umowy z innymi osobami fizycznymi, rolnicy w związku z wykonywaną przez nich działalnością zawodową, a także osoby szukające pomocy w sprawach rodzinnych, z zakresu prawa pracy, czy też w sprawach karnych. Mimo, iż Rzecznik nie podejmuje działań w ww. sprawach, to stara się udzielać interesantom stosownych wyjaśnień i wskazówek (przedstawienie kompetencji leżących w gestii Rzecznika ze wskazaniem podstawy prawnej działania, odesłanie do zapoznania się z właściwymi regulacjami prawnymi, wskazanie instytucji świadczących pomoc na rzecz takich podmiotów). Przedsiębiorcy otrzymywali również od Rzecznika broszurę opracowaną przez UOKiK pt. „Przepisy konsumenckie dla przedsiębiorców” poświęconą przepisom prawnym.

Szczegółowe informacje statystyczne dotyczące poradnictwa konsumenckiego zawiera załączona Tabela nr 1 (str.23)

2. Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów

Powiatowy Rzecznik Konsumentów był informowany o terminach i tematyce sesji Rady Powiatu Giżyckiego oraz uczestniczył w tych obradach. Rzecznik nie był zapraszany na obrady i nie uczestniczył w sesjach rad gmin i miast z terenu powiatu.

W omawianym okresie sprawozdawczym wobec braku sygnałów od konsumentów o potrzebie zmiany prawa miejscowego Rzecznik nie korzystał z powyższego uprawnienia.

3. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów

Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów jest obok poradnictwa, podstawowym instrumentem prawnym wykorzystywanym przez Rzecznika mającym na celu udzielenie pomocy konsumentom. Wystąpienia do przedsiębiorców, podejmowane są na skutek wnoszonych przez konsumentów wniosków i skarg dotyczących naruszeń praw i interesów konsumentów przez poszczególnych przedsiębiorców. Podejmowane na wniosek konsumentów wystąpienia Rzecznika kierowane do przedsiębiorców przybierają zróżnicowane formy wezwań. I tak w swoich wystąpieniach Rzecznik wzywa przedsiębiorców do: wykonania ciążącego na przedsiębiorcy obowiązku zaniechania niedozwolonych zachowań, udzielenia stosownych wyjaśnień mających na celu rozwiązanie istniejącego pomiędzy stronami (konsument - przedsiębiorca) sporu.

Wnioski i skargi konsumentów dotyczą najczęściej problemu istnienia wadliwości towaru z umową. Konsumenti bowiem nie zawsze potrafią udowodnić występowanie wady, którą kwestionuje sprzedawca. W tym celu pożądanym byłoby uzyskanie przez konsumenta opinii specjalisty, która stanowiłaby argument w sporze z przedsiębiorcą. Konsumenti jednak w większości nie decydują się na powołanie rzeczoznawcy, gdyż wiąże się to z dodatkowymi kosztami, które niejednokrotnie bywają wyższe niż cena towaru.

Podejmowane przez Rzecznika interwencje prowadzone są wnikliwie – do wyczerpania wszystkich argumentów, którymi można podważyć stanowisko przedsiębiorcy. Polemiki i mediacje prowadzone z przedsiębiorcami są niekiedy długotrwałe i pracochłonne, ale mają na celu osiągnięcie pozytywnych rezultatów w postaci uznania roszczeń konsumentów.

W wystąpieniach do przedsiębiorców w sprawach wadliwości towarów i usług, Rzecznik przedstawiał twierdzenia i argumenty konsumentów, a czasem opinie rzeczoznawców, wnosząc o ponowne rozpatrzenie sprawy. Rzecznik konsumentów nie posiada uprawnień rzeczoznawczych, nie dysponuje wiedzą specjalistyczną z zakresu funkcjonowania poszczególnych towarów i urządzeń, czy prawidłowości wykonywanych usług - nie może więc ustosunkować się do kwestii istnienia bądź nie wady w towarze, ani co do sposobu jej powstania. Nie ma zatem kompetencji do oceny przyczyn wadliwości towarów, czy wykonywanych usług.

Z kolei, gdy działania przedsiębiorcy naruszały obowiązujące przepisy prawa, Rzecznik w wystąpieniach wskazywał naruszone przepisy oraz wzywał przedsiębiorcę do podjęcia działań zgodnych z prawem.

Należy podkreślić, że Rzecznik nie posiada ustawowych uprawnień władczych i nakazowych wobec przedsiębiorcy (nadzorczych i kontrolnych) i nie może nakazać mu zachowania się w sposób oczekiwany

przez konsumenta, ani też wymusić zachowania zgodnego z obowiązującymi przepisami. Spór konsumencki ma charakter cywilnoprawny i jeżeli przedsiębiorca podtrzyma swoje negatywne stanowisko, spór ten może zostać rozstrzygnięty wyłącznie na drodze sądowej.

Interwencje Rzecznika mogą zakończyć się dla konsumenta pozytywnie lub negatywnie. Przedsiębiorca może uznać roszczenie konsumenta w całości, w części lub w ogóle nie uznać. W zależności od żądania przedstawionego przez konsumenta i rodzaju sprawy, zgodnie z przepisami prawa przedsiębiorca może naprawić lub wymienić towar na nowy wolny od wad, obniżyć jego cenę lub rozwiązać umowę sprzedaży jeśli wada towaru jest istotna pod warunkiem uznania reklamacji za uzasadnioną.

W roku sprawozdawczym Rzecznik występował do przedsiębiorców w **22** sprawach, z czego 15 dotyczyło umów sprzedaży a 7 spraw świadczenia usług. W tym 11 skarg dotyczyło egzekwowania uprawnień wynikających z umów zawartych w lokalu przedsiębiorstwa, 8 skarg - umów zawartych na odległość oraz 3 skargi dotyczyły umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa.

W 15 sprawach Rzecznikowi udało się uzyskać pozytywne zakończenie sporu, w 5 sprawach przedsiębiorca podtrzymał swoje stanowisko.

W dwóch przypadkach przedsiębiorcy nie udzielili Rzecznikowi odpowiedzi na wystąpienia, czego skutkiem było skierowanie zawiadomień do właściwych Komend Policji - zgodnie z miejscem siedziby przedsiębiorcy, celem nałożenia kary grzywny za brak ustosunkowania się do uwag i opinii Rzecznika.

Analogicznie, jak w przypadku porad, najwięcej wystąpień dotyczyło złej jakości towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy.

Interwencje w sferze sprzedaży dotyczyły w szczególności: reklamacji obuwia, sofy, laptopa, auta zakupionego w komisie z wadami, drzwi łazienkowych, oprawek okularowych, reklamacji plastrów magnetycznych polepszających słuch, zmniejszenia wartości rzeczy odkurzacza oraz rębaka do gałęzi przy odstąpieniu od umowy poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, odmowy przyjęcia zwrotu zakupionej golarki na odległość ze względów higienicznych, zwrotu kosztów przesyłki w związku z reklamacją zakupionych na odległość sterownika oraz zabawki dziecięcej oraz zwrotu zapłaconej ceny telefonu komórkowego (zakup z Chin) w związku z odstąpieniem od umowy zawartej na odległość.

W przypadku sfery usług interwencje dotyczyły: reklamacji usługi telekomunikacyjnej, zabudowy balkonowej, umowy pośrednictwa sprzedaży nieruchomości z klauzulą na wyłączność, wadliwie wykonanej usługi fryzjerskiej, braku istnienia umowy ubezpieczeniowej samochodu, nieważności umowy na świadczenie usług medycznych w związku z umową zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa oraz niesłusznie naliczonej kary umownej w przypadku wypowiedzenia w terminie umowy na usługi telekomunikacyjne i zwrotu dekodera telewizji kablowej.

Podana liczba wystąpień nie odzwierciedla faktycznej ilości kierowanych do przedsiębiorców pism. Zdarza się, że jedna interwencja Rzecznika przynosi pozytywny rezultat, ale w wielu sprawach wnioski konsumenta wymaga kilkukrotnych wystąpień do przedsiębiorcy, w celu uzyskania oczekiwanego,

pozytywnego rezultatu. W sytuacji sprawy skomplikowanej lub nieprzejrzyste przedstawionej przez konsumenta, Rzecznik niejednokrotnie występuje do kilku przedsiębiorców w celu wyjaśnienia problemu. Tak więc w ramach jednego wniosku zarejestrowanego jako jedna sprawa, Rzecznik może przygotować kilka wystąpień do przedsiębiorców.

Do Rzecznika wpływają również wnioski konsumentów, którzy bezzasadnie formułują swoje zarzuty przeciwko przedsiębiorcom. Wynika to niekiedy z faktu przekroczenia terminów ustawowych do dochodzenia swoich roszczeń lub też zaakceptowania warunków przedstawionych w umowach. Często zdarza się, że konsumenci nie zwracają uwagi co podpisują i nie zdają sobie sprawy z konsekwencji takich działań. Kiedy z problemem zjawiają się u Rzecznika Konsumentów często jest już za późno na pomoc, ponieważ upłynęły terminy odstąpienia od umowy lub powołania się na błąd.

Niekiedy dopiero w toku już podjętej interwencji ujawnia się odmienny od opisanego przez konsumenta stan faktyczny sprawy. W takich sytuacjach mimo, że roszczenia konsumenta bywają nieuzasadnione, Rzecznik udziela wyczerpujących wyjaśnień i informacji.

**Liczba udzielonych porad prawnych i wystosowanych wystąpień do przedsiębiorców
na przestrzeni lat 2008 – 2019**

ROK	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Liczba porad i informacji pisemnych	797	683	749	679	847	915	1028	1004	840	793	731	714
Liczba wystąpień	47	39	48	26	29	39	36	42	17	15	13	22

Zestawienie wystąpień do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów przedstawia Tabela nr 2 (str.24)

4. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów (Tabela nr 3, str.25)

W okresie sprawozdawczym Rzecznik nadal kontynuował współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Inspekcją Handlową w zakresie ochrony praw konsumentów. Na bieżąco współpracował z następującymi instytucjami, które działają na rzecz ochrony praw konsumentów: Stowarzyszeniem Konsumentów Polskich, Europejskim Centrum Konsumenckim, Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Stowarzyszeniem Rzeczników Konsumentów, Rzecznikiem Finansowym, Federacją Konsumentów.

Współdziałanie z ww. podmiotami, do którego Rzecznik Konsumentów zobowiązany jest przepisami prawa, polegało na wzajemnej wymianie informacji dotyczących działań przedsiębiorców, które mogą naruszać prawa i interesy konsumentów oraz wymianie poglądów i ustalaniu jednolitej interpretacji przepisów prawnych. Wymiana informacji następowała najczęściej podczas udziału we wspólnych szkoleniach, a także e-mailowo i telefonicznie.

Współpraca z Wojewódzkim Inspektorem Inspekcji Handlowej w Olsztynie i Delegaturą w Elku, polegała w szczególności na wzajemnej wymianie poglądów oraz sygnalizowaniu niekorzystnych dla konsumentów zjawisk rynkowych poprzez powiadamianie organów IH o zasadności przeprowadzenia kontroli u przedsiębiorców naruszających obowiązujące przepisy prawa, czy też przeprowadzenia postępowania mediacyjnego lub gdy potrzebne było wydanie opinii, np. co do jakości towaru czy wykonanej usługi.

W ramach współpracy z Inspekcją Handlową Rzecznik przekazywał również sygnały konsumenckie dotyczące miejsc na terenie powiatu giżyckiego, w których najczęściej odbywają się pokazy handlowe. Wysłał również oficjalne pisma do 11 ośrodków (hotele, restauracje, domy kultury) na terenie powiatu giżyckiego, gdzie takie spotkania się odbywają z prośbą o zwrócenie większej uwagi, jakim przedsiębiorcom wynajmowane są sale na tzw. pokazy.

Rzecznik otrzymując skargi od konsumentów informujące o stosowanych przez przedsiębiorców praktykach rynkowych naruszających prawa konsumentów, przekazywał na bieżąco informacje na okoliczność prowadzonych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów postępowań administracyjnych oraz zwracał się o podjęcie działań administracyjnych w celu wyeliminowania nieprawidłowości np. w przypadku przedsiębiorcy utrudniającego konsumentom ponowne złożenie reklamacji odzieży i obuwia sportowego w miejscu zakupu towaru i odsyłając do siedziby przedsiębiorstwa zasłaniając się regulaminem wewnętrznym.

Rzecznik przekazał również do UOKiK informację dotyczącą nieuczciwych praktyk stosowanych przez przedsiębiorcę oferującego sprzedaż energii elektrycznej, którego akwizytorzy zawierają umowy z konsumentami, jednakże nie pozostawiając dokumentów świadczących o fakcie zawarcia umowy. Konsumentom o fakcie, że zmienili sprzedawcę dowiadywali się dopiero po kilku miesiącach, gdy otrzymywali informacje od dotychczasowego sprzedawcy energii, że nastąpi zmiana przedsiębiorcy, a powrót do poprzednich warunków wiązała się z zapłatą kary umownej.

Z kolei współdziałanie z organizacjami społecznymi wyrażało się głównie w sferze edukacji i wymiany doświadczeń. Rzecznik otrzymywał m.in. biuletyn wydawany przez Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów, w którym publikowane jest orzecznictwo sądowe, zmiany w przepisach prawnych dotyczących ochrony konsumentów, decyzje Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, raporty Rzecznika Finansowego oraz informacje i porady udzielane przez rzeczników.

Istotne w pracy Rzecznika są również publikowane na stronach UOKiK decyzje Prezesa oraz e-mailowa wymiana informacji dotycząca nieprawidłowości zagrażających interesom konsumentów.

Współpraca z Federacją Konsumentów to korzystanie z powstałego z inicjatywy Federacji wewnętrznego forum informacyjnego, które jest cenną platformą wymiany informacji i doświadczeń pomiędzy użytkownikami – pracownikami Federacji oraz rzecznikami konsumentów.

Informacje wykorzystywane w pracy Rzecznika zawarte są również na stronach internetowych Fundacji Konsumentów <https://www.konsumenci.org/> oraz Stowarzyszenia Rzeczników Konsumentów www.rzeczniczy.konsumentow.eu.

Rzecznik współdziałał również z Rzecznikiem Finansowym, czego efektem było informowanie konsumentów o możliwości i trybie składania skarg do Rzecznika Finansowego, możliwości poddania sporu pod rozstrzygnięcie Sądu Polubownego, działającego przy Rzeczniku Finansowym, a także możliwości uzyskania bezpłatnej porady lub pomocy prawnej w ramach dyżurów telefonicznych prowadzonych przez ekspertów z Biura Rzecznika Finansowego.

Z kolei stałe kontakty z rzecznikami konsumentów z sąsiednich miast i powiatów, czy też z innych regionów kraju przyczyniały się do bardziej efektywnego rozwiązywania problemów konsumenckich, jak również pozwalały na szybkie interwencje w zgłaszanych przez konsumentów skargach.

Współdziałanie z instytucjami i organizacjami konsumenckimi polegało również na uczestnictwie Rzecznika w następujących szkoleniach i spotkaniach:

- w dniach 27 - 28.03.2019r. w Piszcu - seminarium dla rzeczników konsumentów, nt.: prawa telekomunikacyjnego, problemów „frankowiczów”, usług turystycznych,
- w dniach 30 - 31.05.2019r. w Olsztynie - szkolenie z zakresu procedury cywilnej,
- w dn.05.11.2019r. uczestnictwo w spotkaniu prowadzonym przez przedstawicieli UKE Delegatura w Olsztynie dla słuchaczy Giżyckiego Uniwersytetu III Wieku w Giżyckim Centrum Kultury na temat oszustw przy zawieraniu umów na usługi telekomunikacyjne, SMS Premium, roamingu i połączeń międzynarodowych oraz przykładów najczęstszych reklamacji usług telekomunikacyjnych,
- w dn. 06.11.2019r. – kurs on-line LEX nt. zmian w prawie cywilnym.

Rzecznik Konsumentów otrzymywał również z Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów bezpłatne publikacje i broszury dotyczące prawa konsumenckiego oraz comiesięczny newsletter przydatny w bieżącej pracy. Broszury rozdawane były klientom korzystającym z porad oraz wśród uczestników spotkań edukacyjnych.

5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań

Przeważająca część działalności Rzecznika skupiała się na udzielaniu bieżącej pomocy prawnej i informacji odnośnie aktualnych przepisów konsumenckich, czy udostępnianiu wzorców różnego rodzaju umów, pism, odstąpień od umowy, wezwań. Część z tych porad kończyła się na jednorazowej pomocy. Zdaniem Rzecznika kierowanie spraw do sądów powszechnych winno być krokiem ostatecznym.

W roku 2019 Rzecznik nie wytaczał powództw na rzecz konsumentów, ani też nie wstępował za zgodą konsumentów do toczącego się postępowania sądowego na wniosek konsumenta.

Każdorazowo, w przypadku braku możliwości zakończenia sprawy z korzyścią dla konsumenta, po wyczerpaniu przez Rzecznika wszelkich pozostających w jego kompetencji działań, konsument był informowany o przysługującym mu prawie do dochodzenia roszczeń na drodze postępowania sądowego.

Zbyt mały procent spraw, które znajdują swoje rozstrzygnięcie przed sądami wynika z tego, że konsument nie decyduje się na taki krok, argumentując swoją decyzję zbyt niską wartością sporu w stosunku do dużego zaangażowania osobistego i środków finansowych.

W roku sprawozdawczym Rzecznik przygotował: pozew w związku z zakupionym w komisie autem z wadami, odpowiedź na pozew w związku z realizacją umowy sprzedaży nieruchomości z klauzulą na wyłączność oraz wniosek o przywrócenie terminu wraz ze sprzeciwem od nakazu zapłaty wydanym przez e-sąd w postępowaniu uproszczonym w sprawie umowy telekomunikacyjnej.

Szczegółową charakterystykę pomocy Rzecznika na drodze sądowej przedstawia Tabela nr 4 (str.26)

6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym

Biorąc pod uwagę niską świadomość prawną polskich konsumentów, brak prawidłowych nawyków rynkowych, niedostrzeganie zagrożeń płynących z rynku - edukacja konsumentów jest w opinii Rzecznika jednym z ważniejszych zadań.

Rzecznik udzielając konsumentom różnego rodzaju pomocy prawnej, podejmował tego typu działania poprzez uświadamianie konsumentom przysługujących im praw, wskazując na konkretne przepisy, mające zastosowanie w danej sprawie.

Przykładem lat ubiegłych Rzecznik zorganizował w dniu 12.04.2019r. VIII Powiatowy Konkurs Wiedzy Konsumentkiej skierowany do uczniów szkół ponadgimnazjalnych z terenu powiatu giżyckiego (dla których organem prowadzącym jest powiat giżycki), nad którym patronat objęli Starosta Giżycki – Mirosław Dariusz Drzażdżewski oraz Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Marek Niechciał.

Do Konkursu przystąpiło 16 uczniów, reprezentujących 4 szkoły ponadgimnazjalne, tj. I Liceum Ogólnokształcące, II Liceum Ogólnokształcące, Zespół Szkół Kształtowania Środowiska i Agrobiznesu oraz Zespół Szkół Elektronicznych i Informatycznych.

W wyniku konkursu 2 uczniów - z I Liceum Ogólnokształcącego i Zespołu Szkół Kształtowania Środowiska i Agrobiznesu, uzyskało taką samą liczbę punktów tj. 28/36. W związku z powyższym konieczne było przeprowadzenie dogrywki w formie testu pisemnego w celu wyłonienia laureata drugiego i trzeciego miejsca.

Niestety po raz pierwszy w historii Konkursu (odbywającego się w Starostwie Powiatowym w Giżycku corocznie od 2012r.) dogrywka nie wskazała, który z uczniów zajmie drugie miejsce na podium, ponieważ Wioleta Aftyka (ZSKŚiA) oraz Jan Teofilewski (I LO) uzyskali jednomyslnie po 7 pkt/10.

Z pomocą przyszedł jednak Koordynator ECK Polska - Karol Muż, który zadał uczniom po jednym pytaniu z zagadnień, które omówił podczas przeprowadzonego w tym dniu wykładu na temat *Praw pasażerów*. W tym przypadku lepsza okazała się Wioleta Afyka, która definitywnie zajęła drugie miejsce, a Jan Teofilewski – trzecie miejsce.

W wyniku przeprowadzonego postępowania konkursowego laureatami konkursu zostali następujący uczniowie: I miejsce – Aleksandra Szpakowska (II LO), II miejsce – Wioleta Aftyka (ZSKŚiA), III miejsce – Jan Teofilewski (I LO).

Wyżej wymienieni uczniowie otrzymali dyplomy oraz cenne nagrody rzeczowe, które zostały ufundowane przez Starostę Giżyckiego oraz Prezesa UOKiK.

Istotnym jest, że uczniowie szkół chętnie poszerzają swoją wiedzę dotyczącą prawa konsumenckiego w zakresie objętym wymaganiami konkursowymi.

W okresie sprawozdawczym Rzecznik przeprowadził prelekcję w klasie 7e w Szkole Podstawowej Nr 7 w Giżycku na temat pracy rzecznika konsumentów, praw konsumentów oraz przekazał uczniom materiały informacyjne o tematyce konsumenckiej.

Rzecznik uczestniczył również w pokazie handlowym w Giżyckim Centrum Kultury zorganizowanym przez przedsiębiorcę Open Mind Advisors Sp. z o.o., oferującym bezpłatne badanie układu krążenia połączone z zaprezentowaniem urządzenia medycznego do zabiegów magnoterapii APM oraz oczyszczania powietrza Arctic Fresh. Rzecznik miał okazję zapoznać się z praktykami stosowanymi przez sprzedawców oraz poinformował uczestników spotkania, iż w przypadku podjęcia decyzji zakupu towarów oferowanych przez przedsiębiorcę mają oni możliwość odstąpienia od takiej umowy w terminie 14 dni.

W dn. 26.04.2019r. Rzecznik Konsumentów został zaproszony przez Giżycką Radą Seniorów na spotkanie, gdzie omówił działania nieuczciwych sprzedawców podczas wizyt domowych, szczególnie podczas wizyt u osób starszych oraz na pokazach. Poinformował również o prawach konsumentów, jak należy złożyć reklamację i jak odstąpić od umów zawartych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa.

W okresie przedświątecznym została ponownie wyemitowana w stacji Meloradio audycja radiowa (nagrana w 2018r.) nt. zakupów, pokazów, pożyczek oraz działalności Rzecznika Konsumentów.

Podobnie jak w latach ubiegłych tematyka konsumencka poruszana była również za pośrednictwem lokalnej prasy. W okresie sprawozdawczym ukazały się następujące informacje i porady Rzecznika:

1. *Promocje i wyprzedaże - na co zwrócić uwagę?* - Moje Giżycko Nr 31/styczeń 2019
2. *Jak uniknąć podróbek i jak sprawdzić jakość w sieci?* - Moje Giżycko Nr 32/luty 2019
3. *W tym badaniu liczy się przede wszystkim... kupiec* - Moje Giżycko Nr 33/marzec 2019
4. *Na zakupy z głową –zwłaszcza przed świętami* - Moje Giżycko Nr 34/kwiecień 2019
5. *Co przed majówką każdy wiedzieć powinien?* - Moje Giżycko Nr 35/maj 2019
6. *Zanim odleciś, czyli coś dla podniebnych turystów* - Moje Giżycko Nr 36/czerwiec 2019
7. *Kiedy nie wszystko pójdzie zgodnie z planem* - Moje Giżycko Nr 37/lipiec 2019
8. *Ogłoszenie Powiatowego Rzecznika Konsumentów dot. umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość* - Moje Giżycko Nr 38/wrzesień 2019
9. *Między rozrywką a oszustwem jest cienka granica* - Moje Giżycko Nr 39 /październik 2019
10. *Robisz zakupy w sieci? Przeczytaj to i kupuj bezpiecznie!* - Moje Giżycko Nr 40/listopad 2019
11. *Coś dla kredytobiorców (i nie tylko dla nich)* - Moje Giżycko Nr 41 /grudzień 2019
12. Informacja o VIII Powiatowym Konkursie Wiedzy Konsumentkiej (03.04.2019r.) oraz o jego wynikach (15.04.2019r.) – www.powiatgizycki.pl

Ukazujące się w prasie artykuły prasowe nie tylko przyczyniają się do rozpowszechnienia wśród czytelników wiedzy z dziedziny prawa konsumenckiego, ale także pełnią rolę prewencyjną, ostrzegając konsumentów przed nieuczciwymi przedsiębiorcami, sytuacjami, które mogą rodzić niekorzystne dla konsumentów konsekwencje i w ten sposób mają wyostrzyć ostrożność konsumenta, który świadomy swych praw jest w stanie uniknąć niepożądanych sytuacji.

Inną formą edukacji konsumenckiej jest ekspozycja dostępnych materiałów informacyjnych dotyczących ochrony konsumentów, znajdujących się w holu budynku Urzędu. Broszury i materiały edukacyjne przesyłane przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie, Urząd Komunikacji Elektronicznej, czy też Europejskie Centrum Konsumentkie były wykładane i uzupełniane w celu ciągłej dostępności do informacji, a każdy z konsumentów zgłaszających się do rzecznika mógł otrzymać publikacje o tematyce konsumenckiej. Również przed wejściem do pokoju Rzecznika na tablicy informacyjnej oraz na stronie internetowej Powiatu pod adresem: www.powiatgizycki.pl w zakładce „Powiatowy Rzecznik Konsumentów” zamieszczone są podstawowe informacje związane z tematyką konsumencką np. przepisy prawne, porady konsumenckie czy też podstawowe wzory pism do wykorzystania przez konsumentów.

Jedną z form wpływania na zmniejszenie problemów konsumenckich związanych z reklamacjami jest także edukacja sprzedawców i właścicieli sklepów, którzy byli informowani o prawach konsumentów i obowiązkach sprzedawców. Sprzedawcom, którzy kontaktowali się telefonicznie lub osobiście z Rzecznikiem udzielane były porady na temat wykładni przepisów w zakresie obowiązujących regulacji prawnych dotyczących ochrony praw konsumentów oraz przekazywane zainteresowanym broszury.

Przedsiębiorcy również często konsultowali z Rzecznikiem prowadzone przez siebie postępowania reklamacyjne w zakresie dotyczącym prawidłowości załatwienia reklamacji konsumentów oraz zobowiązań jakie ciążyą na przedsiębiorcy, np. obowiązku udzielenia konsumentowi jasnych i zrozumiałych informacji w języku polskim o nazwie towaru, jego producencie czy importerze, znaku bezpieczeństwa, kraju jego pochodzenia; obowiązku zapewnienia w miejscu sprzedaży warunków umożliwiających dokonanie wyboru towaru i sprawdzenie jego jakości, kompletności oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów itp.

Współpraca i edukacja właścicieli sklepów wpływa bezpośrednio na lepsze wzajemne stosunki w relacji konsument - sprzedawca, a pośrednio na zmniejszenie skarg konsumenckich. W dużym stopniu rolę edukacyjną pełniły również wystąpienia kierowane do przedsiębiorców. Wprawdzie dotyczyły one konkretnych spraw, ale wskazując sposób załatwienia sprawy, równocześnie wskazywany był przedsiębiorcy sposób prawidłowego postępowania. Przy okazji konsument zaznajamiał się ze swoimi prawami.

7. Podejmowanie działań wynikających z:

- **art. 479³⁸ kpc (niedozwolone postanowienia umowne)**

W roku sprawozdawczym Rzecznik Konsumentów w ramach zadań wynikających z postępowania w zakresie niedozwolonych klauzul umownych nie kierował zawiadomień do UOKiK w sprawie podejrzenia stosowania niedozwolonych klauzul w umowach.

Jednakże same wystąpienia Rzecznika do przedsiębiorców w uzasadnionych przypadkach miały charakter wezwań do dobrowolnego zaniechania stosowania niedozwolonych postanowień umownych wzorców umów (zmiany treści wzorców umów). Rzecznik udzielał porad przedsiębiorcom w sprawie zmiany treści postanowienia wzorca umownego, jak również dokonywał ocen przedstawianych przez konsumentów umów dotyczących np. sprzedaży nieruchomości, usług bankowych, telekomunikacyjnych, czy dotyczących sprzedaży energii elektrycznej i usług związanych z zakupami poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość pod kątem występowania ewentualnych niedozwolonych klauzul, które w nieproporcjonalny sposób rozkładają ryzyko (nadmierne obowiązki, uszczuplone prawa) między stronami umowy. Stosowanie takich klauzul jest zabronione prawem, szczególnie w obrocie konsumenckim.

W przypadku, gdy umowa zawierała niedozwolone postanowienia wpisane do Rejestru niedozwolonych postanowień umownych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Rzecznik informował konsumentów, że takie postanowienia nie wiążą konsumenta z mocy samego prawa.

- **ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym**

Praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową (art.4 ustawy z dn.23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym).

W roku sprawozdawczym Rzecznik w dwóch przypadkach zawiadomił UOKiK o nieuczciwych praktykach rynkowych stosowanych przez przedsiębiorców. W pierwszym przypadku akwizytorzy spółki zajmującej się sprzedażą energii elektrycznej i paliwa gazowego podawali się za dotychczasowego sprzedawcę i zawierali z konsumentami nowe umowy nie wydając dokumentów w postaci egzemplarza umowy, regulaminów itp. lub pozostawiali jedynie niekompletne formularze. Konsumenti zgłaszający się do Rzecznika po pomoc posiadali jedynie np. jedną stronę umowy sprzedaży energii elektrycznej, oraz kilka wrywkowych stron regulaminu dotyczącego sprzedaży gazu. Zdarzały się również przypadki, gdzie konsumenci w ogóle nie posiadali żadnych dokumentów, tak więc nie było wiadome nawet z kim konsument zawarł umowę, czy też jakie umowy i na jakich warunkach, a o zmianie sprzedawcy dowiadawali się dopiero wtedy, gdy pracownik dotychczasowego sprzedawcy energii elektrycznej przyjechał sprawdzić stan licznika i poinformował o zmianie sprzedawcy. Ponadto żaden ze zgłoszonych się do Rzecznika konsument nie otrzymał od formularza odstąpienia od umowy, jak również nie został o takim fakcie poinformowany.

Drugie zawiadomienie Rzecznika do UOKiK dotyczyło odmowy przyjmowania ponownej reklamacji odzieży lub obuwia sportowego w przypadku, gdy konsument nie zgadza się z wydaną opinią sklepu ze względu na udzielanie szablonowych odpowiedzi nieadekwatnych do rzeczywistego stanu reklamowanych przedmiotów. Pracownicy sklepów w Giżycku informowali konsumentów, iż sprzedawca nie może przyjąć kolejnej reklamacji, ponieważ wewnętrzny regulamin przedsiębiorcy na to nie pozwala i należy pismo reklamacyjne wraz z np. obuwiem przesać do głównej siedziby przedsiębiorcy w innym mieście.

Rzecznik informował przedsiębiorcę, iż takie praktyki narażają konsumentów na nieuzasadnione dodatkowe koszty związane z opłatami pocztowymi za nadanie przesyłek, tym bardziej, że konsument otrzymywał odpowiedzi na reklamację nie z głównej siedziby przedsiębiorcy, a ze sklepu z Giżycka, podpisaną nieczytelnie przez pracownika sklepu. Zdaniem Rzecznika konsument ma prawo złożyć reklamację w miejscu, w którym dokonał zakupu towaru, a obowiązkiem sprzedawcy jest potwierdzenie przyjęcia reklamacji. W przypadku, gdy sprzedawca odmawia przyjęcia reklamacji i odsyła konsumenta do wysłania reklamacji do innego miejsca niż, w którym był dokonany zakup to przedsiębiorca powinien zwrócić koszty nadania przesyłki, czy też listu z reklamacją. Zgodnie bowiem z art. 561² oraz art. 561³ Kodeksu cywilnego

konsument składający reklamację powinien na koszt sprzedawcy dostarczyć wadliwą rzecz do miejsca wskazanego w umowie (jeżeli tego miejsca nie określono, tam gdzie została mu wydana).

W ocenie Rzecznika takie praktyki mogą stanowić o nierzetelnym podejściu do reklamacji oraz wskazywać na nieuczciwe praktyki rynkowe utrudniające konsumentom prawo do reklamacji i uprawnień przyznanych przez ustawodawcę.

- **ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym,**

W okresie sprawozdawczym Rzecznik nie podejmował działań w zakresie dochodzenia roszczeń w postępowaniu grupowym.

- **art. 42 ust. 1 pkt. 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów)**

Na podstawie art.42 ust.4 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów, przedsiębiorca, do którego zwrócił się Rzecznik Konsumentów obowiązany jest udzielić rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii rzecznika. Niestety, w praktyce przedsiębiorcy nie zawsze, pomimo ponagleń, udzielają odpowiedzi na wystąpienia. W tej sytuacji zgodnie z art.114 ust.1 ww. ustawy rzecznikowi przysługuje uprawnienie wystąpienia z wnioskiem o ukaranie przedsiębiorcy grzywną (kara grzywny, nie mniejsza niż 2.000 zł).

W okresie sprawozdawczym Rzecznik dwukrotnie przesłał do właściwych jednostek Policji zawiadomienia o ukaranie przedsiębiorców za brak ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika. W obu przypadkach rzecznik został poinformowany, iż zostały skierowane przeciwko przedsiębiorcom wnioski o ukaranie.

- **art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy).**

W okresie sprawozdawczym Rzecznik nie przedstawiał sądowi istotnego poglądu dla sprawy.

III. WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJĄCYCH DO POPRAWY REALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW

1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów

Świadomość konsumentów co do swoich praw oraz istnienia instytucji rzecznika konsumentów stale wzrasta, a konsumenci coraz częściej potrafią skorzystać z przysługujących im praw. Również utrzymująca się na podobnym poziomie w stosunku do lat ubiegłych liczba udzielanych porad prawnych świadczy o coraz lepszej orientacji konsumentów, gdzie szukać pomocy prawnej w przypadkach, kiedy sprawa jest skomplikowana lub też przedsiębiorca uporczywie odmawia uznania słusznych roszczeń konsumenta. Niestety

w wielu przypadkach konsumentom nadal brakuje podstawowej wiedzy prawnej, jak mają się zachować w sytuacji sporu z przedsiębiorcą.

Dotyczy to w szczególności konsumentów należących do starszych generacji, w szczególności osób 50+. Osoby młodsze, posiadające dostęp do Internetu mogą łatwo i szybko sprawdzić przysługujące im prawa (aczkolwiek niektóre strony internetowe również nie zawierają precyzyjnych informacji). Dzięki temu mogą szybko podjąć odpowiednie kroki w celu dochodzenia swoich roszczeń.

Osoby starsze natomiast, pozbawione dostępu do Internetu lub nie potrafiące korzystać z tego środka informacji, mają utrudniony dostęp do pozyskania informacji o swoich prawach. Powoduje to, że bardzo często nie są w stanie prawidłowo dochodzić swoich praw. Dotyczy to w szczególności tzw. umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, gdzie sprzedawcy oferują konsumentom na pokazach lub po rozmowie telefonicznej nabycie różnego rodzaju rzeczy lub usług, nierzadko w znacząco zawyżonej cenie lub też po wprowadzeniu konsumenta w błąd co do warunków zawieranej umowy. Konsumentom pozbawieni dostępu do informacji prawnej, często nie wiedzą, że przysługuje, im co do zasady 14-dniowy termin na odstąpienie od umowy bez podania przyczyny, a przedsiębiorcy często nie informują rzetelnie konsumentów (choć mają taki obowiązek) o tym prawie, a czasami wręcz zaprzeczają istnieniu takiego prawa.

Dlatego tak ważna jest edukacja społeczeństwa w zakresie przysługujących im praw i obowiązków. Im świadomość prawna obywateli będzie wyższa, tym łatwiej będzie im dochodzić swoich praw lub też wyjść obronną ręką z zawarcia bardzo niekorzystnej umowy.

W związku z powyższym w dalszym ciągu niezwykle ważne jest edukowanie mieszkańców powiatu giżyckiego w kwestii praw konsumenckich. Szczególną rolę w tym wypadku należy przypisać zwracaniu uwagi mieszkańcom, by dobrze zapoznawali się z wszelkimi umowami i dokumentami jakie podpisują. Bez takiej prewencji skala problemu z nieuczciwymi przedsiębiorcami działającymi na niekorzyść konsumentów nie tylko nie zmaleje, ale wprost przeciwnie – wzrośnie.

Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa w zakresie praw i obowiązków konsumentów jest istotnym elementem pozwalającym na edukację i podnoszenie samoświadomości wśród konsumentów, a co za tym idzie na skuteczne dochodzenie słusznych roszczeń.

Aktualnie obowiązujące przepisy prawa dają konsumentom szczególną ochronę i szczególne regulacje prawne pod warunkiem, że konsumenci są świadomymi uczestnikami rynku i posiadają wiedzę na temat przysługujących im praw.

System ochrony prawnej konsumentów działa w Polsce od ponad 20 lat i ciągle jest ulepszany/modyfikowany i rozbudowywany. Pomimo, że zaangażowanych jest w to szereg organów, instytucji państwowych i samorządowych wymaga to jednak ciągłego dopracowywania. Przedsiębiorcy nierzadko nie przestrzegają obowiązujących przepisów prawa, zasad współżycia społecznego często bez żadnych konsekwencji prowadząc nadal działalność gospodarczą przez wiele lat wyrządzając konsumentom szkodę.

Przykładem mogą tu być pojawiające się wciąż o innej nazwie firmy prowadzące sprzedaż bezpośrednią. Oszukiwanie zwłaszcza ludzi starszych na drogie towary nie może korzystać z ochrony prawa. Niewystarczające jest też to, że firmy o podobnej działalności poddawane są kontroli czy karom nakładanym przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, jeśli dokonują zmiany nazwy i nadal prowadzą nieuczciwą działalność bazując na manipulacji konsumentem, stosując metody i środki nie mające nic wspólnego z etyką biznesu i zasadami uczciwej sprzedaży.

Zasób wiedzy z zakresu przysługujących praw konsumentowi i posiadanie niezbędnych informacji potrzebnych do dochodzenia roszczeń jest warunkiem świadomego uczestnictwa konsumentów w rynku.

W obszarze tym wskazane jest podejmowanie jak największej ilości działań edukacyjnych począwszy od młodzieży, aż po seniorów podnosząc w ten sposób niski poziom kultury prawnej tak konsumentów, jak i przedsiębiorców. Wiele osób nie zna jeszcze wielu instytucji, do których można się zgłosić po poradę i rozwiązanie problemów w sprawach konsumenckich. Dlatego tak ważnym jest, by na wszystkich szczeblach prowadzić szeroko zakrojoną edukację, w szczególności poprzez dostępne media. Zwłaszcza, że potrzeby i oczekiwania konsumentów rosną i będą się stale zwiększały. Jest to częściowo związane z ciągłym wzrostem świadomości prawnej konsumentów. Rozsądny, uważny i świadomy swoich praw i obowiązków wynikających z przepisów prawa i umów konsument staje się osobą, która w sposób zamierzony eliminuje z rynku nieuczciwe podmioty i nie pozwala sobą manipulować.

Niewskazane są częste zmiany prawa konsumenckiego, jak to dzieje się w ostatnich latach, ponieważ nie służy to zarówno ani konsumentom, ani też przedsiębiorcom.

2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników

Działalność Rzecznika cieszy się dużym uznaniem wśród korzystających z usług, zwłaszcza tych, którzy przy pomocy instytucji wyegzekwowali swoje roszczenia. Konsumenty często składają podziękowania osobiście, telefonicznie i pisemnie, pozytywnie oceniając zaangażowanie Rzecznika w sprawy i wracają jeśli spotka ich ponownie problem. Duża liczba osób kontaktujących się z Rzecznikiem świadczy o potrzebie tej instytucji, a dalsza ich edukacja jest najlepszą formą wpływania na poprawne decyzje konsumentów.

W związku z pojawiającymi się nowymi, nieznanymi dotąd zagrożeniami, z którymi spotkać się mogą konsumenci, jak również częste zmiany przepisów istnieje potrzeba stałego podnoszenia kwalifikacji poprzez uczestnictwo Rzecznika w różnego rodzaju szkoleniach dotyczących ochrony praw konsumenckich.

Bardzo pomocna w pracy Rzecznika jest również możliwość uczestnictwa w konferencjach, debatach za pośrednictwem transmisji on-line, z której to możliwości Rzecznik chętnie korzysta i nadal by korzystał.

W swojej pracy Rzecznik zauważa niedostateczny jeszcze dostęp do informacji prawnej w sprawach o charakterze niekonsumenckim, ponieważ mieszkańcy powiatu często mylą kompetencje rzecznika konsumentów jako bezpłatnej pomocy prawnej w sprawach z zakresu prawa pracy, spraw rodzinnych,

roszczeń cywilnych itp. Rzecznik widzi potrzebę udzielania rzecznikom przez UOKiK na bieżąco informacji o toczących się postępowaniach w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów lub też dostępu do bazy danych (oczywiście w ograniczonym zakresie) o przedsiębiorcy, przedmiocie i delegaturze UOKiK zajmującej się sprawą.

Odnosząc się natomiast do sprawozdawczości tabelarycznej, to zdaniem Rzecznika tabele sprawozdań winny zawierać również rubrykę pod nazwą *pisma przygotowane konsumentom przez rzeczników*.

W obecnych tabelach brakuje takiej rubryki, w której można byłoby umieścić liczbę przygotowanych pism przy udzielaniu porady. Pisma przygotowane przez rzeczników, często skutecznie rozwiązują problem konsumenta, jeszcze przed wszczęciem interwencji.

Innym problemem jest również odmowa przedkładania przez przedsiębiorców kopii dokumentów lub nagrań rozmów z konsumentami. Rzecznicy nie zostali wprost wyposażeni w kompetencję do żądania od przedsiębiorców przedstawienia kopii dokumentów, dlatego też takie przypadki nie ułatwiają pracy Rzecznikowi i pośrednio wpływają na niższy poziom ochrony i pomocy konsumentów.

Skuteczna i aktywna działalność Rzecznika sprzyja dobremu wizerunkowi powiatu, jako przyjaznemu mieszkańcom, podejmującemu ich problemy. Stąd istotną sprawą jest umiejętne i cierpliwe wnikanie w treść spraw oraz spełnienie oczekiwań poszkodowanych. Zaznaczyć należy, iż praca Rzecznika wymaga szczególnego obiektywizmu tak, aby żądania konsumentów miały charakter rzeczowy i uzasadniony i nie naruszały dobrych obyczajów w relacjach sprzedawca-konsument, z czym często się można spotkać.

Rosnąca z roku na rok ilość różnych spraw powoduje, że należy również bardzo wnikliwie monitorować przepisy prawne i przeciwdziałać wszelkim praktykom naruszającym interesy konsumentów poprzez m.in. szersze wyjście z nowymi formami edukacyjnymi poprawiającymi świadomość konsumenta. Działalność Rzecznika Konsumentów jest bardzo ważna dla mieszkańców powiatu giżyckiego, gdyż w tym miejscu uzyskują pomoc w egzekwowaniu swoich praw w sprawach indywidualnych.

Działania rzecznika mają pozytywny wydźwięk, gdyż udzielanie bezpłatnej pomocy prawnej i skuteczność w dochodzeniu roszczeń przyczynia się do tworzenia dobrego wizerunku Urzędu.

SPORZĄDZIŁA:
Katarzyna Tota - Leszczyńska
Powiatowy Rzecznik Konsumentów
w Giżycku
Powiatowy Rzecznik Konsumentów
K. Tota
mgr Katarzyna Tota-Leszczynska

Giżycko, dnia 31 marca 2020r.

Tabela 2.
występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów

	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			RAZEM					
	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem						
	SPRZEDAŻ:																				
a	art. żywnościowe																				
b	odzież i obuwie																3				
c	meble, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymania domu																1	1	2		
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																3	1	1	1	6
e	samochody i środki transportu osobistego																1	1			
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																				
g	produkty związane z opieką zdrowotną																1	1	2		
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																1	1			
i	inne																				
USŁUGI:																					
j	związane z rynkiem nieruchomości																1	1			
k	bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																1	1			
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																				
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																				
n	finansowe																				
o	ubezpieczeniowe																1	1			
p	pocztowe i kurierskie																				
r	telekomunikacyjne																1	1	2		
s	transportowe																				
t	turystyka i rekreacja																				
u	sektor energetyczny i wodny																				
w	związane z opieką i opieką zdrowotną																1	1			
x	edukacyjne																				
y	inne																1	1			
	RAZEM			1	3	3	9	4	1	1	1	1	1	1	1	22					
informacje ogólne niekonsumenckie																					
RAZEM																22					

Tabela 3.
współdziałanie z innymi instytucjami

	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			RAZEM
	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	
	SPRZEDAŻ:															
a	art. żywnościowe															
b	odzież i obuwie															
c	meble, artykuły wyposażenia wnetrz, utrzymania domu															
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy															
e	samochody i środki transportu osobistego															
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące															
g	produkty związane z opieką zdrowotną															
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci															
i	inne															
USŁUGI:																
j	związane z rynkiem nieruchomości															
k	bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja															
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia															
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu															
n	finansowe															
o	ubezpieczeniowe															
p	pocztowe i kurierskie															
r	telekomunikacyjne															
s	transportowe															
t	turystyka i rekreacja															
u	sektor energetyczny i wodny															
w	związane z opieką i opieką zdrowotną															
x	edukacyjne															
y	inne															
niekonsumenckie																
razem:																18

Tabela 4.
pomoc na drodze sądowej

	4.1. udział RK w postępowaniach sądowych												4.2. pomoc konsumentom w samodzielnym dochodzeniu roszczeń przed sądami											
	rozwiązanie umowy				wady towarów nienależątko wykonanie umowy				warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne				nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.				inne							
	na odległość			w lokalu	na odległość			w lokalu	na odległość			w lokalu	na odległość			w lokalu	na odległość			w lokalu	na odległość			
	w lokalu			poza lokal	na odległość			poza lokal	na odległość			poza lokal	na odległość			w lokalu	na odległość			poza lokal	na odległość			
	RAZEM																							
	RAZEM																							
SPRZEDAŻ:																								
a art. żywnościowe																								
b odzież i obuwie																								
c meble, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymanie domu																								
d urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																								
e samochody i środki transportu osobistego																								
f kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																								
g produkty związane z opieką zdrowotną																								
h art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																								
i inne																								
USŁUGI:																								
j związane z turystyką i wypoczynkiem																								
k ubezpieczenia																								
l konserwacja, drobne naprawy, pielęgnacja																								
m czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																								
n konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																								
o finansowe																								
p ubezpieczeniowe																								
q pocztowe i kurierskie																								
r telekomunikacyjne																								
s transportowe																								
t turystyka i rekreacja																								
u sektor energetyczny i wodny																								
v związane z opieką i opieką zdrowotną																								
w edukacyjne																								
x inne																								
y																								
	RAZEM																							
	sprawy o ukaranie																							
	razem:																							
	razem:																							
	3																							