



# POWIATOWY RZECZNIK KONSUMENTÓW W GIŻYCKU

11-500 Giżycko, Aleja 1 Maja 14, tel. (0-87) 428-59-58 w.52 fax 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 2011 ROK

Sprawozdanie stanowi wykonanie art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007r., Nr 50 poz. 331 z późn. zm.), na podstawie którego przedkładam w terminie do dnia 31 marca 2011 r. Staroście Powiatu Giżyckiego do zatwierdzenia roczne sprawozdanie z działalności powiatowego rzecznika konsumentów w roku poprzednim.

Giżycko, 30.03.2012r.

## **SPIS TREŚCI**

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

### **II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW**

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. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.
4. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.
5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.
6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.
7. Podejmowanie działań wynikających z:
  - art. 479<sup>38</sup> kpc (niedozwolone postanowienia umowne),
  - 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**

1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.
2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników.

### **IV. TABELLE**

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

Powiatowy rzecznik konsumentów realizuje zadania samorządu powiatowego w zakresie ochrony praw konsumentów, działając na podstawie ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007r., Nr 50, poz. 331, ze zm.).

Kompetencje rzecznika mają przede wszystkim charakter doradczy i procesowy, nie posiada on natomiast kompetencji kontrolnych ani władczych.

Powiatowy rzecznik konsumentów w Giżycku podlega bezpośrednio Staroście i wykonuje swoje czynności i zadania związane z obsługą konsumentów jednoosobowo w wymiarze 4/5 etatu, przyjmując interesantów od wtorku do piątku w godzinach od 7<sup>30</sup> do 15<sup>30</sup>.

Do podstawowych obowiązków rzecznika należy m.in.:

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów (osobiście, telefonicznie, za pomocą poczty tradycyjnej i elektronicznej);
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów;
- wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów;
- pomoc prawna w zakresie przygotowania pozwów sądowych wnoszonych indywidualnie przez konsumentów;
- współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi w zakresie ochrony konsumentów;
- działania w zakresie edukacji konsumenckiej w szkołach;
- współpraca z mediami w celu propagowania praw konsumentów (informacje do prasy);
- umożliwienie szerszego kontaktu mieszkańców z rzecznikiem konsumentów poprzez udostępnienie adresu poczty elektronicznej, na który można wysłać zapytania i kierować sprawy;
- udostępnienie materiałów informujących o przysługujących prawach konsumentów (ulotki, broszury).

Obowiązujące przepisy uprawniają ponadto rzecznika do składania wniosków o wszczęcie postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, wszczynania postępowania w sprawach o uznanie postanowień wzorca za niedozwolone

oraz składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany prawa miejscowego w zakresie ochrony praw konsumentów.

## **II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW**

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

Najlepszym sposobem ochrony konsumenta, jest zapewnienie mu pełnej informacji o jego prawach, a jednocześnie obowiązkach sprzedawców i usługodawców. W ten sposób kształtuje się konsumenta świadomego, dobrze poruszającego się w obowiązujących przepisach prawnych. To zadania, których ilościowo w pracy rzecznika jest najwięcej.

Podstawowym zadaniem rzecznika konsumentów jest udzielanie bezpłatnych porad i informacji konsumentom. Rzecznik informował konsumentów o przysługujących im prawach i obowiązkach, analizował zapisy umów, kart gwarancyjnych, interpretował przepisy, wyposażał w teksty odpowiednich aktów prawnych.

Biorąc pod uwagę dane dotyczące poradnictwa konsumenckiego z lat ubiegłych, liczba udzielanych porad i wyjaśnień jest nadal wysoka. Wraz ze wzrostem świadomości konsumenckiej, znajomości przysługujących konsumentom praw, czy też z drugiej strony - nieznaności przepisów konsumenckich ale właściwym doinformowaniem gdzie szukać fachowej pomocy- wzrastają oczekiwania i zapotrzebowanie przeciętnego konsumenta na odpowiednią i skuteczną pomoc. Sprzyja temu także aktywna polityka medialna UOKiK, podkreślająca rolę rzeczników.

W 2011 roku powiatowy rzecznik konsumentów udzielił konsumentom ogółem 705 porad konsumenckich i informacji prawnych. Udzielanie tej najczęściej występującej formy pomocy odbywa się bezpośrednio konsumentom zgłaszającym się do rzecznika osobiście, pisemnie, telefonicznie bądź pocztą elektroniczną.

W porównaniu do lat ubiegłych liczba porad udzielanych konsumentom przez rzecznika konsumentów w Giżycku przedstawiała się następująco:

**Ilość skierowanych spraw do powiatowego rzecznika konsumentów w Giżycku  
w latach 2004-2011**

	2004	04.05.2005- 31.03.2006	2006	01.09.2007 - 31.12.2007	2008	2009	2010	2011
<b>Porady i informacje</b>	227	361	520	107	797	683	749	<b>679</b>
<b>Interwencje pisemne</b>	78	88	40	38	47	39	48	<b>26</b>
<b>Razem</b>	<b>305</b>	<b>449</b>	<b>560</b>	<b>145</b>	<b>844</b>	<b>722</b>	<b>797</b>	<b>705</b>

Wachlarz spraw i problemów, z jakimi zwracają się do rzecznika interesanci, jest bardzo szeroki i w roku 2011 obejmował następujące kategorie spraw, w kolejności najczęściej reklamowanych:

- *w zakresie niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową*: odmowa przyjęcia zgłoszenia reklamacyjnego, narzucanie konsumentom przez przedsiębiorcę własnego sposobu załatwienia reklamacji niezależnie od żądań zgłoszonych przez konsumentów, brak uzasadnienia w razie odmowy uwzględnienia zgłoszonych reklamacji, nie przestrzeganie 14-dniowego terminu ustosunkowania się do żądań reklamacyjnych konsumenta, przewlekłe rozpatrywanie reklamacji, odmowy przyjęcia reklamacji od konsumenta na podstawie dowodu zakupu, jakim jest np. nieczytelny paragon, uzależniania przyjmowania reklamacji od przedstawienia sprzedawcy ekspertyz wykazujących ujawnienie się wady w chwili wydania towaru. Niejednokrotnie sprzedawcy pod pojęciem „reklamacji” rozumieeli jedynie uprawnienia wynikające z dokumentu gwarancyjnego – nie zaś uprawnienia przysługujące konsumentowi z tytułu niezgodności towaru z umową.

W okresie sprawozdawczym dotyczyło to szczególnie umów sprzedaży obuwia i odzieży, sprzętu AGD i RTV( w tym sprzętu telekomunikacyjnego), samochodów i akcesoriów motoryzacyjnych, wyposażenia mieszkania (np. mebli), sprzętu komputerowego, artykułów spożywczych czy też innych artykułów przemysłowych.

- *w zakresie gwarancji jakości*: utrzymywanie przez sprzedawców, iż gwarancja jest jedynym sposobem realizacji roszczeń konsumenckich, nieskuteczne usuwanie wad, odmowa uwzględniania reklamacji, brak jednoznaczności postanowień karty gwarancyjnej oraz ich jednostronna interpretacja, długi czas naprawy lub wymiany, często mimo ewidentnej wadliwości towaru nie ma możliwości wymiany towaru na nowy.

Niestety konsumenci nadal nie mają świadomości, iż przysługuje im prawo wyboru między ochroną wynikającą z gwarancji a ustawową odpowiedzialnością sprzedawcy wynikającą z ustawy o sprzedaży konsumenckiej, co sprzedawcy nagminnie wykorzystują, uchylając się w ten sposób od odpowiedzialności. Często zapewnienia producenta lub sprzedawcy, np. „gwarancja dożywotnia, gwarancja 15, 20 lat” konsumenci traktują jako gwarancję, że produkt przez ten okres będzie objęty bezpłatną ochroną. Samo takie oświadczenie nie jest gwarancją, ponieważ nie kształtuje obowiązków gwaranta. Należy podkreślić, że udzielenie gwarancji nie jest obowiązkiem, a jego treść gwarant może swobodnie kształtować, stąd uprawnienia konsumenta z tytułu gwarancji są często mniej korzystne.

- *Usługi telekomunikacyjne* – podstępne zawieranie umów przez akwizytorów firmy Dialog, podwyższenie rachunku telefonicznego bez poinformowania konsumenta, naliczanie abonamentu po zerwaniu umowy na świadczenie usług, zawyżanie rachunków za usługi internetowe, naliczanie rachunków przy braku świadczenia usług internetowych, sprzedaż spornych wierzytelności zewnętrznym firmom windykacyjnym, zła jakość usług – szczególnie, jeśli chodzi o przepustowość w Internecie i przerwy w świadczeniu tych usług czy też problemy z nadawcami telewizji cyfrowej i kablowej.

Należy zwrócić uwagę, że sprzedaż aparatów telefonicznych jest najczęściej związana z zawieraniem umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych i oferowaniem aparatów w tzw. cenie promocyjnej. W krótkim czasie jakość takich aparatów okazuje się bardzo niska i trudno uzyskać pozytywne załatwienie roszczeń na etapie postępowania reklamacyjnego. Operatorzy telefonii komórkowej sprzedający telefony wraz z usługami telekomunikacyjnymi odsyłają konsumentów do gwarantów i producentów, którzy winą za nieprawidłowe działanie telefonów obarczają konsumentów.

- *Usługi bankowe i finansowe* – np. niezgodności przy rozliczaniu kart kredytowych, bezprawne wpisywanie do baz nierzetelnych dłużników bankowych, wprowadzanie w błąd, co do dodatkowych opłat za obsługę kredytów i ich oprocentowania, szczególnie przy umowach wiązanych – kredyt na zakup sprzętu w sklepie czy pokazie.

Konsumenci często mieli problemy z egzekwowaniem postanowień ustawy o kredycie konsumenckim, które polegały przede wszystkim na: utrudnianiu konsumentom przez banki i zainteresowanych przedsiębiorców możliwości odstąpienia od umów kredytowych; uzależnianiu odstąpienia od umowy kredytowej od zgody przedsiębiorcy (co jest jednoznaczne z obowiązkiem zapłaty przez konsumenta ceny towaru gotówką); zawyżaniu

wysokości opłat przygotowawczych (co z kolei ma zniechęcić konsumentów do odstępowania od umów kredytowych); nie wydanie konsumentowi po podpisaniu umowy kredytowej jej kopii, co w konsekwencji uniemożliwia mu terminowe odstąpienie od umowy.

- *Usługi ubezpieczeniowe* – dotyczyły ubezpieczeń komunikacyjnych OC, ubezpieczenia związanego z kredytem konsumenckim, niskie wypłaty z ubezpieczenia na życie. Zgłaszane były problemy związane z podwójnym ubezpieczeniem samochodów. Konsumentów nie znają swoich obowiązków, polegających na konieczności wypowiedzenia umowy OC przekazanej przez sprzedawcę samochodu, co skutkuje niejednokrotnie koniecznością zapłaty podwójnego ubezpieczenia.
- *Usługi motoryzacyjne* – długotrwałe naprawy samochodów, wielokrotne, nieskuteczne naprawy, wymiana niesprawnych części na inne, również wadliwe.
- *Usługi budowlane i remontowe* – realizacja robót bez umowy, co do zakresu i ceny. Nienależyta jakość materiałów, żądanie wysokiego zadatku lub zaliczki, bądź całej kwoty za usługę z góry, opóźnienia w realizacji robót, porzucenie klienta z niedokończoną usługą.
- *Usługi związane z dostawą energii, gazu, ciepła, wody, wywozem nieczystości*
- *Usługi turystyczne* – niższa niż w umowie jakość hoteli, położenie hotelu, niezgodność stanu faktycznego z ofertą i umową.

Interesy konsumentów naruszane były również poprzez: *nieprawidłowości w umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość* – polegające na wykorzystywaniu łatwości konsumentów, co do przedstawianej oferty m. in. zakup sprzętu AGD i RTV, pościeli, sprzętu rehabilitacyjnego, suplementów diety (np. Koenzym Q10), umów telekomunikacyjnych oraz kursów edukacyjnych. Przedsiębiorcy utrudniali konsumentom realizację ich praw, zwłaszcza odstąpienia od umowy, w szczególności od umów wiązanych (zakup towaru połączony z umową o kredyt konsumencki, celem sfinansowania zakupu). Praktyki te były stosowane nawet w okresie trwania 10-dniowego ustawowego terminu przysługującego konsumentom do odstąpienia od umowy.

Do rzecznika zgłaszali się również konsumenci z zapytaniem jak reklamować towary zakupione na aukcji internetowej. Jeżeli w trakcie aukcji miało miejsce podbijanie ceny, to nie ma możliwości odstąpienia od umowy, ponieważ przepisów odnoszących się do umów zawieranych na odległość nie stosuje się do sprzedaży z licytacji. Możliwość odstąpienia od umowy zawartej na odległość istnieje jedynie w przypadku, gdy cena była z góry ustalona (np. opcja „kup teraz”), a sprzedawcą był przedsiębiorca.

Konsumenci skarżyli się również na nieuczciwą działalność niektórych firm windykacyjnych, nękających i zastraszających wezwaniami do zapłaty nieistniejącego długu, bądź powstałego na skutek śmierci współmałżonka. Niejednokrotnie do rzecznika zwracali się mieszkańcy z prośbą o interwencję w sprawach wykraczających poza zakres uprawnień rzecznika. Wśród spraw nie posiadających charakteru konsumenckiego znajdowały się między innymi: sprawy członków spółdzielni mieszkaniowych, wspólnot mieszkaniowych, najemców mieszkań komunalnych, sprawy z zakresu prawa pracy, rodzinnego, spadkowego.

Do rzecznika bardzo często zgłaszają się konsumenci w sytuacjach, gdy sprzedawca nie chce przyjąć niewadliwego towaru w ciągu kilku dni od zakupu. W dalszym ciągu konsumenci są przekonani, że takie prawo im przysługuje.

Przyczyną mylnego przekonania mogą być :

- nieobowiązujące już od kilkunastu lat przepisy, które umożliwiały konsumentom zwrot towaru w ciągu 5 dni,
- brak rozróżniania sprzedaży w miejscu tradycyjnym (w sklepie) od sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa (poza sklepem) lub na odległość (np. przez Internet),
- przykłady innych krajów, gdzie możliwość zwrotu niewadliwego towaru istnieje,
- dobrowolne stosowanie przez niektóre sklepy zasad, zgodnie z którymi konsument może dokonać zwrotu towaru w ciągu kilku czy kilkunastu dni. Sprzedawcy decydują się na takie rozwiązanie w celu zachęcenia konsumentów do nabywania towarów w ich sklepach.

Konsumenci uznają, że skoro jeden sprzedawca umożliwia zwrot towarów, to inni też mają taki obowiązek.

Dość liczną grupę spraw, którymi również zajmował się rzecznik stanowią porady zakwalifikowane jako sprawy, tzw. „inne” związane np. z ochroną danych osobowych, egzekucją komorniczą, sprawami rodzinnymi i karnymi, trudną sytuacją życiową, uszczerbkiem na zdrowiu, zaliczkami i zadatkami, w tym także sprawy wykraczające poza zakres uprawnień rzecznika konsumentów, np. z zakresu prawa pracy, prawa rodzinnego, karnego, spadkowego czy też sprawy członków spółdzielni mieszkaniowych, wspólnot mieszkaniowych, przydziału mieszkania.

Coraz częściej z porady rzecznika pragną skorzystać przedsiębiorcy. Przedmiotem ich pytań była najczęściej wykładania przepisów prawa, w szczególności ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu Cywilnego.

Fakt, że przedsiębiorcy zwracają się z pytaniami do rzecznika należy uznać za zjawisko pozytywne; świadczy to z jednej strony o utrwaleniu się w świadomości członków lokalnej społeczności istnienia takiego organu samorządu powiatowego jak rzecznik konsumentów, z drugiej zaś – o pogłębianiu się zaufania do obiektywizmu rzecznika.



Charakter spraw wpływających do rzecznika jest bardzo różnorodny - od skarg na łamanie przez sprzedawców i usługodawców przepisów dotyczących praw konsumenta, a w szczególności na nieuwzględnianie zgłaszanych reklamacji produktów niezgodnych z umową, poprzez nienależyte wykonywanie umów i ograniczanie praw konsumentów oraz niekorzystne klauzule umowne lub wykorzystywanie pozycji monopolistycznej przez przedsiębiorcę.

Sprawy proste, które wymagają tylko wyjaśnienia i nakierowania konsumenta na właściwą drogę mogą być załatwione natychmiast, natomiast sprawy skomplikowane wymagające zapoznania się z dokumentami przeprowadzenia rozmów z zainteresowanymi stronami, niejednokrotnie mogą trwać po kilkanaście tygodni i nigdy nie można przewidzieć czy nie zakończą się jednak w sądzie. Wszystkie sprawy konsumentów wymagające przeprowadzenia postępowania wyjaśniającego przyjmowane są w formie pisemnej tj. konsument wypełnia „wniosek o udzielenie pomocy prawnej” oraz załącza potrzebne kserokopie dokumentów.

Konsumenci również często zgłaszali się po poradę do rzecznika przed podpisaniem niekorzystnego dla nich kontraktu i po uzyskaniu wyczerpujących informacji nie decydowali się na zawarcie tego typu umów – w tym zakresie rzecznik wyjaśniał, iż zawarcie tego typu umowy jest dla nich niekorzystne. Fakt zgłaszania się konsumentów po poradę przed podpisaniem umowy jest efektem wzrastającej świadomości nas, jako konsumentów, co jest informacją niezwykle pocieszającą i pozytywną.

Rzecznik prowadząc poradnictwo konsumenckie dokonuje analizy zasadności skargi lub problemu przedstawionego przez konsumenta, przedstawia konsumentowi możliwości prawne rozwiązania zgłoszonego problemu, analizuje zapisy umów, kart gwarancyjnych, interpretuje przepisy, wyposaża w teksty odpowiednich aktów prawnych, a także podejmuje bezpośrednie interwencje u przedsiębiorców, przeprowadza mediacje, sporządza pisemne wystąpienie do przedsiębiorców oraz kieruje konsumentów do właściwych instytucji lub organów.

Znaczna liczba konsumentów (zwłaszcza osoby starsze) zgłaszająca się do rzecznika po poradę wymaga pomocy w całym postępowaniu reklamacyjnym począwszy od napisania zgłoszenia dotyczącego niezgodności towaru z umową poprzez procedurę reklamacyjną, aż do postępowania sądowego. Stąd wielokrotnie w toku postępowania, czy to reklamacyjnego, czy też sądowego konsumenci po kilka razy odwiedzają rzecznika prosząc o dalszą pomoc i pokierowanie sprawy.

Szczegółowy wykaz problemów zgłaszanych do rzecznika w 2011r. przedstawia tabela nr 1.

## **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.

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

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

Najbardziej pożądaną przez konsumentów i jedną ze skuteczniejszych form egzekwowania roszczeń jest bezpośrednia interwencja rzecznika w istniejące spory między konsumentem a przedsiębiorcą. W sprawach, które wymagały wyjaśnienia, rzecznik w ramach swoich ustawowych uprawnień występował do przedsiębiorcy w imieniu i na rzecz konsumenta o przedstawienie swojego stanowiska w przedmiotowej sprawie.

Po przedstawieniu argumentów na podstawie zgromadzonych dowodów i materiałów, rzecznik wskazywał przedsiębiorcy właściwy sposób załatwienia spornej sprawy z konsumentem i wnosił o jego realizację w odpowiednim terminie lub przedstawienie argumentów uzasadniających odmienne stanowisko przedsiębiorcy w sprawie.

Zdarzały się sytuacje, w których po przedstawieniu przez przedsiębiorcę swojego stanowiska, rzecznik rezygnował z dalszego dochodzenia roszczeń ze względu na uchybienia leżące po stronie konsumenta.

W roku sprawozdawczym rzecznik podjął w 31 przypadkach pisemną interwencję w celu wyjaśnienia spraw z przedsiębiorcami. Na 31 skierowanych wystąpień, w 24 przypadkach udało się doprowadzić do pozytywnego zakończenia sporu, w 6 sprawach przedsiębiorcy utrzymali swoje stanowisko w sprawie, natomiast 1 sprawa na koniec 2011r. nie uzyskała swojego rozstrzygnięcia i w dalszym ciągu jest w toku postępowania.

Wśród spraw wymagających pisemnej interwencji rzecznika były przede wszystkim sprawy dotyczące zawierania i rozwiązywania umów z operatorami telekomunikacyjnymi oraz odmownym załatwianiem reklamacji obuwia i odzieży, czy też wadliwości zakupionych okien, mebli oraz sprzętu AGD i RTV.

Strukturę tematyczną prowadzonych spraw przedstawiono w tabeli nr 2.

Skargi konsumentów, w wyniku, których rzecznik podejmował w okresie sprawozdawczym działania w postaci wystąpień do przedsiębiorców dotyczyły przede wszystkim: odmowy

przyjmowania reklamacji przez sprzedawców, nieterminowym załatwianiu reklamacji, narzucaniu konsumentom przez przedsiębiorcę własnego sposobu załatwienia reklamacji, powoływanie się na przepisy nieobowiązujące (np. na rekojmię), nie przestrzeganie 14-dniowego terminu ustosunkowania się do żądań reklamacyjnych konsumenta, załatwianie reklamacji niezgodnie z żądaniem konsumenta, przedłużanie, czasem wręcz do kilku miesięcy terminów napraw czy wymiany sprzętu.

Przedsiębiorcy wykorzystując niewiedzę konsumentów narzucali im korzystanie z uprawnień gwarancyjnych, czym uniemożliwiali skorzystanie z prawa wyboru pomiędzy uprawnieniem z tytułu niezgodności towaru z umową (odpowiedzialność sprzedawcy) a uprawnieniem z gwarancji (odpowiedzialność wystawcy dokumentu gwarancyjnego).

Nadal częstym zjawiskiem było odmawianie przez sprzedawców przyjęcia reklamacji od konsumentów lub uzależnienie przyjęcia reklamacji od dostarczenia opinii serwisów lub rzeczoznawców. Takie postępowanie jest wynikiem błędnej interpretacji po stronie sprzedawców przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej, którzy chcą ograniczyć swoją odpowiedzialność do sześciu pierwszych miesięcy od wydania towaru mimo zapisu o dwuletniej odpowiedzialności po stronie sprzedawcy.

Źródłem problemów konsumentów było również podpisywanie umów bez ich wcześniejszej analizy, co jest praktyką nagminnie wykorzystywaną przez nieuczciwych przedsiębiorców.

W dalszym ciągu poważny problem stanowią firmy, które prowadzą swoją działalność na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa oferując sprzedaż m.in. pościeli terapeutycznej, rezonatora biofotonowego, czy też kursu nauki szybkiego czytania i technik pamięciowych, garnków itp. przy jednoczesnym zawarciu umowy kredytowej.

W 2011 r., rzecznik odnotował aż 130 sygnałów dotyczących tego rodzaju działalności oraz udzielił wielu porad w tym zakresie.

Przedsiębiorcy posiadający umowy z bankami często podsuwali nieświadomym konsumentom (głównie ludziom starszym podczas organizowanych pokazów) niewypełnione druki umowy kredytowych, czasem nie informując ich o rzeczywistych kosztach kredytów.

Do często spotykanych sytuacji należy również nie pozostawianie egzemplarza umowy kredytowej, co uniemożliwia złożenie oświadczenia o odstąpieniu od takiej umowy lub przesłanie stosownych druków konsumentowi po upływie 10 dni.

Powyższe nieprawidłowości są wynikiem nieprzestrzegania przez przedsiębiorców przepisów ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Istotne w tych sprawach jest to, iż poszkodowanymi przez nieuczciwych przedsiębiorców są najczęściej ludzie starsi, schorowani, nie wychodzący z domu, z niskimi

dochodami miesięcznymi. Ofiarami są osoby, które nie rozumieją znaczenia umów, które były im przedstawiane do podpisu, nie czytają tych umów, ponieważ w pełni ufają przedsiębiorcy.

Jak wynika z powyższych informacji zakres spraw, którymi zajmuje się rzecznik konsumentów jest bardzo duży. Każda indywidualna sprawa, z którą konsument zwraca się do mnie jest specyficzna. Każda wymaga poważnego przemyślenia i głębokiej analizy. Znaczne utrudnienie stanowi fakt, że konsumenci przychodzą po poradę zbyt późno, wtedy, gdy ich osobiste interwencje nie odnoszą zamierzonego skutku.

Wystąpienia do przedsiębiorców miały charakter nie tylko wezwań do uznania roszczeń konsumenta czy też próśb o informacje w przedmiotowej sprawie lecz również pełniły funkcję edukacyjną. Interwencje rzecznika, które mają pełnić m.in. funkcję edukacyjną czasami odbierane są przez przedsiębiorców z dużym oporem. W wielu sprawach sprzedawcy nie reagowali na zgłoszenia reklamacyjne, bądź nie mieszcząc się w terminie na załatwienie reklamacji przekazywali konsumentowi opinię rzeczoznawcy o nieuznaniu reklamacji. Przeważnie jednak załatwiali reklamację niezgodnie z żądaniem konsumentów.

W dalszym ciągu narzucają oni konsumentom sposób załatwienia reklamacji, naprawiając towar, mimo że konsumenci żądają wymiany na nowy. Sprzedawcy błędnie informują konsumentów, że są takie przepisy, iż przy każdorazowym zgłoszeniu reklamacji załatwiać ją będą przez naprawienie towaru.

Podjęmowane przez rzecznika interwencje u przedsiębiorców jednak nie zawsze przynoszą pozytywne dla konsumentów rezultaty. Negatywne efekty występują wówczas, gdy roszczenie konsumenta jest nieuzasadnione, np. wada lub niezgodność towaru wystąpiła na skutek uszkodzenia mechanicznego, minął termin na zgłoszenie reklamacji sprzedawcy (2 miesiące w przypadku niezgodności towaru z umową), czy też brak wiarygodnych dowodów potwierdzających słuszność roszczenia określonego przez konsumenta.

Wiele spraw prowadzonych przez rzecznika konsumentów zakończyło się dobrowolnym spełnieniem przez przedsiębiorców uzasadnionych roszczeń konsumentów po uzyskaniu porady lub wskutek pisemnej interwencji rzecznika. Przedsiębiorcy odpowiedzieli na większość pisemnych wystąpień, bądź też nie udzielając odpowiedzi rzecznikowi spełniali żądania konsumentów.

Należy podkreślić, iż w 2011r. nie stwierdzono przypadku, aby przedsiębiorca, do którego zwrócił się rzecznik konsumentów działając na podstawie art. 42 ust. 1 pkt. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, nie udzielił rzecznikowi

wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia oraz nie ustosunkował się do uwag i opinii rzecznika.

#### **4. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.**

Zasady współpracy i współdziałania polegały przede wszystkim na wymianie poglądów, informacji w zakresie jednolitej interpretacji przepisów prawnych, sygnalizowaniu niekorzystnych dla konsumentów zjawisk rynkowych oraz podejmowanych działań w zakresie ochrony praw i interesów konsumentów.

W 2011 r. rzecznik utrzymywał stałą współpracę z Delegaturą Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Bydgoszczy, Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie, Urzędem Regulacji Energetyki Oddział Terenowy z siedzibą w Gdańsku, Stowarzyszeniem Konsumentów Polskich w Warszawie, Federacją Konsumentów Oddział w Olsztynie i w Suwałkach, Telekomunikacją Polską, Europejskim Centrum Konsumenckim czy też Stowarzyszeniem Rzeczników Konsumentów.

Współpraca polegała przede wszystkim na wymianie ważnych i istotnych z punktu widzenia ochrony konsumenta informacji, przekazywaniu publikacji o tematyce konsumenckiej oraz uczestnictwie w organizowanych szkoleniach.

W 2011 r. powiatowy rzecznik konsumentów w Giżycku uczestniczył w następujących szkoleniach i seminariach:

- w dniach 04-05.03.2011r. w Ostródzie - szkolenie nt. „Konsument wobec nieuczciwych praktyk rynkowych. Dochodzenie roszczeń w postępowaniu grupowym”
- w dniu 18.05.2011r. w Olsztynie - spotkanie zorganizowane przez TP S.A. oraz PTK Centertel na temat nowych usług i sposobu rozpatrywania reklamacji konsumenckich
- w dniach 15-17.06.2011r. w Rucianem Nidzie - seminarium dla rzeczników konsumentów zorganizowane przez powiatowego rzecznika konsumentów w Elku, nt.: „Polubownie opłaca się bardziej”
- w dniach 20- 21.10.2011r. w Toruniu - szkolenie nt. „Rzecznik konsumentów w procesie – praktyczne zastosowanie przepisów procedury cywilnej”
- w dniu 18.05.2011r. w Olsztynie - spotkanie z przedstawicielami Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

Współpraca rzecznika z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów miała postać przede wszystkim wymiany informacji na temat nowych regulacji prawnych dotyczących ochrony konsumentów, konsumenckiego orzecznictwa sądowego, udostępniania materiałów

szkoleniowych oraz konsultacji w zakresie zachowań przedsiębiorców naruszających zbiorowe interesy konsumentów. UOKiK dostarczało również na prośbę rzecznika ulotki i broszury informacyjne, które następnie były rozprowadzane wśród mieszkańców Powiatu Giżyckiego.

Współdziałanie z organizacjami społecznymi przejawiało się głównie w sferze edukacji i wymiany doświadczeń. Rzecznik otrzymywał m.in. biuletyny wydawane przez Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów, które stanowią przewodniki po najnowszych regulacjach prawnych z zakresu ochrony konsumenta i prawa energetycznego.

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

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

W okresie sprawozdawczym rzecznik w Giżycku nie wytaczał samodzielnie powództw na rzecz konsumentów, ani też nie wstępował do toczącego się postępowania za zgodą konsumentów. Alternatywą tego rodzaju postępowania była pomoc rzecznika polegająca na przygotowaniu konsumentom pozwów oraz innej dokumentacji niezbędnej w postępowaniu przed sądami.

Pomoc w sporządzaniu pozwów w zakresie spraw sądowych, odbywała się dopiero po przeprowadzeniu całości postępowania interwencyjnego, w wyniku, którego nie doszło do polubownego załatwienia sprawy, a przedsiębiorca stanowczo odmawiał zadośćuczynienia żądaniu konsumenta.

W przypadku, kiedy konsumenci zdecydowali się dochodzić swoich roszczeń w sądzie, uzyskali od rzecznika pomoc w formie sporządzenia pozwu sądowego i innych pism procesowych koniecznych w trakcie postępowania, jak również informację o kosztach sądowych i przedstawienie procedury postępowania.

Udzielając pomocy konsumentom, rzecznik w 2011 r. przygotował wraz z właściwym materiałem dowodowym 3 pozwu do samodzielnego wniesienia powództwa przez konsumenta do sądu powszechnego, w tym:

- **1 pozew** o zapłatę w związku z niezgodnością towaru z umową; reklamacja obuwia; kwota roszczenia 199,00 zł,
- **1 pozew** o zapłatę w związku z odstąpieniem od umowy na zakup telewizora; kwota

roszczenia 1671,00 zł,

- **1 pozew** o zapłatę tytułem niezgodności towaru z umową; reklamacja mebli; kwota roszczenia 3.875,00 zł.

Szczegółową charakterystykę przygotowanych przez rzecznika pozwów przedstawia tabela nr 3.

## 6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym

Współpraca z mediami była i jest jedną z form rozpowszechniania przez rzecznika wiedzy konsumenckiej i kształtowania w tym zakresie świadomości mieszkańców Giżycka.

Jedną z form edukacji konsumenckiej jest propagowanie tej tematyki za pośrednictwem lokalnej prasy, z którą rzecznik utrzymywał stały kontakt. Informacje o pracy rzecznika i porady ukazały się w Gazecie Giżyckiej, Rozmaitościach Elckich, na stronach internetowych Powiatu Giżyckiego, Gminy Giżycko czy też Elckiego portalu informacyjnego (<http://elk.wm.pl>).

W okresie sprawozdawczym rzecznik przygotował dla prasy następujące publikacje dotyczące praw konsumentów:

1. „Mądry Polak przed urlopem”- Rozmaitości Elckie
2. „Mądry turysta przed i po urlopie” – Gazeta Giżycka
3. „Mądry Polak przed urlopem - cenne wskazówki dla tych, którzy wyjeżdżają na wakacje za granicę” - strona internetowa <http://elk.wm.pl>
4. „Konsument przed Świętami”- [www.powiatgizycki.pl](http://www.powiatgizycki.pl)
5. „Powiat giżycki. Pośpiech złym doradcą przy świątecznych zakupach” - strona internetowa Gminy Giżycko - [www.ugg.pl](http://www.ugg.pl)
6. „Jak kupić dziecku bezpieczną zabawkę” - [www.ugg.pl](http://www.ugg.pl)
7. „Konsument przed świętami” - [www.ugg.pl](http://www.ugg.pl)

Inną formą edukacji konsumenckiej jest ekspozycja dostępnych materiałów informacyjnych dotyczących ochrony konsumentów, które znajdują się w holu Starostwa. Broszury i materiały edukacyjne przesyłane przez UOKiK w Warszawie oraz Europejskie Centrum Konsumenckie były wykładane i uzupełniane w celu ciągłej dostępności do informacji. Każdy z konsumentów zgłaszających się do rzecznika mógł otrzymać broszury i materiały o tematyce konsumenckiej.

Również przed wejściem do pokoju rzecznika na tablicy informacyjnej umieszczone są zagadnienia związane z tematyką konsumencką, z którą może się zapoznać każdy konsument. Materiały na tej tablicy są systematycznie zmieniane i uzupełniane.

Ponadto rzecznik w roku 2011r. przeprowadził 5 spotkań z giżycką młodzieżą szkół ponadgimnazjalnych, tj.: Zespołem Szkół Kształtowania Środowiska i Agrobiznesu oraz I LO z zakresu edukacji konsumenckiej, podczas których przekazał najważniejsze informacje dotyczące problematyki konsumenckiej, uzupełnione o odpowiednie broszury i materiały. Młodzież szkolna wykazywała duże zainteresowanie tematem oraz zadawała szereg pytań.

W dniu 18.11.2011r. rzecznik uczestniczył również w Światowym Tygodniu Przedsiębiorczości w ramach projektu „Otwarta firma” w ZSKŚiA w Giżycku przedstawiając młodzieży zagadnienia związane z ochroną praw konsumenta.

W związku z szybkim rozwojem sieci Internet i częstym jej wykorzystywaniem jako środka przekazu informacji, 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.

Każdy internauta może tam znaleźć m.in. przepisy prawne, porady konsumenckie oraz wzory pism (np. wzór zgłoszenia reklamacyjnego z tytułu niezgodności towaru z umową, oświadczenie o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem i na odległość oraz wzór wniosku o udzielenie pomocy konsumentowi przez rzecznika 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 przychodzą po poradę organizuję szkolenie dotyczące wykładni przepisów prawa, w szczególności ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Każdy przeszkolony sprzedawca podpisuje oświadczenie, że odbył szkolenie, poza tym otrzymuje tzw. ustawę konsumencką, wzór zgłoszenia reklamacyjnego, poradniki i broszury.

Ta forma sprawdziła się w praktyce i będzie dalej prowadzona w następnych latach. Współpraca i edukacja właścicieli sklepów wpływa bezpośrednio na lepsze wzajemne stosunki w relacji konsument-sprzedawca, a pośrednio na zmniejszenie skarg konsumenckich. Rzecznik w roku sprawozdawczym przeprowadził szkolenie dla trzech sprzedawców w zakresie obowiązujących regulacji prawnych dotyczących ochrony praw konsumentów

Pisemne wystąpienia rzecznika do przedsiębiorców na rzecz konsumentów spełniają także rolę edukacyjną – bowiem dokonując oceny konkretnego przypadku, wskazywano przedsiębiorcy właściwy sposób postępowania w dalszej jego działalności. Przy okazji



konsument zaznajamiał się ze swoimi prawami. Brak należytej wiedzy i świadomości prawnej jest jednym z największych zagrożeń dla każdego konsumenta i świadczy o jego nieprzystosowaniu do gospodarki rynkowej. Będąc uczestnikiem rynku często nie rozumie reguł, które nim rządzą, nie potrafi dostrzec zagrożeń i jest nieporadny w kształtowaniu swojej pozycji w relacjach z przedsiębiorcami.

## **8. Podejmowanie działań wynikających z:**

- art. 479<sup>38</sup> kpc (nieдозwolone postanowienia umowne),
- 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).

Realizując współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, rzecznik w 2011 r. skierował do ww. Urzędu dwa wnioski o zbadanie wzorca umowy pod kątem stosowania przez przedsiębiorcę klauzul niedozwolonych w rozumieniu art. 385<sup>3</sup>kc, które mogły naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Pierwszy wniosek dotyczył zasadności wprowadzenia przez Przedsiębiorstwo Gospodarki Komunalnej i Mieszkaniowej Sp. z o.o. w Rynie dodatkowej opłaty za wywóz nieczystości stałych i ciekłych w postaci opłaty abonamentowej, jak również istniejących zapisów w umowie o charakterze abuzywnym.

Drugi zaś wniosek dotyczył firmy „Dan Wita” Sp. z o.o. w Grodzisku Wielkopolskim, stosującej we wzorcach umów z konsumentami niedozwolonych klauzul, które m.in. ograniczały sposób zwrotu towaru zakupionego na pokazie w innej formie niż wyłącznie zwrot towaru osobiście.

Oprócz powyższych przypadków konsumenci przekazywali również rzecznikowi umowy zawierane z przedsiębiorcami świadczącymi np. usługi bankowe, deweloperskie, turystyczne czy edukacyjne, w celu dokonania ich analizy pod kątem występowania ewentualnych klauzul abuzywnych. W przypadku gdy umowa została przekazana rzecznikowi przed jej podpisaniem przez konsumenta, rzecznik podejmował działania informacyjne i edukacyjne. Pouczał konsumentów, że powinni zwrócić przedsiębiorcy uwagę na wszelkie istniejące nieprawidłowości. W przypadku zaś, gdy konsument podpisał już umowę zawierającą niedozwolone postanowienia (postanowienie zostało już wpisane do Rejestru niedozwolonych postanowień umownych), to informował konsumentów, że takie postanowienia nie wiążą konsumenta z mocy samego prawa. Jeśli przedsiębiorca nie

przychylił się do tego stanowiska, informował konsumentów o konieczności zwrócenia się do sądu powszechnego o uznanie danego postanowienia za niewiążące.

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

#### **1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów**

Wzrastająca liczba konsumentów zgłaszających się do rzecznika po poradę lub informację wskazuje jednoznacznie, że pomimo podejmowanych działań edukacyjnych, poziom wiedzy konsumenckiej jest nadal stosunkowo niski.

W celu polepszenia standardów ochrony konsumentów zasadne byłoby:

- wprowadzenie edukacji sprzedawców i właścicieli sklepów oraz usługodawców w zakresie obowiązków wobec konsumentów;
- popularyzacja wiedzy konsumenckiej, uruchamianie programów upowszechniających wśród szerokiego kręgu odbiorców podstawowe informacje o prawach konsumentów (uruchomienie w mediach audycji popularyzujących wiedzę konsumencką, udostępnianie konsumentom materiałów szkoleniowych, broszur i ulotek, a także programowe wprowadzanie elementów wiedzy konsumenckiej do szkół oraz organizowanie w szerszym zakresie spotkań Rzeczników z mieszkańcami);
- wprowadzenie w szkołach, na szczeblu wojewódzkim czy też ogólnopolskim, konkursu wiedzy z zakresu praw konsumentów;
- zwiększenie częstotliwości spotkań rzeczników konsumentów organizowanych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów na szczeblu województw (nie zaś w odległych miejscowościach);
- możliwość uczestnictwa w konferencjach, seminariach za pośrednictwem przekazu video dostępnego w Internecie;
- wprowadzenie zmian w ustawie *Prawo bankowe*, w przedmiocie dopuszczenia Rzecznika do grupy podmiotów uprawnionych do uzyskiwania informacji objętych tajemnicą bankową w imieniu konsumenta, który zgłosił się o pomoc do Rzecznika.
- weryfikacja rzeczoznawców branżowych (nie wpisanych na listę Inspekcji Handlowej), którzy legitymują się rzekomymi uzyskanymi uprawnieniami przez nieistniejące jednostki wydając opinie, które trudno nazwać obiektywnymi i to zarówno na zlecenie przedsiębiorców jak i konsumentów. Powinny istnieć prawne możliwości

zweryfikowania, a w skrajnych przypadkach również cofnięcia tych uprawnień.

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

Rzecznik konsumentów mimo, iż jest organem samorządu powiatowego nie posiada własnego budżetu. Brak budżetu stawia rzecznika w trudnej sytuacji w razie przegrania procesu i konieczności pokrycia kosztów zastępstwa procesowego strony przeciwnej. Okoliczność ta ma znaczący wpływ na podejmowanie przez rzecznika decyzji co do ewentualnego występowania na drogę sądową. W tej sytuacji rzecznik opracowuje konsumentom projekty pozwów i sprzeciwów od nakazów zapłaty oraz różnego rodzaju pisma procesowe, służy wszechstronną pomocą.

Jeżeli w czasie prowadzenia przez rzecznika sprawy zainicjowanej skargą konsumenta istnieje potrzeba uzyskania opinii eksperta, koszty z tym związane pokrywa konsument.

Wielość spraw, ich różnorodność oraz stopień skomplikowania powoduje, iż rzecznik konsumentów jest zobowiązany do ciągłego podnoszenia poziomu swojej wiedzy w tej tematyce. Oprócz dostępności do fachowej literatury, której nie ma zbyt wiele najważniejszą metodą doskonalenia jest uczestnictwo w szkoleniach. Niestety ilość skierowanych do rzeczników konsumentów propozycji uczestniczenia w szkoleniach jest zbyt mała, a potrzeby w tym zakresie o wiele większe.

## **PODSUMOWANIE**

Jak ważna jest rola rzecznika mogą ocenić tylko sami konsumenci, dla których rzecznik był przysłowiową „ostatnią deską ratunku”.

Jednakże z analizy powyższego sprawozdania wynika jednoznacznie, że zainteresowanie prawami konsumentów nadal jest wysokie. Świadczy to o coraz powszechniejszej wśród mieszkańców Powiatu świadomości swoich praw, a także znajomości działania samorządu w zakresie ochrony praw konsumenta.

Sprostanie wszystkim ustawowym obowiązkom oraz zapewnienie sprawnego i skutecznego działania, w obliczu tak różnych problemów konsumenckich, wymaga jednak od rzecznika dużego zaangażowania i ciągłego doskonalenia wiedzy na tym stanowisku.

W planie działań i zamierzeń rzecznika jest prowadzenie jak w poprzednich latach spotkań z młodzieżą szkół ponadgimnazjalnych, przedsiębiorcami czy też innymi zainteresowanymi w celu przekazywania wiedzy konsumenckiej. Planowane jest również wprowadzenie do corocznych działań rzecznika (począwszy od roku 2012) organizowanie

konkursów z zakresu wiedzy konsumenckiej dla młodzieży szkół ponadgimnazjalnych celem szerzenia świadomości konsumenckiej wśród lokalnej społeczności Powiatu Giżyckiego.

Ponadto nadal na bieżąco będą realizowane pozostałe zadania przypisane rzeczownikowi na podstawie obowiązujących przepisów prawa.

#### IV. TABELE

**Tabela nr 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów.**

	Ogółem
<b>I. Usługi, w tym:</b>	<b>187</b>
ubezpieczeniowa	17
finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)	35
remontowo-budowlana	9
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	9
telekomunikacja (telefony, TV)	60
turystyczno-hotelarska	8
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	2
motoryzacja	12
pralnicza	3
timeshare	-
pocztowa	3
gastronomiczna	-
przewozowa	1
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	2
medyczna	6
wyposażenie wnętrz	4
pogrzebowa	-
windykacyjne	5
inne	11
<b>II. Umowy sprzedaży, w tym:</b>	<b>351</b>
obuwie i odzież	121
wyposażenie mieszkania	35
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	70
komputer i akcesoria komputerowe	13
motoryzacja	44
artykuły spożywcze	4
artykuły chemiczne i kosmetyki	-
zabawki	1
inne	63
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	<b>130</b>
<b>IV. Inne</b>	<b>37</b>
<b>Razem</b>	<b>705</b>

**Tabela nr 2: Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony interesów konsumentów.**

<b>Przedmiot sprawy</b>	<b>Ilość wystąpień ogółem</b>	<b>Zakończone pozytywnie</b>	<b>Zakończone negatywnie</b>	<b>Sprawy w toku</b>
<b>I. Usługi, w tym:</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>1</b>
ubezpieczeniowa	-	-	-	-
finansowa (inna niż ubezpieczeniowa)	1	1	-	-
remontowo-budowlana	-	-	-	-
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	1	-	-	1
telekomunikacja (telefon, TV)	9	7	2	-
turystyczno-hotelarska	1	-	1	-
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	-	-	-	-
motoryzacja	1	1	-	-
pralnicza	-	-	-	-
timeshare	-	-	-	-
pocztowa	-	-	-	-
gastronomiczna	-	-	-	-
przewozowa	-	-	-	-
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	-	-	-	-
medyczna	-	-	-	-
wyposażenie wnętrz	-	-	-	-
pogrzebowa	-	-	-	-
windykacyjne	-	-	-	-
inne	-	-	-	-
<b>II. Umowy sprzedaży, w tym:</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>-</b>
obuwie i odzież	8	5	3	-
wyposażenie mieszkania i gospodarstwa domowego	3	3	-	-
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	2	2	-	-
komputer i akcesoria komputerowe	-	-	-	-
motoryzacja	1	1	-	-
artykuły spożywcze	-	-	-	-
artykuły chemiczne i kosmetyki	-	-	-	-
zabawki	-	-	-	-
inne	-	-	-	-
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Razem</b>	<b>31</b>	<b>24</b>	<b>6</b>	<b>1</b>

**Tabela nr 3: Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.**

lp	Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		Sprawy w toku	Ilość powództw ogółem
		pozytywne (np. uwzględniające żądanie w zasadniczej części)	negatywne		
1.	Powództwa dotyczące reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	-	-	-	-
2.	Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania usług	-	-	-	-
3.	Powództwa dotyczące uznania postanowienia umownego za niedozwolone	-	-	-	-
4.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	3	-	-	3
5.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług	-	-	-	-
6.	Inne	-	-	-	-
	<b>RAZEM</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>3</b>
1.	Sprawy kierowane do rozpatrzenia przez sąd polubowny	-	-	-	-
2.	Wstępowanie rzecznika konsumentów do postępowań	-	-	-	-

Tabela nr 4: Inne zadania:

L.p.	Realizacja zadań wynikających z:	Ilość
1.	Art. 479 <sup>38</sup> kpc - niedozwolone postanowienia umowne	2
2.	Ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	-
3.	Ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym	-
4.	Art. 42 ust.1 pkt. 3uokik – występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów	-
5.	Art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 kpc - przedstawienie sądowi istotnego poglądu dla sprawy	-

Sporządził:

Powiatowy Rzecznik Konsumentów

*K. Tolaczek*

mgr Katarzyna Tota-Leszczyńska

Sprawozdanie zatwierdzam:

STAROSTA  
Miroslaw Deroncz Drzażdżewski

