



# 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](mailto:rzecznik@gizycko.starostwo.gov.pl)

---

## SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU ZA 2021 ROK

*Sprawozdanie stanowi wykonanie obowiązku z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007r. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.), na podstawie którego przedkładam Staroście Powiatu Giżyckiego w terminie do 31 marca do zaopiniowania roczne sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów za rok 2021.*

**Pozytywnie opiniuję:**

STAROSTA

*Mirosław Dariusz Drzażdżewski*

## SPIS TREŚCI

<b>I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU.....</b>	<b>3</b>
1. Struktura biura Rzecznika, stan kadrowy .....	4
<b>II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW .....</b>	<b>5</b>
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.....	10
3. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.....	10
4. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.....	14
5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.....	16
6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.....	17
7. Podejmowanie działań wynikających z: .....	18
• 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)	
<b>III. WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJĄCYCH DO POPRAWY REALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW .....</b>	<b>20</b>
1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów. ....	20
2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników.....	22
<b>IV. TABELLE</b>	
Tabela nr 1: Udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	24
Tabela nr 2: Występowanie do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw i interesów konsumentów.....	25
Tabela nr 3: Współdziałanie z innymi instytucjami.....	26
Tabela nr 4: Pomoc na drodze sądowej.....	27

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

Jednym z zadań powiatu zgodnie z art.4 ust.1 pkt.18 ustawy z dnia 5 czerwca 1998r. o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 1998r. Nr 91, poz. 578 z późn. zm.) jest ochrona praw konsumentów.

Określone powyżej zadanie stosownie do art. 39 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2007r. Nr 50, poz.331 z późn. zm.) wykonuje powiatowy rzecznik konsumentów.

Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów do zadań rzecznika konsumentów należy:

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- współdziałanie z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi.

Oprócz w/w zadań i kompetencji rzecznik konsumentów może również:

- wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować za ich zgodą do toczącego się postępowania sądowego,
- występować jako oskarżyciel publiczny w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów w rozumieniu Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia,
- występować do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z zawiadomieniem dotyczącym podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a także z zawiadomieniem dotyczącym podejrzenia naruszenia zakazu stosowania niedozwolonych postanowień wzorców umów.

Jednocześnie należy wskazać, że:

- rzecznik konsumentów jest bezpośrednio podporządkowany staroście powiatu,
- w terminie do dnia 31 marca każdego roku rzecznik przedkłada staroście do zaopiniowania roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim,
- w terminie 7 dni od zaopiniowania sprawozdania przez starostę, rzecznik konsumentów przekazuje je właściwej miejscowo delegaturze UOKIK.

### Struktura biura Rzecznika, stan kadrowy

1. Województwo	warmińsko-mazurskie
2. Miasto /Powiat	powiat giżycki
3. Liczba mieszkańców powiatu	56 565 stan wg GUS w 2019r.
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	
7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <math>\frac{3}{5}</math> etatu</li> <li>- <math>\frac{1}{2}</math> etatu</li> <li>- <math>\frac{2}{5}</math> etatu</li> <li>- <math>\frac{1}{5}</math> etatu</li> <li>- inne, np. dyżury</li> </ul>
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

Instytucja powiatowego rzecznika konsumentów służy ochronie podstawowych interesów konsumentów w stosunku do profesjonalnych podmiotów, jakim są przedsiębiorcy.

Konsumentem jest natomiast osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

Zadania rzecznika oraz prawa konsumentów poza przepisami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zostały uregulowane w przepisach ustawy o prawach konsumenta, kodeksie cywilnym, ustawie

o kredycie konsumenckim, ustawie o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych, ustawie o cenach, ustawie o języku polskim, ustawie o ogólnym bezpieczeństwie produktów, ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, ustawie – prawo telekomunikacyjne, ustawie - prawo energetyczne, ustawie - prawo pocztowe, ustawie - prawo przewozowe oraz szeregu aktów wykonawczych m.in. do w/w ustaw.

## 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.

W roku sprawozdawczym Rzecznik udzielił konsumentom osobiście, telefonicznie i pisemnie **606** porad, w tym, **548** porad udzielił osobiście i telefonicznie oraz **58** pisemnie. W sprawach dotyczących zagadnień z zakresu **informacji ogólnych** Rzecznik udzielił **11** porad, natomiast w sprawach **niekonsumenckich - 58**.

Ze względu na sposób zawarcia umowy najwięcej zgłoszeń dotyczyło umów zawieranych **w lokalu przedsiębiorstwa - 411**, umów zawieranych **na odległość – 100**, a najmniej zawartych było **poza lokalem przedsiębiorstwa - 26**.

Z uwagi na ograniczenia w funkcjonowaniu Urzędu Starostwa Powiatowego wprowadzone w związku z ogłoszeniem na obszarze Rzeczypospolitej Polskiej stanu epidemii COVID-19, zdecydowana większość porad odbywała się telefonicznie i mailowo, natomiast porady osobiste odbywały się w sprawach, kiedy to wymagały tego okoliczności sprawy. Należy podkreślić, iż nie wpłynęło to w żadnej mierze na ograniczenie dostępności poradnictwa konsumenckiego ani świadczonej pomocy. Jednakże można zauważyć, iż liczba prowadzonych postępowań mediacyjnych uległa znacznemu zwiększeniu w porównaniu z rokiem poprzednim, natomiast minimalnie zmalała w stosunku do roku 2020 liczba porad konsumenckich.

W udzielonych poradach w roku sprawozdawczym dominowały następujące kategorie spraw:

a) związane z wadliwością lub niezgodnością z umową świadczonych usług

Podstawowymi problemami, z jakimi konsumenci się spotykali w tym zakresie były:

- **Usługi telekomunikacyjne/48/** – problemy dotyczące nieprawidłowości związanych przy zawieraniu umów, naliczanie opłat wyrównawczych z tytułu niedotrzymania warunków

umowy, aktywowanie usług, których konsument nie zamawiał, nierzetelne informowanie o warunkach oferty promocyjnej.

- **Sektor energetyczny i wodny/46/** – nieuczciwe zawieranie umów na sprzedaż energii elektrycznej, wadliwe działanie licznika, zawyżone w stosunku do „standardowych” rachunki za prąd, wątpliwości dotyczące wysokości i kalkulacji rachunków, naliczanie kar przez pierwotnych świadczeniodawców w przypadkach umów z określonym terminem świadczenia usług, umowy sprzedaży instalacji fotowoltaicznej.
  - **Usługi finansowe/25/** – skargi i wnioski wnoszone przez konsumentów dotyczyły w szczególności:
    - procesu zawierania umowy i działalności doradców finansowych, oferowania przez nich rzekomo korzystnych produktów, stosowania misselingu oraz praktyk noszących znamiona nieuczciwych praktyk rynkowych,
    - transakcji nieautoryzowanych,
    - nieprawidłowego rozliczania kosztów umowy przy całkowitej wcześniejszej spłacie kredytu,
    - kredytu wiążanego,
    - zadłużenia - trudności z przeprowadzeniem restrukturyzacji zadłużenia, niejasności odnośnie przyczyn powstania zadłużenia,
    - sposobu rozpatrywania reklamacji (szablonowe odpowiedzi nie wnikające w sedno sprawy).
  - **Usługi ubezpieczeniowe/24/** – skargi konsumentów dotyczyły najczęściej odmowy uznania roszczenia z tytułu uszkodzenia ubezpieczonego sprzętu elektronicznego, zaniżonych kwot odszkodowań, zakresu ochrony polis turystycznych,
  - **Turystyka i rekreacja/10/** - roszczenia konsumentów najczęściej dotyczyły niewykonania umowy, odwołania wycieczki przez organizatora z powodu epidemii Sars-CoV-2 i odmowy zwrotu pieniędzy, potrąceniu części ceny w sytuacji, gdy konsumenci na podstawie art.47 ust.4 ustawy o imprezach turystycznych odstępowali od umowy, oferowanie konsumentom vouchera, czy też bonu wakacyjnego za odwołaną przez biuro podróży wycieczkę zamiast zwrotu zapłaconej ceny, skracanie przez biura podróży (w trakcie pobytu) terminu trwania imprezy turystycznej i oferowanie konsumentom zwrotu pieniędzy za niewykorzystane świadczenia w formie bonu wakacyjnego.
  - **Usługi transportowe/10/** – problemy najczęściej dotyczyły zwrotu środków za niewykorzystane bilety lotnicze w związku z odwołaniem lotów z powodu pandemii (przewoźnicy z reguły deklarowali zwrot pieniędzy za bilety w bliżej nieokreślonym terminie).
- b) związane z umową sprzedaży konsumenckiej – reklamacje zakupionych towarów

Najczęściej reklamowanym towarem (w kolejności wykazanej częstotliwością problemu) były **urządzenia gospodarstwa domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy/123/**,

**meble, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymania domu/84/, odzież i obuwie/69/, samochody i środki transportu osobistego/35/ oraz artykuły rekreacyjne, zabawki i artykuły dla dzieci/15/.**

Skargi konsumentów dotyczyły zwykle reklamacji z tytułu rękojmi lub gwarancji. Wśród zgłaszanych problemów znalazły się m.in. narzucanie konsumentom przez przedsiębiorcę własnego sposobu załatwienia reklamacji niezależnie od żądań zgłoszonych przez konsumentów, odmowa przyjęcia reklamacji, zwłoka w usunięciu wady, nieskuteczne usuwanie wad.

Konsumenci również często byli odsyłani przez sprzedawców (z uwagi na nieznaną im przez nich swoją odpowiedzialność) do punktów serwisowych w celu wyłączenia swojej odpowiedzialności. W takich sytuacjach konsumenci wchodzili w relacje z gwarantem z tytułu gwarancji, a więc na warunkach ustalonych przez nich samych. Z uwagi na fakt, iż udzielenie gwarancji nie jest obowiązkiem, a dodatkowym uprawnieniem, to treść jej gwarant może swobodnie kształtować. Ponadto uprawnienia konsumentów z tytułu gwarancji są mniej korzystne i często narażają konsumentów na:

- długi czas naprawy lub wymiany towaru,
- brak możliwości (mimo ewidentnej wadliwości towaru) wymiany towaru na nowy wolny od wad, ponieważ gwarant zastrzegł sobie wyłącznie naprawę,
- żądanie od konsumentów opłat w sytuacji nieuzasadnionej (w ocenie serwisu) reklamacji,
- uzależnienie ochrony gwarancyjnej od obowiązku wykonywania płatnych przeglądów serwisowych.

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

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.

W obliczu trudności związanych z pandemią koronawirusa SARS-CoV-2 w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej, w szczególności w związku z zamknięciem lokali handlowych i usługowych oraz wprowadzeniem innych ograniczeń, w porównaniu do lat ubiegłych zauważyć można znaczne zmniejszenie ilości umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa (w 2020r.- 71, w 2021r.- 26).

W zakresie tego rodzaju umów, Rzecznikowi zostało zgłoszonych **26** przypadków naruszenia interesów konsumentów, które w szczególności dotyczyły następujących nieprawidłowości:

- wykorzystania łatwości osób starszych, co do przedstawionej oferty towaru,

- w przypadku skutecznego odstąpienia od umowy, niezasadnego powoływania się przez przedsiębiorców na regulacje prawne wyłączające prawo do odstąpienia od umowy lub też zwlekania z terminem rozliczenia się z konsumentem,
- nedoręczania dokumentów dotyczących zawartej umowy,
- sprzedaży towarów, np. zestawu materacy, mat masujących po drastycznie zawyżonych cenach w stosunku do cen rynkowych.

Podobnie jak w latach poprzednich poradnictwo konsumenckie miało największy udział w ogólnej liczbie spraw będących przedmiotem działalności Rzecznika, co świadczy o dużym zapotrzebowaniu na taką formę pomocy. Porady polegały na udzieleniu konsumentom wszechstronnych wyjaśnień dotyczących praw i obowiązków konsumenckich, terminów składania reklamacji, wskazaniu odpowiednich przepisów, wyjaśnieniu podstawowych różnic między gwarancją a rękojmią, a także pomocy w przygotowaniu pism celem przedłożenia u przedsiębiorcy, włącznie ze wskazaniem, jakie działania w konkretnej sprawie konsument powinien podjąć. Po uzyskaniu właściwej porady konsumenci podejmowali czynności w zakresie dochodzenia roszczeń przeciwko przedsiębiorcy.

W wielu przypadkach konsumenci, zwłaszcza w wieku starszym, wymagali pomocy w toku całego postępowania reklamacyjnego. W związku, z czym Rzecznik służył pomocą nie tylko w kwestii fachowej informacji, jak również pomagał redagować pisma, poczynsży od napisania zgłoszenia dotyczącego ujawnienia wad towaru/usługi, poprzez procedurę reklamacyjną.

Każda porada kończyła się zaproszeniem do ponownego nawiązania kontaktu z Rzecznikiem w przypadku jakichkolwiek trudności w rozwiązaniu problemów, bądź wyjaśnienia wątpliwości.

Z doświadczenia Rzecznika wynika również, iż konsumenci nadal nie zwracają uwagi na rodzaj podpisywanych dokumentów, a przede wszystkim nie sprawdzają, z jaką firmą zawierają umowę. W większości przypadków konsumenci nie chcą lub nie potrafią przyswoić sobie wiedzy na temat obecnego funkcjonowania rynku sprzedaży energii elektrycznej i podziału przedsiębiorstw na dystrybucyjne i sprzedażowe. Najczęściej konsumenci zgłaszali się do Rzecznika po upływie kilku miesięcy od podpisania umowy z nowym sprzedawcą, dopiero wówczas gdy otrzymywali do zapłaty wyższe rachunki.

Nie wszystkim konsumentom można skutecznie pomóc tak, jak tego oczekują. Niejednokrotnie brak do tego podstaw prawnych, albo roszczenie jest przedawnione lub jest na to po prostu za późno z powodu upływu terminów do podjęcia skutecznych działań.

Powyższe zaniechania powodują konieczność wytłumaczenia konsumentowi, iż brak jest podstaw do dochodzenia roszczeń. Najczęściej towarzyszy temu nerwowa atmosfera, gdyż konsument czuje rozczarowanie i niechętnie przyjmuje do wiadomości negatywną informację.

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 przepisów prawa pracy, prawa spadkowego, ubezpieczeń czy też w sprawach karnych. Oznacza to, że społeczeństwo oczekuje od Rzecznika Konsumentów możliwości udzielania porad i informacji w każdej zgłaszanej sprawie, nie tylko z zakresu prawa konsumenckiego. Tym samym coraz trudniej wytłumaczyć takim osobom, iż kompetencje Rzecznika są ograniczone ustawowo i nie posiada on uprawnień do podejmowania działań aż w tak szerokim zakresie, czyli we wszystkich aspektach życia codziennego.

W wymienionych przypadkach Rzecznik nie podejmował interwencji, a jedynie wskazywał właściwe komórki lub instytucje właściwe do rozwiązania zgłaszanego problemu lub wyjaśniał przedstawione zagadnienia.

Do Rzecznika zwracali się również przedsiębiorcy, którzy powoływali się na wprowadzone z dniem 1 stycznia 2021r. zmiany w Kodeksie cywilnym, w myśl których niektóre przepisy dotyczące konsumentów stosuje się do osoby fizycznej zawierającej umowę bezpośrednio związaną z jej działalnością gospodarczą, gdy z treści tej umowy wynika, że nie posiada ona dla niej charakteru zawodowego, wynikającego w szczególności z przedmiotu wykonywanej przez nią działalności gospodarczej, udostępnionego na podstawie przepisów o centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej. Jednakże mimo wprowadzonej zmiany, to definicja konsumenta w art.22<sup>1</sup> Kc nie została zmieniona, wobec czego przedsiębiorcy nie mogą korzystać z instytucjonalnej ochrony rzecznika konsumentów.

W praktyce podobnie jak w latach poprzednich, zdarzało się również, że Rzecznik udzielał informacji z zakresu obowiązującego prawa przedsiębiorcom np. w sprawach dotyczących reklamowania towarów i usług, podnosząc ich wiedzę z tej dziedziny.

Zasadniczo w takiej sytuacji Rzecznik powinien odmówić udzielenia informacji, jednak mając na względzie dobro konsumenta udzielał wyjaśnień i informował o obowiązujących przepisach, co skutkowało poszanowaniem praw konsumentów we wzajemnych stosunkach.

Wszystkie pisma i wystąpienia Rzecznik przygotowuje samodzielnie i dotychczas nie było sytuacji, że jakakolwiek sprawa prowadzona była w sposób niewłaściwy. Rzecznik ma świadomość ciężącej odpowiedzialności w ramach udzielanych porad, czy informacji i w sytuacji jakichkolwiek wątpliwości lub niejasności informuje o tym stronę zgłaszającą sprawę. Każda sprawa jest indywidualna zarówno pod względem charakteru zgłoszenia, jak również i proceduralnym. Ponadto złożoność spraw również powoduje bardzo często, iż analiza zgłoszonego problemu jest coraz bardziej czasochłonna.

Z uwagi na to, że niejednokrotnie wartość przedmiotu sporu jest wysoka, Rzecznik Konsumentów prowadząc poradnictwo konsumenckie musi dokonać bardzo szczegółowej analizy zasadności skargi lub problemu przedstawionego przez konsumenta. Oczywiście jest, iż wymaga to czasu i skupienia - tym bardziej,

gdy sprawa jest wieloaspektowa. Dopiero wówczas przedstawia się konsumentowi możliwości prawne rozwiązania zgłoszonego problemu.

Należy również wskazać, iż porady telefoniczne są udzielane wyłącznie na podstawie relacji przedstawianych przez konsumentów. Jeżeli konsument pominie istotną dla sprawy kwestię lub ją zatai, Rzecznik nie ma możliwości weryfikacji przedstawianych okoliczności. Zdarzają się też sytuacje, że przedsiębiorcy którzy posiadają wiedzę o tym, iż nie mogą uzyskać porady prawnej od Rzecznika przedstawiają swoją sprawę z punktu widzenia konsumenta, czym szkodzą sobie, gdyż prawdopodobnie udzielona porada będzie nieprzydatna – różne przepisy stosuje się w sporze między przedsiębiorcami, a inne gdy stroną jest konsument i przedsiębiorca.

Szczegółowe informacje statystyczne dotyczące poradnictwa konsumenckiego zawiera załączona Tabela nr 1 (str.24)

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

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**

Pomoc w formie mediacji w okresie sprawozdawczym była udzielana w **21** sprawach, w których konsumenci wyczerpali przysługujące im środki prawne, z czego **16** spraw zostało załatwionych z rezultatem pomyślnym dla konsumenta, a w przypadku **4** spraw przedsiębiorcy nie uznali argumentacji konsumenta i Rzecznika Konsumentów. W **1** przypadku roszczenia konsumentki po wyjaśnieniach przedsiębiorcy okazały się niezasadne.

Powyższe wskazuje, że zdecydowana większość pisemnych wystąpień Rzecznika zakończyła się pozytywnie, co oznacza, że roszczenia konsumentów zostały uznane. W sprawach, w których nie udaje się doprowadzić do pozytywnego ich załatwienia, konsumenci informowani byli o możliwości dochodzenia roszczeń na drodze sądowej.

Mediacja jest najlepszym, najprostszym sposobem rozstrzygnięcia sporu, pod warunkiem, że na takie rozwiązanie zgadzają się obie strony. Mediacja nie naraża żadnej ze stron na ponoszenie dodatkowych kosztów i ma na celu przedsądowe zakończenie sporu.

Kierowane do przedsiębiorców wystąpienia miały charakter wniosków o udzielenie informacji, ponowne rozpatrzenie reklamacji, rozważenie możliwości polubownego zakończenia sporu, a w ostateczności wezwań przedsądowych.

W odpowiedzi na pisma Rzecznika, przedsiębiorcy w większości przypadków przedstawili swoje stanowisko w sprawie, udzielali dodatkowych informacji i wyjaśnień, a w wielu przypadkach uwzględniali roszczenia konsumentów.

Wśród postępowań mediacyjnych **10** spraw dotyczyło umów sprzedaży, natomiast **11** - umów o świadczenie usług.

Interwencje związane z **umowami sprzedaży** najczęściej dotyczyły reklamacji mebli, artykułów wyposażenia wnętrz, utrzymania domu oraz urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych i sprzętu komputerowego, natomiast w zakresie **usług** – usług telekomunikacyjnych oraz usług z sektora energetycznego i wodnego.

W zakresie reklamacji mebli, urządzeń gospodarstwa domowego, czy też odzieży i obuwia dominował problem związany z nieuznawaniem reklamacji w związku z jakością towaru. Podobnie jak w latach poprzednich, dużym problemem są opinie rzeczoznawców w tym zakresie, wystawiane na niekorzyść konsumentów, nawet w sytuacji występowania oczywistej wady produktu, po bardzo krótkim okresie użytkowania. Takie zachowanie potęguje u konsumentów poczucie krzywdy i osłabia zaufanie do sprzedawcy, jak i marki reklamowanego towaru.

W przypadku spraw z zakresu usług sektora energetycznego, zgłaszane problemy dotyczyły w szczególności kwestionowania wysokości wystawionych faktur, nieprzejrzystości wyliczeń, jak również stosowaniem nieuczciwych praktyk rynkowych związanych z samym zawarciem umowy na sprzedaż energii elektrycznej.

W okresie sprawozdawczym Rzecznik występował m.in. w trzech przypadkach do tego samego przedsiębiorcy telekomunikacyjnego, zarzucając konsultantom operatora oferowanie starszym osobom usług, których nie potrzebowali. Konsumenty udając się do salonu sprzedaży celem przedłużenia dotychczasowej umowy na usługi telekomunikacyjne albo doładowanie telefonu wychodziły z pakietem dodatkowych usług, a mianowicie: z umową na zakup aparatu telefonicznego, umową abonentową na telefon (w przypadku, gdy konsument posiadał telefon na kartę), umową kompleksową na sprzedaż energii elektrycznej, czy też z Ubezpieczeniem Assistance. O zmianie dostawcy konsumenci dowiadawali się często dopiero po otrzymaniu od dotychczasowego sprzedawcy energii elektrycznej (PGE S.A.) informacji, iż nastąpiła zmiana i sprzedawcą energii będzie nowa spółka.

Konsumenty nie otrzymywali wszystkich dokumentów/załączników, zdarzały się również przypadki sfalszowania podpisów, wpisywanie adresów e-mail konsumentów, na które miałyby zostać przesłane dokumenty - mimo, iż konsumenci nie wiedzieli nawet, co to jest e-mail, nie mówiąc już o umiejętnościach korzystania przez nich z Internetu.

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.

Wnioski i skargi konsumentów dotyczą najczęściej problemu istnienia wadliwości towaru z umową. Konsumentom 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. Konsumentom jednak w większości nie decydują się na powołanie rzeczoznawcy, gdyż wiąże się to z dodatkowymi kosztami, które niejednokrotnie bywają wyższe niż cena towaru.

Podjęmowane 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. Należy podkreślić, iż Rzecznik 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 również 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 interwencje w sferze sprzedaży dotyczyły w szczególności: odstąpienia od umowy na odległość zakupu kopaczki do ziemniaków/cebuli, reklamacji spodni garniturowych męskich, stacji

meteorologicznej, terakoty i wanny, foteli tapicerowanych, obuwia sportowego, miksera, lodówki, mebli, czy też odmowy sprzedaży określonej ilości wędliny.

W przypadku zaś sfery usług interwencje dotyczyły: nieuczciwych praktyk rynkowych związanych ze sprzedażą usług telekomunikacyjnych oraz energii elektrycznej, wysokości rachunków telefonicznych, edukacyjnego kursu on-line dotyczącego zielolecznictwa, nieterminowego odbioru śmieci, umowy na świadczenie usług ubezpieczeniowych, reklamacji usługi weterynaryjnej oraz skrócenia czasu trwania imprezy turystycznej na Wyspach Zielonego Przylądka i zwrotu niewykorzystanych środków wyłącznie w formie bonu turystycznego.

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 nieprzejrzystej 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 na to, 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 już np. terminy odstąpienia od umowy.

Zdarzają się również przypadki, gdzie 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 – 2021**

ROK	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Liczba porad i informacji pisemnych	797	683	749	679	847	915	1028	1004	840	793	731	714	630	606
Liczba wystąpień	47	39	48	26	29	39	36	42	17	15	13	22	14	21

Zestawienie wystąpień do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów przedstawia Tabela nr 2 (str.25)

#### **4. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów (Tabela nr 3, str.26)**

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: Europejskim Centrum Konsumenckim, Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Stowarzyszeniem Rzeczników Konsumentów, Rzecznikiem Finansowym, Federacją Konsumentów, Stowarzyszeniem Aquila.

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 Inspektoratem 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.

Rzecznik otrzymując skargi od konsumentów informujące o stosowanych przez przedsiębiorców praktykach rynkowych naruszających prawa konsumentów, przekazywał również na bieżąco informacje na okoliczność prowadzonych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów postępowań administracyjnych.

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

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 w roku sprawozdawczym polegało również na uczestnictwie Rzecznika w następujących szkoleniach i spotkaniach:

1. w dniu 22.01.2021r. webinar - „Finansowe inwestycje alternatywne”, organizator: UOKiK;
2. w dniu 02.02.2021r. webinar - „Rękojmia i gwarancja - kiedy i komu przysługuje”- organizator: Kancelaria Graś i Wspólnicy;
3. w dniu 12.02.2021r. webinar – „Problemy konsumenckie na rynku deweloperskim” - organizator: UOKiK;
4. w dniu 03.03.2021r. webinar – „Z konta zniknęły pieniądze? Co zrobić by je odzyskać”- organizator: Rzecznik Finansowy;
5. w dniu 08.03.2021r. webinar - „Dostęp do informacji publicznej”- organizator: Narodowy Instytut Samorządu Terytorialnego (NIST);
6. w dniu 08.03.2021r. konferencja on-line –„Konsument w dobie Covid-19” - organizator: Erif (Biuro Informacji Gospodarczej S.A.) i Stowarzyszenie Aquilla;
7. w dniach 15.03.2021r. - 19.03.2021r.- wideocząty na portalu Facebook z ekspertami z okazji Światowego Dnia Konsumenta na temat praw konsumentów - organizator: UOKiK;
8. w dniu 18.03.2021r. webinar - „Finanse po śmierci członka rodziny”- organizator: Rzecznik Finansowy;
9. w dniu 19.03.2021r. webinar – „Bezpieczny konsument w sieci –nowoczesna edukacja” - organizator: UOKiK i Fundacja Propublica;
10. w dniu 07.04.2021r. webinar „Wyrok TSUE oraz dwie uchwały SN” - organizator: Bankowe Bezprawie.pl;
11. w dniu 09.04.2021r. webinar „Pozasądowe rozwiązywanie sporów konsumenckich - ADR i ODR”- organizator: UOKiK;
12. w dniu 13.04.2021r. webinar „Poradnik spadkodawcy, czyli jak uporządkować sprawy finansowe na wypadek śmierci” - organizator: Rzecznik Finansowy
13. w dniu 14.04.2021r. webinar „Kampania edukacyjno-informacyjna „ja online” - organizator: Urząd Komunikacji Elektronicznej;
14. w dniu 20.04.2021r. webinar „Rola Rzecznika Finansowego w rozwiązywaniu sporów na rynku finansowym” - organizator: Rzecznik Finansowy;
15. w dniach 06.05.2021r. – 18.06.2021r. cykl szkoleń on-line w ramach projektu Consumer Pro „Zrównoważony rozwój - zrównoważona konsumpcja - zrównoważona planeta” - organizator: Federacja Konsumentów;
16. w dniu 06.05.2021r. webinar „Pozwem go!- pozew krok po kroku” - organizator: Koło Naukowe Prawa Prywatnego Europejska Wyższa Szkoła Prawa i Administracji w Warszawie;
17. w dniu 14.05.2021r. webinar „Kim jest polski e-konsument?” - organizator: UOKiK;
18. w dniu 28.05.2021r. webinar „Umowy telefoniczne dla seniorów, czyli jak nie dać się oszukać”- organizator: Urząd Komunikacji Elektronicznej i Ministerstwo Rodziny i Polityki Społecznej;
19. w dniu 21.06.2021r. webinar „Samolotem, koleją po Europie- wakacje 2021”- organizator: Europejskie Centrum Konsumenckie, rzecznik Praw Pasażera przy ULC, Rzecznik Praw Pasażera Kolei przy UTK;
20. w dniu 23.06.2021r. webinar „Ubezpieczenie podróżne w czasie pandemii” - organizator: Rzecznik Finansowy;
21. w dniu 22.07.2021r. webinar „Prawa pasażerów w transporcie kolejowym” - organizator: Urząd Transportu Kolejowego;
22. w dniu 05.08.2021r. webinar „Kredyt konsumencki. Spłata kredytu przed terminem”- organizator: Rzecznik Finansowy;
23. w dniu 30.08.2021r. webinar „Ubezpieczenia szkolne dzieci i młodzieży” - organizator: Rzecznik Finansowy;
24. w dniu 13.09.2021r. webinar „Interwencja czy polubowne - które i kiedy?”- organizator: Rzecznik Finansowy;
25. w dniu 23.09.2021r. webinar „Inwestycje alternatywne i kredyty hipoteczne” - organizator: UOKiK;
26. w dniu 29.09.2021r. webinar „OC komunikacyjne w praktyce”- organizator: Rzecznik Finansowy;

27. w dniach 05-06.10.2021r. VII Międzynarodowa Konsumentcka Konferencja Naukowa „Wyzwania dla prawa konsumenckiego w wymiarze globalnym, regionalnym i lokalnym”- organizator: Wydział Prawa i Administracji Uniwersytetu Łódzkiego i Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów;
28. w dniu 05.10.2021r. webinar „Odpowiedź na pozew - Pozew krok po kroku” - organizator: Koło Naukowe Prawa Prywatnego Europejska Wyższa Szkoła Prawa i Administracji w Warszawie;
29. w dniu 21.10.2021r. webinar „Pomyłka w przelewie i co teraz?” - organizator: Rzecznik Finansowy;
30. w dniu 26.10.2021r. webinar „Pozasądowe sposoby rozwiązywania sporów pomiędzy klientami a podmiotami rynku finansowego na przykładzie postępowań prowadzonych przed Sadem Polubownym przy KNF oraz przez RF” – Organizator: CEDUR;
31. w dniu 28.10.2021r. webinar „Prawo energetyczne w praktyce” - organizator: UOKiK;
32. w dniu 29.10.2021r. Konferencja on- line "Bezpieczny Senior" – organizator: Stowarzyszenie Ziemi Szczywieńskiej;
33. w dniu 09.11.2021r. webinar „Otwarte Fundusze Emerytalne – o czym warto wiedzieć?” – organizator: Rzecznik Finansowy;
34. w dniu 16.11.2021r. webinar „Postępowanie interwencyjne Rzecznika Finansowego w praktyce” - organizator: Rzecznik Finansowy;
35. w dniu 18.11.2021r. webinar „Prawo telekomunikacyjne” - organizator: UOKiK;
36. w dniu 25.11.2021r. webinar „Sankcja kredytu darmowego” - organizator: Rzecznik Finansowy;
37. w dniu 26.11.2021r. webinar Vademecum zakupoholika” - organizator: UOKiK;
38. w dniu 29.11.2021r. on-line Ogólnopolska Finansowa Konferencja Naukowa „*Nowe technologie na rynku finansowym- szanse i zagrożenia dla jego uczestników*” – organizator: Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów, Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie oraz Fundacją „Mercatus et Civis”;
39. w dniu 01.12.2021r. webinar „Jak OLX może chronić swoich użytkowników?” – organizator: OLX Group;
40. w dniu 03.12.2021r. webinar „Polubowne rozwiązywanie sporów przy RF” - organizator: Rzecznik Finansowy;
41. w dniu 15.12.2021r. webinar „Ubezpieczenie mieszkaniowe- na co warto zwrócić uwagę?”- organizator: Rzecznik Finansowy.

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

W przypadku ewidentnie złej woli przedsiębiorców, rozbieżnych stanowisk stron, braku zgody na rozstrzygnięcie sprawy przez sąd polubowny, braku odpowiedzi na wezwanie Rzecznika, pozostaje jako ostateczność droga sądowa.

W 2021r. Rzecznik w jednym przypadku przygotował konsumentowi projekt pozwu. Natomiast nie był stroną i nie reprezentował konsumentów przed sądami.

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.

Szczegółową charakterystykę pomocy Rzecznika na drodze sądowej przedstawia Tabela nr 4 (str.27)



## 6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym

Niezależnie od powyższych działań, w celu propagowania wiedzy konsumenckiej Rzecznik przekazuje konsumentom, czy to podczas bezpośredniego spotkania, czy też za pośrednictwem drogi elektronicznej niezbędne wyciągi z aktów prawnych, wzory umów konsumenckich, zgłoszeń reklamacyjnych, wzory oświadczeń o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość oraz wzory odstąpienia od umowy kredytu konsumenckiego.

Formę edukacji pełniło też wskazanie konsumentom przysługujących im praw oraz sposobu postępowania w konkretnej sprawie.

Również wystąpienia kierowane do przedsiębiorców w dużym stopniu pełniły rolę edukacyjną. Wprawdzie dotyczyły one konkretnych spraw, niemniej - wskazując wymagany przepisami prawa sposób załatwienia sprawy - równocześnie udzielano przedsiębiorcy informacji dotyczącej sposobu prawidłowego postępowania.

W okresie sprawozdawczym, z uwagi na obowiązującą sytuację epidemiologiczną Rzecznik przeprowadził dwie prelekcje wśród uczniów klas ósmych Szkoły Podstawowej Nr 2 im. Chwały Oręża Polskiego w Giżycku na temat funkcjonowania rzecznika konsumentów, praw konsumentów oraz przekazał uczniom materiały informacyjne o tematyce konsumenckiej.

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

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. *Światowy Dzień Konsumenta* – [www.powiatgizycki.pl](http://www.powiatgizycki.pl) - 15.03.2021r.
2. *Najwięcej błędów przy zawieraniu umów* – Gazeta Olsztyńska/Gazeta Giżycka – 18.03.2021r.
3. *Urząd Komunikacji Elektronicznej podpowiada, o czym powinniśmy pamiętać przed wyjazdem na wakacje* - [www.powiatgizycki.pl](http://www.powiatgizycki.pl) – 14.07.2021r.
4. *Konsument, w czym Ci może pomóc na urlopie Twój telefon?* - [www.powiatgizycki.pl](http://www.powiatgizycki.pl) – 14.07.2021r.
5. *Powiatowy Rzecznik Konsumentów informuje* (inf. nt. narzędzia edukacyjnego-[www.konsument.edu.pl](http://www.konsument.edu.pl)) - [www.powiatgizycki.pl](http://www.powiatgizycki.pl) – 22.10.2021r.
6. *Pułapki w sieci, fikcyjne sklepy, czyli internetowi oszuści* – Gazeta Giżycka – Nr 43(1511) z dn.04.11.2021r.
7. *Seniorze, bądź świadomym* - Gazeta Giżycka – Nr 46(1513) z dn.18.11.2021r.
8. Wywiad w stacji radiowej Meloradio Oddział w Giżycku w dn.26.09.2021r., nt. pokazów handlowych, oraz wyprzedaży.

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 mogą wyostrzyć ostrożność konsumenta, który świadomy swych praw jest w stanie uniknąć niepożądanych sytuacji.

Inną formą edukacji konsumenckiej jest ekspozycja materiałów informacyjnych dotyczących ochrony konsumentów, znajdujących się w holu budynku Urzędu. Broszury i materiały edukacyjne przesyłane przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Urząd Komunikacji Elektronicznej, czy też Europejskie Centrum Konsumenckie były wykładane i uzupełniane w celu ciągłej dostępności do informacji, a każdy z konsumentów zgłaszających się do Rzecznika mógł otrzymać publikacje o tematyce konsumenckiej. Ponadto na stronie internetowej Powiatu pod adresem: [www.powiatgizycki.pl](http://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, jak również przekazywane były 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. 479<sup>38</sup> 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, 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 okresie sprawozdawczym nie zachodziła konieczność wszczynania postępowania wymienionego w powyższym punkcie, jednakże Rzecznik kilkakrotnie zwracał przedsiębiorcom uwagę, iż działania stosowane przez przedsiębiorcę mogą nosić znamiona nieuczciwych praktyk rynkowych.

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

W 2021 roku 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 ponagień, 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 nie musiał prowadzić takich postępowań, ponieważ wszyscy przedsiębiorcy, do których zwracał się z wystąpieniami wypełniali obowiązek udzielenia wyjaśnień.

- **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**

Niniejsze sprawozdanie stanowi odzwierciedlenie podejmowanych działań w zakresie wykonywania ustawowo określonych zadań. Podkreślenia wymaga, że liczby i opis niektórych spraw w żaden sposób nie oddają charakteru tejże pracy, a wysiłek i stres towarzyszy każdego dnia. Szczególnie w sytuacji, gdy zgłaszana sprawa jest bezpodstawną lub przedawnioną. Wówczas bardzo trudno wytłumaczyć konsumentowi, iż jego roszczenia są bezzasadne.

Podsumowując kolejny rok działalności, Rzecznik podnosi, że na poprawę realizacji praw konsumenckich największy wpływ mają działania ustawodawcze, mające na celu zapewnienie skutecznej ochrony konsumentów przed nieuczciwymi przedsiębiorcami. Przepisy dotyczące ochrony konsumentów wymagają ciągłego monitorowania oraz wprowadzania niezbędnych zmian. Ważna jest również stała i bieżąca w tym zakresie współpraca szeregu organów, instytucji państwowych i samorządowych.

Na podstawie analizy zgłaszanych spraw konsumenckich wskazać należy, że w dalszym ciągu, pomimo wzrostu świadomości konsumenckiej, istnieje potrzeba kontynuowania działań o charakterze edukacyjno - informacyjnym szczególnie osób starszych, które są często bardzo ufne, nieznające współczesnych realiów rynkowych. Dotyczy to w szczególności tzw. umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, gdzie sprzedawcy oferują konsumentom (na pokazach, czy też odwiedzając w mieszkaniach lub po rozmowie telefonicznej) nabycie różnego rodzaju rzeczy lub usług (np. usługi dotyczące sprzedaży energii elektrycznej, gazu, usług telekomunikacyjnych), nierzadko w znacząco zawyżonej cenie lub też po wprowadzeniu konsumenta w błąd, co do warunków zawieranej umowy.

Sprawy te są o tyle trudne, że zazwyczaj konsument przy podpisywaniu umowy, podpisuje także oświadczenia, że zapoznał się z licznymi załącznikami (regulaminami, cennikami, taryfami) i je akceptuje. Osoby starsze nie czytają umów i nie zachowują ustawowego, 14-dniowego terminu na odstąpienie od umowy

w przypadku umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość. W związku z tym bardzo trudno jest podważyć stanowisko przedsiębiorcy, ponieważ argumentuje on, że konsument zaakceptował wszelkie warunki i postanowienia umowy i nie odstąpił od niej w określonym przez prawo terminie. Dzięki zaangażowaniu Rzecznika, w większości spraw następowało pozytywne zakończenie sporu poprzez rozwiązanie umowy, bez konsekwencji finansowych dla konsumenta.

Podobnie jak w latach ubiegłych liczne skargi konsumentów dotyczyły niskiej jakości reklamowanych produktów. Utrudnieniem dla konsumentów w dochodzeniu swoich roszczeń w takich sytuacjach są m.in. częsty brak zgody przedsiębiorców na polubowne zakończenie sporu, właściwość miejscowa sądu, którego siedziba jest nierzadko znacznie oddalona od miejsca zamieszkania konsumenta, wysokie koszty opinii rzeczoznawców (często przewyższającej wartość reklamowanego towaru) oraz brak obowiązujących i ogólnodostępnych norm technicznych i jakościowych produktów.

Rzecznik w 2021r. nie prowadził statystyk dotyczących wieku konsumentów, natomiast z obserwacji wyłącznie wskazać należy, iż o pomoc Rzecznika zwracają się konsumenci w różnym wieku, choć dominują osoby starsze. Zatem nadal należy prowadzić działania ukierunkowane na zwalczanie nieuczciwych praktyk rynkowych stosowanych wobec seniorów oraz kontynuować współpracę z tym zakresie z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Prokuraturą, Policją, rzecznikami i organizacjami społecznymi zajmującymi się problematyką konsumencką, co niewątpliwie przyczyni się do zwiększenia skuteczności podejmowanych działań na rzecz tejże grupy konsumentów.

Istotne jest również kontynuowanie działań o charakterze edukacyjno-informacyjnym na wszystkich szczeblach oraz różnego rodzaju akcji medialnych (programy radiowo-telewizyjne, ulotki i materiały informacyjne), mających na celu podniesienie wiedzy i świadomości konsumenckiej oraz kształtowanie prokonsumenckich postaw wśród przedsiębiorców.

Ilość zgłaszanych spraw pokazuje, że działalność Rzecznika Konsumentów, jako instytucji broniącej praw konsumenta jest bardzo ważna dla mieszkańców powiatu giżyckiego. Natomiast jego wieloletnia działalność, w szczególności działalność edukacyjna w znacznym zakresie wpływa na wzrost świadomości konsumenckiej oraz znajomość przysługujących konsumentom praw. Powyższe przyczynia się do dużej ilości kierowanych do Rzecznika wniosków i zapytań, gdyż znający swoje uprawnienia konsumenci są zainteresowani ich egzekwowaniem przy udziale „mediatora”.

Większość spraw zgłoszonych Rzecznikowi ma pozytywny finał jeszcze na etapie postępowania polubownego i mediacyjnego, co niewątpliwie przyczynia się do tworzenia dobrego wizerunku Urzędu.

Zakres i formy udzielanej przez Rzecznika pomocy są zróżnicowane, dostosowane do charakteru i okoliczności konkretnej sprawy. Zapewnienie konsumentom efektywnego dochodzenia ich roszczeń jest realizowane poprzez różnorodne działania, w tym interwencyjne i mediacyjne.

Zapotrzebowanie na pomoc Rzecznika w szerokim spektrum spraw, powoduje konieczność stałego podnoszenia wiedzy, doskonalenia metod pracy oraz znajomości przepisów z różnych dziedzin prawa, nie tylko prawa konsumenckiego.

Zatem z uwagi na zmieniające się przepisy prawa oraz różnorodność spraw, którymi zajmuje się Rzecznik nadal zasadne jest organizowanie systematycznych i bezpłatnych różnego rodzaju szkoleń, spotkań i konferencji dla rzeczników, jak również zapewnienie bezpłatnych materiałów edukacyjnych, w postaci broszur i ulotek, w celu realizacji zadań o charakterze edukacyjno-informacyjnym.

Rzecznik od kilku lat obserwuje nieznaczny spadek ilości wpływających skarg, co najprawdopodobniej może wynikać z większej świadomości konsumentów dzięki prowadzonej od wielu lat działalności edukacyjnej, umiejętności samodzielnego korzystania przez konsumentów z informacji podawanych w internecie, czy też aktywnego działania UOKiK wobec przedsiębiorców stosujących nieuczciwe praktyki rynkowe.

Rzecznik zwraca również uwagę, iż w celu polepszenia standardów ochrony konsumentów zasadne byłoby:

- rozszerzenie możliwości korzystania z prawa 14 dni na odstąpienie od umowy zawartej w salonie (w sposób tradycyjny) w zakresie umów telekomunikacyjnych i energetycznych;
- zwolnienie rzecznika ze wszystkich kosztów w sytuacji wytaczania spraw sądowych (chodzi o możliwość poniesienie kosztów procesowych w sytuacji przegranej sprawy);
- możliwość bezpłatnego uzyskania opinii rzeczoznawców wpisanych na listę przy Wojewódzkich Inspekcjach Handlowych;
- wyeliminowanie braku zgody przedsiębiorców na udział w postępowaniu polubownym.

## **2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników**

Działalność Rzecznika cieszy się dużym uznaniem wśród osób korzystających z usług, zwłaszcza tych, którzy przy pomocy instytucji wyegzekwowali swoje roszczenia. Konsumentów często składają podziękowania osobiście, telefonicznie i pisemnie, pozytywnie oceniając zaangażowanie Rzecznika w sprawy i wracają, jeśli spotka ich ponownie problem.

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

Bardzo pomocna w pracy Rzecznika jest 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, karnych 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.

Często spotykanym problemem w pracy Rzecznika 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 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.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Giżycku pełni funkcję od 1 września 2007r. W tym czasie udzielił konsumentom ponad 11 123 porad, informacji i konsultacji. Przez 15 lat pełnienia funkcji Rzecznika Konsumentów nie wpłynęła żadna skarga dotycząca sposobu rozpatrywania spraw, czy udzielania porad.

Należy również podkreślić, że wymiar udzielanej pomocy prawnej przez Rzecznika można przełożyć na realne kwoty. Powszechnie wiadomo, że każdorazowe uzyskanie fachowej porady, czy też pomocy w napisaniu pisma przez adwokata/radcę prawnego kosztuje. Analizując przedstawione w sprawozdaniu dane statystyczne, można określić, że praca Rzecznika spowodowała, że mieszkańcy Powiatu nie musieli wydawać pieniędzy na poradę, czy pismo od radcy prawnego czy adwokata.

Bazując na przybliżonych kwotach (porada adwokacka 150,00 zł, napisanie pisma 200,00 zł), można oszacować, że Rzecznik udzielając w 2021r. samych porad i informacji prawnej w 606 przypadkach powodował oszczędności w kieszeni mieszkańców Powiatu na kwotę prawie 100.000 złotych.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów  
*Katarzyna Tola-Leszczyńska*  
mgr Katarzyna Tola-Leszczyńska

Giżycko, dnia 25 marca 2022r.

Tabela 1.  
udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów

	1.1.osobiście i telefonicznie												razem	1.2. sprawy rozpatrywane pisemnie												razem																								
	rozwiązanie umowy			wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.				inne			rozwiązanie umowy			wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne				nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne																				
	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokal	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokal	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokal	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokal		w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokal	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokal	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokal	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokal		w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokal	w lokalu	bez znaczenia na odległość	poza lokal																		
<b>SPRZEDAŻ:</b>																																																		
a	art. żywnościowe												5													1	1																							
b	odzież i obuwie												52	1												10	5												1	1	17									
c	meble, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymania domu												79													2	3												5											
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy												108	1												7	7												15											
e	samochody i środki transportu osobistego												30	4																								1	5											
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące												2																																					
g	produkty związane z opieką zdrowotną												7																																					
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci												15																																					
i	inne												8																																					
<b>USŁUGI:</b>																																																		
j	związane z rynkiem nieruchomości												3																																					
k	bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja												2																																					
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																																																	
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu												8																																					
n	finansowe												23													2												2												
o	ubezpieczeniowe												22													2												2												
p	pocztowe i kurierskie																																																	
r	telekomunikacyjne												48																																					
s	transportowe												8																									2												2
t	turystyka i rekreacja												7	1												2												3												
u	sektor energetyczny i wodny												44													2												2												
w	związane z opieką i opieką zdrowotną												1																																					
x	edukacyjne												4																																					
y	inne												7																																					
<b>RAZEM</b>																																																		
informacje ogólne												10																																						
niekonsumenckie												55																																						
												548													razem:												58													



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

															RAZEM	
	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			
	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
<b>SPRZEDAŻ:</b>																
art. żywnościowe													1			1
odzież i obuwie				2												2
meble, artykuły wyposażenia wewnątrz, utrzymania domu				1	2											3
urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy				2	1											3
samochody i środki transportu osobistego		1														1
kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																
produkty związane z opieką zdrowotną																
art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																
inne																
<b>USŁUGI:</b>																
związane z rynkiem nieruchomości																
bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																
czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																
konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																
finansowe																
ubezpieczeniowe		1														1
pocztowe i kurierskie																
telekomunikacyjne									1	1		1				3
transportowe																
turystyka i rekreacja				1												1
sektor energetyczny i wodny			1						2							3
związane z opieką i opieką zdrowotną																
edukacyjne					1											1
inne				2												2
<b>RAZEM</b>		2	1	8	4				3	1		2				21
informacje ogólne niekonsumenckie																
	razem:															21

**Tabela 3.**  
**współdziałanie z innymi instytucjami**

																	<b>RAZEM</b>		
		<b>rozwiązanie umowy</b>			<b>wady towarów nienależyte wykonanie umowy</b>			<b>warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne</b>			<b>nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.</b>			<b>inne</b>					
		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			
<b>SPRZEDAŻ:</b>																			
a	art. żywnościowe															1			<b>1</b>
b	odzież i obuwie																		
c	meble, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymania domu																		
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																		
e	samochody i środki transportu osobistego				1														<b>1</b>
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																		
g	produkty związane z opieką zdrowotną																		
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																		
i	inne																		
<b>USŁUGI:</b>																			
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			1															<b>1</b>
s	transportowe																		
t	turystyka i rekreacja																		
u	sektor energetyczny i wodny																		
w	związane z opieką i opieką zdrowotną																		
x	edukacyjne																		
y	inne																		
niekonsumenckie																			
razem:																	<b>3</b>		

