



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



Sprawozdanie zatwierdzam:

.....

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU ZA 2013 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 Rzecznik przedkłada w terminie do 31 marca Staroście Powiatu Giżyckiego do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim.

Giżycko, 28.03.2014r.

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. 479³⁸ 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. TABELE

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

Struktura biur Rzecznika, stan kadrowy

1. Województwo	warmińsko-mazurskie
2. Miasto/Powiat	Powiat Giżycki
3. PRK/MRK	PRK
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.	Nie
NIE DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI „TAK” NA PYT. 6	- $\frac{3}{5}$ etatu - $\frac{1}{2}$ etatu
7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	- $\frac{2}{5}$ etatu - $\frac{1}{5}$ etatu - inne, np. dyżury , - <u>4/5 etatu</u>
DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI NA PYT. 7	4 dni w tygodniu po 8 godzin (32 godziny w tygodniu)-od wtorku do piątku
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 2007 r. 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).	Rzecznik sam wykonuje obowiązki

Sprawozdanie zostało sporządzone według wzoru opracowanego przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w oparciu o prowadzony rejestr porad indywidualnych i wystąpień do przedsiębiorców oraz innych dokumentów gromadzonych w toku realizacji zadań.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Giżycku realizuje zadania powiatu w zakresie ochrony praw konsumentów, zgodnie z ustawą z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1592 z późn. zm.).

Podstawę prawną działalności rzecznika konsumentów stanowią przepisy ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007r., Nr 50 poz. 331 z późn. zm.), które m.in. określają rolę samorządu terytorialnego w zakresie ochrony konsumentów, funkcje i zadania powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów.

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

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;
- 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, radio);
- umożliwienie szerszego kontaktu mieszkańców z rzecznikiem konsumentów poprzez udostępnianie adresu poczty elektronicznej, na który można wysłać zapytania i kierować sprawy;
- udostępnienie materiałów informujących o przysługujących prawach konsumentów (ulotki, broszury).

Ponadto rzecznik może wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów.

Obowiązujące przepisy uprawniają również 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. W sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów rzecznik jest oskarżycielem publicznym w rozumieniu przepisów kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia. Ponadto realizując swoje ustawowe uprawnienia rzecznik ma możliwość skierowania wniosku do sądu o ukaranie przedsiębiorcy, który narusza obowiązek udzielenia rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia – art. 42 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

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

Działania Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Giżycku w 2013 roku, podobnie jak w latach poprzednich, w dużej mierze sprowadzały się do udzielania konsumentom bezpłatnej pomocy prawnej w zakresie ochrony ich interesów w formie poradnictwa i informacji prawnej (telefonicznie i osobiście oraz za pośrednictwem Internetu).

Wykonując to zadanie Rzecznik dokonuje analizy zasadności skargi lub problemu przedstawionego przez konsumenta, przedstawia konsumentowi możliwości prawne rozwiązania zgłoszonego problemu, podejmuje bezpośrednie interwencje u przedsiębiorców (telefonicznie lub osobiście), przeprowadza mediacje, sporządza pisemne wystąpienie do przedsiębiorców, kieruje konsumentów do właściwych instytucji lub organów (Inspekcji Handlowej lub Sanitarnej, Urzędu Regulacji Energetyki, Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Rzecznika Ubezpieczonych, Arbitra Bankowego, Prokuratury, Policji itp.).

W ramach bezpłatnego poradnictwa konsumenci otrzymują wzory pism: reklamacyjnych, oświadczeń o odstąpieniu od zawartej umowy, pozwów i pomoc w ich wypełnieniu, teksty aktów prawnych oraz pomoc w sporządzaniu różnego rodzaju pism do przedsiębiorców.

W roku sprawozdawczym Rzecznik udzielił konsumentom ogółem 915 porad konsumenckich i informacji prawnych. W porównaniu do lat ubiegłych liczba porad udzielanych konsumentom przez Rzecznika Konsumentów w Giżycku przedstawiała się następująco:

Liczba porad udzielonych przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Giżycku w latach 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Liczba udzielonych porad i informacji	797	683	749	679	847	915

Tradycyjnie już sprawy, z jakimi zwracali się konsumenci do Rzecznika dotyczyły w głównej mierze praw i obowiązków wynikających z ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej.

Większość spraw dotyczyła skarg konsumentów na sprzedawców, którzy uchylali się od odpowiedzialności za wady zakupionych towarów, odmawiali przyjęcia zgłoszenia reklamacyjnego, czy też nie uznawali reklamacji, narzucali konsumentom tryb dochodzenia roszczeń z tytułu posiadanej gwarancji, mimo iż sposób zachowania konsumentów wyraźnie wskazywał na to, że od sprzedawcy oczekują zaspokojenia ich roszczeń.

W roku sprawozdawczym znaczna liczba udzielonych porad dotyczyła reklamowanych towarów w postaci: obuwia i odzieży (269 porad), sprzętu RTV i AGD wraz ze sprzętem telekomunikacyjnym (85),

wyposażenia mieszkań (34), motoryzacji (25) oraz komputerów i akcesoriów komputerowych (22) oraz zakwalifikowane do kategorii umów sprzedaży jako inne (51 porad). Liczną grupę porad stanowi reklamowane obuwie i odzież, które powinno odpowiadać zapewnieniom reklamowym producenta, za które sprzedawca bierze odpowiedzialność. Jednakże zachowanie sprzedawców (szczególnie markowego obuwia sportowego), którzy podpierają się wystawianymi na zlecenie sklepu opiniami rzeczoznawców na temat reklamowanego obuwia, najczęściej uchylają się od odpowiedzialności, przerzucając winę na konsumenta i tłumacząc powstałą wadę złym użytkowaniem obuwia, niezgodnie z jego przeznaczeniem.

Konsumenci często zwracali się do Rzecznika ze skargami na sklep CCC należący do sieci sklepów spółki NG2 z Polkowic. Praktyka rozpatrywania reklamacji obuwia w sklepie powoduje duże utrudnienie konsumentom w dochodzeniu roszczeń, z powodu nierzetelnie wydawanych opinii dotyczących wad obuwia. W większości przypadków dopiero interwencja Rzecznika powodowała rozpatrzenie reklamacji konsumenta zgodnie z przyjętymi zasadami oraz przepisami prawa.

Oдноśnie sprzętu RTV i AGD, telekomunikacyjnego i komputerowego powszechną nieprawidłowością przy rozpatrywaniu reklamacji przez sprzedawców jest wprowadzanie konsumentów w błąd odnośnie przysługujących im praw w przypadku nabycia towarów niezgodnych z umową i odsyłanie ich do gwarantów. Nieporozumienia na tym tle w dalszym ciągu wynikają z nieznanomości przepisów prawa przez obie strony lub błędnego ich interpretowania.

W przypadku zaś telefonów komórkowych należy zwrócić uwagę na fakt, że sprzedaż tych urządzeń odbywa się przy zawieraniu podwójnych umów: na usługi telekomunikacyjne i umowy sprzedaży aparatu telefonicznego. Konsumenci mają problemy ze zidentyfikowaniem tego rodzaju umów i nie wiedzą, że za sprzedany telefon komórkowy z tytułu niezgodności z umową odpowiada sprzedawca. Salony operatorów telefonii komórkowej, nie będące salonami firmowymi zazwyczaj kierują reklamację aparatów telefonicznych na drogę dochodzenia roszczeń z tytułu posiadanej gwarancji, zrzucając z siebie odpowiedzialność przewidzianą ustawą konsumencką. Z kolei gwaranci i producenci winą za nieprawidłowo działający telefon obarczają konsumentów, którzy w takiej sytuacji czują się bezsilni. Taka sama sytuacja ma miejsce przy reklamowaniu sprzętu RTV AGD, czyli zawsze wtedy kiedy konsument otrzymuje gwarancję producenta na kupowany towar. Sprzedawca wychodzi wówczas z założenia, że konsument, który otrzymał od producenta gwarancję na dany towar powinien z niej korzystać i prawie zawsze kieruje dochodzenie roszczeń konsumenta z reżimu gwarancyjnego.

W sytuacji, gdy konsument nie otrzymuje gwarancji producenta, np. przy zakupie obuwia, sprzedawcy bardzo często warunkują rozpatrzenie reklamacji od stanowiska producenta lub podmiotu, u którego dokonali zakupu towaru. Klienci nie mając dostatecznej wiedzy konsumenckiej często godzą się na takie zachowanie i czekają na rozpatrzenie reklamacji, niejednokrotnie dowiadując się osobiście u sprzedawcy o stanowisko producenta.

W roku sprawozdawczym znaczna liczba udzielonych porad dotyczyła również reklamacji usług, głównie telekomunikacyjnych (internetowych, telefonii stacjonarnej i komórkowej, telewizji cyfrowej)- (78 porad),

finansowych (35), dostaw energii, gazu, ciepła, wody, wywozu nieczystości (31), czy też usług windykacyjnych (23) i ubezpieczeniowych (15).

Duża ilość skarg na operatorów telekomunikacyjnych dotyczyła zawartych umów, na skutek nachalnej agitacji telefonicznej prowadzonej przez przedstawicieli alternatywnych operatorów telekomunikacyjnych czy telewizji cyfrowej, jeszcze przed rozwiązaniem wcześniejszych umów co skutkowało nałożeniem na nich kar w postaci opłat wyrównawczych. Walcząc o klienta przedsiębiorcy nie zawsze stosują uczciwe metody należycie informując o warunkach nowej umowy a nawet celowo wprowadzają w błąd wykorzystując niedostateczną wiedzę konsumentów w tym temacie, np. obiecując niskie ceny abonamentu przez cały okres trwania umowy. Jednakże po kilku miesiącach okazywało się, że regulamin promocji przewiduje rabat tylko i wyłącznie na kilka pierwszych miesięcy umowy. Konsumentów często sygnalizowali brak informacji od przedstawicieli na temat załączników do umowy, nie otrzymywali regulaminów świadczenia usług oraz regulaminów promocji, do których podpisując umowę przystępowali. Występowały również przypadki fałszowania umów przez przedstawicieli operatorów poprzez np. podrobienie podpisów konsumentów na umowach. Po interwencji rzecznika przedsiębiorca telekomunikacyjny najczęściej odstępował od roszczeń z tytułu kar za wypowiedzenie umowy przez konsumentów.

Drugą co do liczebności kategorię spraw stanowiły skargi dotyczące usług finansowych związanych najczęściej z problemami ze spłatą zaciągniętych kredytów lub pożyczek przeznaczonych np. na sfinalizowanie zakupu towaru, windykacją przedawnionych roszczeń, czy też działalnością bankowych doradców finansowych, oferujących zamiast zwykłej lokaty rzekomo korzystne produkty inwestycyjno-ubezpieczeniowe. Problemy powyższe wynikają również z faktu, iż konsumenci mniej rozważnie zaciągają zobowiązania finansowe głównie w firmach parabankowych.

Kolejna grupa skarg najczęściej składanych przez konsumentów dotyczyła usług związanych z dostawą energii, gazu, ciepła, wody, wywozem nieczystości, gdzie najczęściej problemy konsumentów dotyczyły np. nieprawidłowości związanych z doręczaniem faktur z tytułu dostaw gazu lub energii elektrycznej, zawyżonych rachunków za dostawę mediów oraz na zasady rozliczeń w oparciu o prognozę zużycia z przedsiębiorstwami energetycznymi. Duża liczba skarg konsumentów dotyczyła również umów zawieranych z alternatywnym sprzedawcą energii elektrycznej (Energetyczne Centrum S.A. z Radomia), który oferował wraz z umową również ubezpieczenie „Energia na zdrowie”. Na skutek udzielonej pomocy przez Rzecznika, konsumentom udało się skutecznie odstąpić od takich umów.

W przypadku zaś usług ubezpieczeniowych, skargi konsumentów dotyczyły najczęściej ubezpieczeń komunikacyjnych, tj. obowiązkowego ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej (odmowa wypłaty odszkodowania, znaczne zaniżanie jego wysokości), ubezpieczeń na życie, czy też niekorzystnych postanowień umownych zawieranych w treści polis ubezpieczeniowych, wyłączających odpowiedzialność zakładów ubezpieczeń.

W roku sprawozdawczym Rzecznik udzielał również porad i sporządzał pisma w 127 sprawach związanych z zawieraniem przez konsumentów umowami poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość.

Umowy poza lokalem przedsiębiorstwa zawierane były podczas akwizycji w domu konsumenta, bądź podczas różnego rodzaju pokazów, prezentacji lub zorganizowanej przez przedsiębiorcę wycieczki. Przedsiębiorcy prowadzący w ten sposób swoją działalność stosują niejednokrotnie nieuczciwe praktyki rynkowe, czy wręcz agresywne, na które narażone są przede wszystkim osoby zamieszkujące samotnie, w podeszłym wieku i cierpiące na różne schorzenia, które dokonują często pochopnych i nieprzemyślanych zakupów towarów mających rzekomo właściwości lecznicze. W tej formie sprzedawane są pościelenie wełniane, materace, urządzenia elektroniczne, sprzęt AGD, jak również oferowana jest wymiana drzwi i okien, czy też zmiana operatora telekomunikacyjnego i dostawcy energii.

W roku sprawozdawczym podobnie jak w latach ubiegłych do rzecznika wpływały również skargi na działalność przedstawicieli autoryzowanych dystrybutorów telewizji cyfrowej, którzy wykorzystując niewiedzę osób starszych na temat nowej technologii oraz wprowadzając konsumentów w błąd, namawiali do zakupu drogich dekodów „nowej generacji” do odbioru telewizji cyfrowej i zestawów do odbioru telewizji bez abonamentu.

W sprawach umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa Rzecznik podjął szereg interwencji, sporządzał konsumentom oświadczenia o odstąpieniu od umowy, ustalał z przedsiębiorcą zwrot towaru, a w rażących przypadkach wykorzystywania osób w podeszłym wieku kierował pisemne wystąpienia do przedsiębiorców oraz zwracał się do banków, z którymi poszkodowane osoby zawarły umowy kredytowe.

Zaznaczyć należy, że z pomocy prawnej Rzecznika w tym zakresie korzystają głównie osoby w podeszłym wieku, samotne i podatne na wszelkie chwyt marketingowe, które często wymagają pomocy Rzecznika w całym procesie reklamacyjnym począwszy od zaadresowania koperty po napisanie pisma, czy nawet telefoniczne wyjaśnienie z przedsiębiorcą czego dotyczy spór, jaka jest podstawa żądań, aby poprowadzić konsumenta do skutecznego zakończenia sporu.

W zakresie umów zawieranych na odległość (oferty telefoniczne, internetowe) Rzecznik zaobserwował przedstawianie przez przedsiębiorców nieprawdziwych ofert, szczególnie ofert przedstawianych telefonicznie dotyczących umów telekomunikacyjnych, które znacznie różniły się od umowy przekazywanej do popisania konsumentom. Natomiast na tle dokonywanych zakupów w sklepach internetowych zgłaszane problemy dotyczyły najczęściej niedostarczenia towaru lub przesyłania innych towarów słabej jakości, trudności z odzyskaniem zapłaconych pieniędzy w przypadku niedostarczenia lub skorzystania przez konsumenta z prawa do odstąpienia od umowy, czy też nierespektowania zasadnej reklamacji.

Wiele skarg dotyczyła również znanych dla wielu internautów w całym kraju rzekomo bezpłatnych serwisów *pobieraczek.pl*, czy też *plikostrada.pl*, które udostępniały pliki multimedialne – głównie muzykę i filmy. Zachęcały one do rejestracji, oferując bezpłatne testowanie swojej strony przez okres 10 dni, nie informując w reklamie o konieczności wypowiedzenia umowy. Po upływie tego okresu naliczano abonament za cały rok bez względu na

faktyczne korzystanie z usługi i bez możliwości rezygnacji z niej. Konsumenci rejestrując się na powyższych stronach nie byli świadomi, iż akceptując regulamin, którego najczęściej nie czytali, zawierali umowę.

Problematyka spraw poruszanych przez konsumentów jest bardzo szeroka, co często wymaga wnikliwego zapoznania się z posiadanymi przez konsumenta dokumentami. Każda sprawa jest inna, a zatem wymaga indywidualnego podejścia, głębokiej analizy zagadnień i uregulowań ustawowych, co jest często czasochłonne. Ponadto różnorodność spraw, a także zmieniające się przepisy wymagają systematycznego samokształcenia i doskonalenia.

Podnieść należy, iż w wielu przypadkach porady udzielane przez Rzecznika nie dotyczyły tylko i wyłącznie zagadnień konsumenckich. Mieszkańcy powiatu zgłaszali się bowiem z różnymi problemami np. z zakresu prawa rodzinnego, prawa pracy, ubezpieczeń społecznych, prywatnych umów między osobami fizycznymi, prawa spadkowego, egzekucji komorniczej czy też prawa karnego oczekując pomocy i porady a jednocześnie wysłuchania oraz zrozumienia. W większości przypadków niezbędnym było skierowanie tych osób do właściwych instytucji lub urzędów.

Zdarzało się również, że wśród korzystających z porad Rzecznika byli sami sprzedawcy, którzy po otrzymaniu zgłoszenia reklamacyjnego chcieli wiedzieć jakie powinni podjąć czynności. Udzielenie porady sprowadzało się do wyjaśnienia obowiązujących przepisów ze szczególnym zwróceniem odpowiedzialności jaka spoczywa na sprzedawcy z tytułu towaru niezgodnego z umową oraz możliwością dochodzenia przez sprzedawcę odszkodowania od któregośkolwiek z poprzednich sprzedawców w przypadku zaspokojenia roszczeń konsumenta.

W ramach bezpłatnego poradnictwa Rzecznik sporządził konsumentom ponad 90 różnego rodzaju pism, głównie do firm windykacyjnych oraz banków o odstąpieniu od prowadzonych czynności windykacyjnych mających na celu wyegzekwowanie przedawnionych wierzytelności, pism reklamacyjnych, oświadczeń o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorcy lub na odległość, oświadczeń o uchyleniu się od skutków prawnych oświadczenia woli złożonego pod wpływem błędu, pism o rozwiązanie lub unieważnienie umowy, wezwań do zapłaty, pozwów sądowych, sprzeciwów od nakazu zapłaty.

Zaznaczyć należy, że z pomocy prawnej Rzecznika Konsumentów w tym zakresie korzystają głównie konsumenci, mający trudne warunki materialne, potrzebujący niejednokrotnie wsparcia, wysłuchania i zrozumienia ich problemów, związanych ze splatą różnego rodzaju zobowiązań, przede wszystkim z tytułu kredytów i pożyczek, osoby starsze i samotne, podatne na wszelkie chwyt marketingowe i nieporadne w zawilości tego typu transakcji.

Rzecznik spotkał się też z przykładami daleko idącej samodzielności mieszkańców powiatu w zakresie realizacji przysługujących im praw. Świadczy to o sporej i ciągle wzrastającej świadomości społecznej co do praw i wolności, jakie służą obywatelom. Praca Rzecznika nie rzadko też polegać musiała na wyprowadzaniu z błędu lub korygowaniu omyłek, jakich ofiarą padli obywatele, którzy przepisy prawa interpretować chcieli na swój własny – nie zawsze do końca słuszny – sposób. Udzielane porady w wielu

przypadkach przyczyniły się też do znacznego usamodzielnienia się niektórych obywateli w zakresie dochodzenia należnych im praw.

Rzecznik kilkakrotnie również sporządzał konsumentom pisma do szwajcarskiej firmy *Westerfield International AG* i działającej w jej imieniu firmy windykacyjnej *Alektum Inkasso*, które przesyłały konsumentom wezwania do zapłaty za rzekomo zamówione maszyny do golenia, czy też figi damskie, na które otrzymanie telefonicznie wyrazili zgodę konsumenci. Z ich relacji wynikało, iż informowani byli, że produkt otrzymają do bezpłatnego testowania, które w rzeczywistości wysyłane były pocztą nierejestrowaną do nabywcy razem z fakturą za przesyłkę, jak również kolejne przesyłki „abonamentowe” z fakturami do zapłaty. Jednakże zdarzały się też przypadki nieotrzymania przesyłki, a otrzymania jedynie faktury za towar, którego w rzeczywistości konsument nie otrzymał. Ze względu na fakt otrzymywania przesyłek nierejestrowanych, wobec czego zachodziło duże prawdopodobieństwo, że produkty takie traktować można jako świadczenie niezamówione, za które konsument nie musi płacić i jest ono wysyłane na ryzyko przedsiębiorcy.

Strukturę bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów 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, jednakże Rzecznik na wniosek Wydziału Komunikacji giżyckiego Starostwa opiniował osiemnastokrotnie zmiany w udzielanych zezwoleniach na przewozy regularne osób.

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

Podstawowym instrumentem prawnym wykorzystywanym w wykonywaniu ustawowych zadań przez Rzecznika Konsumentów są wystąpienia do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów. Należy zaznaczyć, że Rzecznik Konsumentów posiada uprawnienia doradcze i procesowe. Nie posiada natomiast wobec przedsiębiorców uprawnień władczych (nadzorczych lub kontrolnych). Stąd też wystąpienia do przedsiębiorców mają z reguły charakter mediacyjny, mający na celu polubowne rozwiązanie zaistniałego pomiędzy stronami sporu.

Wystąpienia Rzecznika kierowane do przedsiębiorców zawierały wezwania m.in. do wykonania ciążącego na przedsiębiorcy obowiązku, zaniechania niedozwolonych zachowań, udzielenia stosownych wyjaśnień i informacji mających na celu rozwiązanie zaistniałego pomiędzy stronami sporu. W swoich

wystąpieniach Rzecznik opisywał stan faktyczny przedstawiony przez konsumenta i wynikający z posiadanych dokumentów, podawał podstawę prawną dochodzonych roszczeń, prosił o wyjaśnienie niejasnych kwestii, kierował skonkretyzowane żądania, względnie propozycje polubownego rozwiązania sporu.

W roku sprawozdawczym Rzecznik podjął w 39 przypadkach pisemną i telefoniczną interwencję w celu wyjaśnienia spraw z przedsiębiorcami. W 20 przypadkach udało się doprowadzić do pozytywnego zakończenia sporu, w 13 sprawach przedsiębiorcy utrzymali swoje stanowisko w sprawie, natomiast 6 spraw na koniec 2013r. nie uzyskała swojego rozstrzygnięcia i w dalszym ciągu jest w toku postępowania.

Negatywny wynik spraw dla konsumentów spowodowany był okolicznościami niezależnymi od Rzecznika, m. in.:

- odmową załatwienia sprawy przez przedsiębiorcę wbrew obowiązującym przepisom,
- niezachowaniem przez klienta przewidzianych prawem terminów,
- podpisaniem przez konsumenta dokumentów bez uprzedniego zapoznania się z ich treścią,
- oświadczeniem nieprawdy przez samego konsumenta.

Podkreślić w tym miejscu należy, że niższa skuteczność pracy Rzecznika wynika również z faktu, że w wielu sprawach działania podejmowane były na usilną prośbę konsumentów, pomimo, że stan faktyczny wskazywał, że sprawy nie były do wygrania lub obwarowania prawne są na tyle silne, że konsumentowi trudno udzielić skutecznej pomocy.

Rzecznik podejmował decyzję o wystąpieniu do przedsiębiorcy w sytuacji, gdy jego postępowanie wobec konsumenta zawierało elementy postępowania niezgodnego z obowiązującym prawem, a konsument sam nie był w stanie poradzić sobie z problemami. Najwięcej pism dotyczyło żądania zaspokojenia roszczeń konsumentów oraz wyjaśnienia postępowania przedsiębiorcy w danej sprawie.

Należy przy tym podkreślić, iż aby osiągnąć pożądany skutek Rzecznik bardzo często wystosowywał do tego samego przedsiębiorcy kilka pism i przekonywał o słuszności roszczeń konsumenta. Dlatego też niejednokrotnie wymiana pism między Rzecznikiem a przedsiębiorcą trwała kilka miesięcy. Istotnym jest, że większość załatwianych w ten sposób spraw, z założenia skomplikowanych, kończyła się pozytywnie dla konsumenta, tym samym zaoszczędzając mu ponoszenia dodatkowych kosztów, a także sądowego dochodzenia roszczeń.

Niektóre z prowadzonych spraw wymagały dużego zaangażowania ze strony Rzecznika aby poprzez stosowanie odpowiedniej i wyczerpującej argumentacji doprowadzić do pozytywnego zakończenia sporu pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą. Zdarzały się również sytuacje, w których po przedstawieniu materiałów dowodowych drugiej strony, czyli przedsiębiorcy Rzecznik rezygnował z dalszego dochodzenia roszczeń ze względu na uchybienia leżące po stronie konsumenta. Ponadto nie zawsze konsumenci, którzy zgłaszali się do Rzecznika ze swoimi problemami spełniali warunki do ochrony konsumenckiej określone ustawą. Szczególnie dotyczyło to sytuacji, kiedy konsumenci nie zgłaszali reklamacji w odpowiednim czasie lub nie posiadali pisemnego jej zgłoszenia z jednoczesnym podaniem żądania wobec przedsiębiorcy, co miało wpływ na dalszy przebieg postępowania reklamacyjnego.

W roku sprawozdawczym Rzecznik skierował bezpośrednio do przedsiębiorców wystąpienia w 39 sprawach, z czego 25 spraw dotyczyła umów sprzedaży, 10 wystąpień związanych było z usługami i 4 z umowami zawartymi poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość.

Najlichniesza kategoria spraw w jakich Rzecznik podejmował pisemne interwencje i wyjaśnienia dotyczyła przede wszystkim umów sprzedaży, a w dalszej kolejności usług. W kategorii sprzedaży dominowały interwencje związane z reklamacją obuwia, sprzętu RTV i AGD. Natomiast w kategorii usług najwięcej problemów konsumenci mieli z usługami telekomunikacyjnymi oraz dostawą energii, gazu, ciepła, wody i wywozem nieczystości.

W zakresie reklamacji obuwia najczęściej występowały sprawy związane z nieuznawaniem reklamacji w związku ze złą jakością obuwia. Na skutek wystąpień Rzecznika większość reklamacji w tym zakresie była załatwiana pozytywnie, co świadczy o skuteczności tych wystąpień.

Wystąpienia Rzecznika w sprawach z zakresu usług telekomunikacyjnych dotyczyły w szczególności umów zawartych pod wpływem wprowadzających w błąd informacji przedstawianych konsumentom telefonicznie w taki sposób, że konsument był przekonany, iż promocyjna oferta nie wiąże się ze zmianą operatora. Na skutek nieuczciwych działań operatorów stosowanych przy pozyskiwaniu klientów, konsumenci obciążani są opłatą wyrównawczą z tytułu przedwczesnego rozwiązania umowy promocyjnej z dotychczasowym operatorem. Podjęte przez Rzecznika interwencje doprowadziły w uzasadnionych przypadkach do anulowania przez operatora naliczonej opłaty.

Kolejną grupę interwencji stanowiły sprawy rozliczenia umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, od których konsumenci odstąpili korzystając z przysługującego im prawa. W skali roku Rzecznik sporządził konsumentom ponad 30 oświadczeń o odstąpieniu od tego typu umów.

W tej kategorii przepisów Rzecznik rozpatrywał również sprawę dotyczącą niechcianych przesyłek. Przykładem może być 80-letnia konsumentka, która otrzymała dwiema różnymi przesyłkami pocztowymi figi damskie wraz z wystawionymi dwiema fakturami do zapłaty. Konsumentka została wcześniej telefonicznie poinformowana przez przedsiębiorcę, iż otrzyma przesyłkę do bezpłatnego testowania. Jednakże po pewnym czasie otrzymała również wezwania do zapłaty ale już od firmy windykacyjnej na kwotę powiększoną o odsetki i koszty postępowania za każdą przesyłkę. Rzecznik w powyższej sprawie wystąpił pisemnie do przedsiębiorcy, który odstąpił od roszczeń względem konsumentki.

Wystąpienia Rzecznika w wielu kwestiach były niezbędne w związku z nieprawidłowościami jakie występowały na początku uruchamiania procedury reklamacyjnej, dotyczące najczęściej:

- wymuszania na konsumentach kierowania roszczeń do gwaranta, mimo iż konsument ma prawo wyboru uprawnień, z których będzie korzystał (przede wszystkim dotyczy to sprzedaży samochodów, telefonów, sprzętu RTV i AGD);

- narzucania przez sprzedawcę sposobu załatwienia reklamacji przez naprawę wadliwego towaru, w sytuacji gdy konsument, w świetle obowiązujących przepisów, ma wybór roszczenia w postaci doprowadzenia do stanu zgodnego z umową przez naprawę albo wymianę towaru na nowy, wolny od wad;
- nieterminowego rozpatrywania reklamacji (sprzedawca ma obowiązek w ciągu 14 dni ustosunkować się do reklamacji i w odpowiednim czasie spełnić uzasadnione roszczenia konsumenta);
- odmownego rozpatrywania reklamacji bez podania konkretnej przyczyny (gdy reklamacja zostaje złożona w ciągu 6 miesięcy od dnia wydania towaru, w przypadku odmownego rozpatrzenia reklamacji, na sprzedawcy ciąży obowiązek udowodnienia, iż dostarczył towar zgodny z umową);
- odmownego rozpatrywania reklamacji, podpartego nieprecyzyjną opinią rzeczoznawcy, niejednokrotnie zawierającą interpretację przepisów prawa korzystną dla przedsiębiorcy;
- nieprecyzyjnego i wieloznacznego formułowania postanowień karty gwarancyjnej, uniemożliwiającej skuteczne dochodzenie praw od gwaranta (zgodnie z nowymi przepisami, w przypadku udzielenia gwarancji, wszelkie prawa i obowiązki stron określa karta gwarancyjna; w stosunkach między konsumentami a przedsiębiorcami wyłączane zostały przepisy kodeksu cywilnego regulujące kwestie gwarancji).

W sytuacjach ewidentnie złej woli przedsiębiorców, rozbieżnych stanowisk stron, brakiem zgody na rozstrzygnięcie sprawy przez sąd polubowny, bądź też z całkowitym brakiem odpowiedzi na wezwanie Rzecznika, konsumentom pozostaje jako ostateczność droga sądowa. Dlatego też w 6 przypadkach konsumenci zdecydowali się na dochodzenie roszczeń przed sądem powszechnym. W związku z czym Rzecznik udzielał takim konsumentom pomocy prawnej w formie sporządzenia pozwu oraz udzielał dodatkowych wskazówek. Wymogi formalne i specyfika sporządzania pozwów do sądu powszechnego na specjalnych formularzach urzędowych wymaga dużego zaangażowania, a także doświadczenia, którego trudno oczekiwać od nieobeznanego z prawem konsumenta. Dlatego też pozwы były sporządzane przez Rzecznika.

Zgodnie z art. 42 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przedsiębiorca, do którego zwrócił się Rzecznik Konsumentów, zobowiązany jest udzielić rzecznikowi wyjaśnień i informacji, będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii rzecznika. W związku z tym w konsekwencji skierowanych ponagleń, przedsiębiorcy udzielali odpowiedzi na wystąpienia Rzecznika i w 2013r. nie było podstaw do kierowania wniosków do sądu o ukaranie przedsiębiorców.

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

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

Do zadań Rzecznika konsumentów należy również współdziałanie z instytucjami i organizacjami konsumenckimi. To zadanie Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Giżycku realizował poprzez kontakty z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w szczególności z Delegaturą Urzędu w Bydgoszczy, Wojewódzką Inspekcją Handlową w Olsztynie, Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Urzędem Regulacji Energetyki, Europejskim Centrum Konsumenckim, Federacją Konsumentów, Stowarzyszeniem Konsumentów Polskich, Rzecznikiem Ubezpieczonych, Biurem Rzecznika Praw Obywatelskich, Związkiem Banków Polskich, Arbitrem Bankowym, Państwową Inspekcją Pracy, Rzecznikiem Odbiorców Paliw i Energii, prokuratorami oraz z rzecznikami konsumentów z różnych miast.

Współpraca Rzecznika z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów polegała przede wszystkim na wymianie informacji na temat nowych regulacji prawnych dotyczących ochrony konsumentów, konsumenckiego orzecznictwa sądowego, udostępnianiu materiałów szkoleniowych oraz konsultacji w zakresie zachowań przedsiębiorców naruszających zbiorowe interesy konsumentów. UOKiK dostarczał również na prośbę Rzecznika ulotki i broszury informacyjne, które następnie były rozprowadzane wśród konsumentów, sprzedawców i młodzieży szkolnej podczas prowadzonych prelekcji na temat ochrony praw konsumentów.

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 uporczywie naruszających obowiązujące przepisy prawa czy też przeprowadzenia postępowania mediacyjnego lub, gdy potrzebne było wydanie opinii, np. co do jakości towaru czy wykonanej usługi.

Z kolei współdziałanie z organizacjami społecznymi przejawiało się głównie w sferze edukacji i wymiany doświadczeń. Rzecznik otrzymywał m.in. biuletyny wydawane przez Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów, w których publikowane jest orzecznictwo sądowe, zmiany w przepisach prawnych dotyczących ochrony konsumentów, decyzje Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, orzeczenia Arbitra Bankowego oraz informacje i porady udzielane przez rzeczników. Ponadto Rzecznik podpisał w roku sprawozdawczym porozumienie o wzajemnej współpracy z Oddziałem Federacji Konsumentów w Olsztynie.

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

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

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

- w dniu 27.03.2013r. w Olsztynie - spotkanie rzeczników konsumentów w Warmińsko-Mazurskim Wojewódzkim Inspektoracie Inspekcji Handlowej w Olsztynie;
- w dniach 05-07.06.2013r. w Rucianem Nidzie – seminarium „Prawo konsumenckie w świetle najnowszych zmian i istniejących problemów wynikających ze stosunku: Konsument - Operator Telekomunikacyjny zarówno sieci stacjonarnej jak i mobilnej”;
- w dniu 28-29.10.2013r. w Warszawie - szkolenie „Ochrona konsumenta w społecznościach lokalnych” zorganizowane przez Federację Konsumentów;
- w dniu 22.11.2013r. w Warszawie – Konferencja z Rzecznikami Konsumentów i Organizacjami Konsumenckimi w Miasteczku Orange.

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

W roku 2013 Rzecznik nie wytaczał powództw na rzecz konsumentów, ani też nie wstępował za zgodą konsumentów do toczącego się postępowania. Jednakże Rzecznik służył konsumentom pomocą, przygotowując pozwy do sądu, sprzeciwy od nakazu zapłaty czy też inną dokumentację niezbędną w postępowaniu przed sądami. W roku sprawozdawczym Rzecznik przygotował konsumentom w sumie 15 pism z czego 6 stanowiło pozwy sądowe o wydanie nakazu zapłaty w postępowaniu upominawczym dotyczące reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową (5 pozwów dotyczyło wad obuwia oraz 1 niezgodności z umową okapu kuchennego). Pozostałe pisma w ilości 9 sztuk dotyczyły sporządzenia sprzeciwów od nakazu zapłaty w postępowaniu upominawczym czy też innych pism kierowanych przez konsumentów do sądu. W sprzeciwach podnoszono zarzut przedawnienia zasądzonych roszczeń, w tym: 4 - dotyczące usług telekomunikacyjnych, natomiast 1 - z tytułu nielegalnego poboru energii elektrycznej.

Z uzyskanych informacji od Konsumentów wynika, iż sprawy związane z reklamacjami obuwia - 3 z nich zakończyły się wyrokami zasądzającym na rzecz konsumentów zwrotu żądanych przez nich kwot obejmujących cenę obuwia, jak również kosztów poniesionych przez konsumentów związanych z wydaniem opinii rzeczoznawczej czy też kosztów korespondencji, w 2 sprawach trwają postępowania sądowe, a w sprawie dotyczącej reklamacji okapu kuchennego zakupionego na odległość, który okazał się zupełnie inny niż przy zamówieniu(uszkodzony)- rzecznik sporządził konsumentowi pozew, jednakże o wyniku sprawy rzecznik nie został przez konsumenta poinformowany.

Dodać należy, że Rzecznik indywidualnie, dogłębnie i wnikliwie analizuje każdą zgłaszaną sprawę i podejmuje bardzo rozważne działania. Z uwagi na koszty, czasochłonność spraw sądowych, ryzyko narażenia powiatu na koszty, w przypadku niekorzystnych rozstrzygnięć, Rzecznik stara się uzyskać pozytywny rezultat dla konsumenta poprzez mediacje i interwencje u przedsiębiorców. Realizuje to poprzez wystąpienia pisemne,

rozmowy telefoniczne, a także osobisty kontakt z przedsiębiorcą, a czasami wystarczyły tylko sporządzone przez Rzecznika konsumentom pisma. Każdorazowo, w przypadku braku możliwości polubownego 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 sądowej. Rzecznik oferował wówczas pomoc w napisaniu pozwu, wyjaśniał obowiązujące przepisy, procedury, udzielał informacji o kosztach sądowych. Także w trakcie postępowania sądowego Rzecznik doradzał zainteresowanym w kwestiach związanych z tokiem sprawy. Na życzenie konsumenta przygotowywał także odpowiednie pisma procesowe, jeżeli było to uzasadnione przez okoliczności postępowania sądowego.

Znacząca część tego rodzaju wniosków była załatwiana pozytywnie. W tym miejscu należy podnieść, że stopniowy wzrost zainteresowania konsumentów rozstrzygnięciem sporu przez sąd jest spowodowany pozytywnymi efektami uzyskiwanymi przez klientów Rzecznika w latach ubiegłych - większość spraw skierowanych do sądu powszechnego kończy się wyrokami korzystnymi dla konsumentów.

Należy podkreślić, że ochrona interesów konsumentów nie może być tożsama z obroną każdego stanowiska konsumenta czego część konsumentów nie rozumie. Pogląd Rzecznika powinien być bowiem obiektywny i zgodny z obowiązującymi przepisami prawa. Rzecznik nie powinien wytaczać powództwa ani włączać się w sprawę gdy jego zdaniem konsument ewidentnie nie ma racji. Wobec czego Rzecznik stara się przedstawić konsumentowi argumenty prawne uzasadniające, że konsument w tym przypadku nie ma racji, a kierowanie sprawy na drogę sądową jest nieuzasadnione i spowoduje dodatkowe koszty.

Szczegółową charakterystykę przygotowanych przez Rzecznika pozwów i innych dokumentów przedstawia Tabela nr 3.

6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym

Jednym z zadań samorządu terytorialnego w zakresie ochrony praw konsumentów jest prowadzenie edukacji konsumenckiej. Rzecznik udzielając konsumentom różnego rodzaju pomocy prawnej, podejmował tego typu działania poprzez uświadamianie przysługującym im praw, wskazując na konkretne przepisy, mające zastosowanie w danej sprawie.

W 2013 roku Rzecznik został zaproszony przez I LO w Giżycku do uczestnictwa w „Debacie o kłamstwie”, która odbyła się 28 lutego 2013r. z udziałem dr teologii moralnej i etyki ks. Stanisława Józwiaka, Marii Popieluch - dyrektora Centrum Opieki Paliatywnej w Giżycku. Ponadto Rzecznik wraz z Urzędem Komunikacji Elektronicznej zorganizował w dniu 16.04.2013r. spotkanie edukacyjne skierowane do osób 50+ w ramach programu „Ufaj, ale sprawdzaj”, które odbyło się w auli I LO w Giżycku.

Rzecznik zorganizował również w dniu 15.03.2013r. II Powiatowy Konkurs Wiedzy Konsumenckiej skierowany do uczniów szkół ponadgimnazjalnych Powiatu Giżyckiego. Patronat honorowy nad konkursem objęli

Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Małgorzata Krasnodębska – Tomkiel oraz Starosta Giżycki - Mirosław Dariusz Drzażdżewski.

Do Konkursu zgłosiło się 23 uczniów, reprezentujących 5 szkół ponadgimnazjalnych, tj. Zespół Szkół Zawodowych, Zespół Szkół Kształtowania Środowiska i Agrobiznesu, I Liceum Ogólnokształcące, II Liceum Ogólnokształcące i Zespół Szkół Elektronicznych i Informatycznych. W wyniku przeprowadzonego postępowania konkursowego laureatami Konkursu Wiedzy Konsumentckiej w Powiecie Giżyckim zostali:

I miejsce – Patryk Wasiuk (I LO)

II miejsce - Magda Komosa (ZSKŚiA)

III miejsce – Natalia Łobodzińska (ZSKŚiA)

Wyżej wymienieni uczniowie otrzymali dyplomy oraz cenne nagrody rzeczowe. Nagrody dla laureatów, upominki dla pozostałych uczestników oraz poczęstunek ufundował Starosta Giżycki oraz Prezes UOKiK. Istotnym jest, że uczniowie szkół chętnie poszerzają swoją wiedzę dot. prawa konsumentckiego w zakresie objętym wymaganiami konkursowym. Ze swej strony Rzecznik służył pomocą uczestnikom konkursu, udostępniając im materiały szkoleniowe, a także organizując spotkania, w trakcie których uczniowie mogli skonsultować się w budzących wątpliwości kwestiach prawnych.

Podobnie jak w latach poprzednich działania edukacyjne były kierowane głównie do młodzieży szkół ponadgimnazjalnych, a ich formą jest współpraca z nauczycielami prowadzącymi przedmioty z zakresu przedsiębiorczości za pośrednictwem, których Rzecznik był zapraszany na prelekcje, na których przekazywał młodzieży materiały informacyjne o tematyce konsumentckiej oraz zapoznawał młodzież z podstawowymi prawami konsumentów oraz przybliżał uczniom instytucję Rzecznika i wskazywał urzędy, organizacje i inspekcje działające na rzecz konsumentów. W ramach tej sfery działalności Rzecznik w roku 2013 przeprowadził 15 godzin zajęć z uczniami: Zespołu Szkół Kształtowania Środowiska i Agrobiznesu – 2 godziny, I Liceum Ogólnokształcącego – 1 godzina, II Liceum Ogólnokształcącego - 4 godziny, Zespołu Szkół Zawodowych - 4 godziny, Zespołu Szkół Elektronicznych i Informatycznych -1 godzina oraz Specjalnego Ośrodka Szkolno-Wychowawczego w Giżycku - 1 godzina.

W dniu 19.11.2013r. Rzecznik uczestniczył również w Światowym Tygodniu Przedsiębiorczości w ramach projektu „Otwarta firma” w ZSKŚiA (2 godziny) przedstawiając młodzieży zagadnienia związane z ochroną praw konsumenta. Ponadto Rzecznik został zaproszony na spotkanie w dniu 29.05.2013r. do przedszkola „Bajka” w Giżycku do grupy dzieci 6-letnich, gdzie omawiał zagadnienia dotyczące bezpiecznego i odpowiedzialnego korzystania z nowoczesnych technologii na przykładzie filmów edukacyjnych „Owieczki w sieci” (1 godzina).

Podobnie jak w latach ubiegłych tematyka konsumentcka była poruszana w lokalnych mediach. Jedną z form edukacji konsumentckiej jest propagowanie tej tematyki również za pośrednictwem lokalnej prasy, czy radia.

W okresie sprawozdawczym ukazały się następujące informacje i porady Rzecznika:

1. Informacja nt. zaproszenia na II Powiatowy Konkurs Wiedzy Konsumentckiej oraz na spotkanie edukacyjne „Ufaj, ale sprawdzaj”.- Radio Planeta FM Giżycko - 27.02.2013r.

2. Informacja o wynikach II Powiatowego Konkursu Wiedzy Konsumenckiej - Radio Planeta FM Giżycko- 15.03.2013r.
3. „Jak uchronić się przed skimmingiem?”- informacja z dn.18.07.2013r. - Radio 5 Elk
4. Wywiad nt. zawierania umów przez konsumentów poza lokalem przedsiębiorstwa na tzw. pokazach- Radio Zet Gold – 11.10.2013r.
5. „UKE ostrzega - jak rozpoznać kosztownego SMS-a”- informacja w Gazecie Giżyckiej z dn. 31.10- 6.11.2013r.
6. „Darmowe majtki to pułapka”- stanowisko Rzecznika w Gazecie Giżyckiej z dn. 21-27.11.2013r.

Inną formą edukacji konsumenckiej jest ekspozycja dostępnych materiałów informacyjnych dotyczących ochrony konsumentów, które znajdują się w holu Starostwa. Broszury i materiały edukacyjne przesyłane przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie oraz Europejskie Centrum Konsumenckie były wykładane i uzupełniane w celu ciągłej dostępności do informacji, a każdy z konsumentów zgłaszających się do Rzecznika mógł otrzymać broszury i materiały o tematyce konsumenckiej. Również przed wejściem do pokoju Rzecznika na tablicy informacyjnej oraz na stronie internetowej Powiatu pod adresem: www.powiatgizycki.pl w zakładce „Powiatowy Rzecznik Konsumentów” zamieszczone są podstawowe informacje związane z tematyką konsumencką np. przepisy prawne, porady konsumenckie oraz wzory pism (wzór zgłoszenia reklamacyjnego z tytułu niezgodności towaru z umową, oświadczenie o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem i na odległość czy też wzór wniosku o udzielenie pomocy konsumentowi przez Rzecznika).

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 Rzecznik organizuje mini-szkolenie/warsztaty dotyczące wykładni przepisów prawa, w szczególności ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Każdy przeszkolony sprzedawca podpisuje oświadczenie, że odbył szkolenie, poza tym otrzymuje ustawę konsumencką, wzór zgłoszenia reklamacyjnego, poradniki i broszury.

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 dwóch sprzedawców w zakresie obowiązujących regulacji prawnych dotyczących ochrony praw konsumentów.

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. Brak należytej wiedzy i świadomości prawnej jest jednym z największych zagrożeń dla każdego konsumenta i świadczy o jego nieprzystosowaniu do gospodarki rynkowej, który będąc uczestnikiem rynku często nie rozumie

reguł, które nim żądzą, nie potrafi dostrzec zagrożeń i jest nieporadny w kształtowaniu swojej pozycji w relacjach z przedsiębiorcami.

8. Podejmowanie działań wynikających z:

- art. 479³⁸ 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).

W okresie sprawozdawczym nie wystąpiły sprawy i nie zaistniały okoliczności wymagające podjęcia przez Rzecznika działań wynikających z ww. przepisów prawa. Interwencje Rzecznika miały przede wszystkim charakter wystąpień do przedsiębiorców w postaci wezwań do dobrowolnego zaniechania stosowania niedozwolonych postanowień umownych wzorców umów (zmiany treści wzorców umów), udzielania porad oraz mediacji z przedsiębiorcami w sprawie zmiany treści postanowienia wzorca umownego. Rzecznik dokonywał również ocen przedstawianych przez konsumentów umów dotyczących np. usług bankowych, deweloperskich, telekomunikacyjnych, czy dotyczących sprzedaży energii elektrycznej i usług związanych z zakupami poza lokalem przedsiębiorstwa pod kątem występowania ewentualnych klauzul abuzywnych.

W przypadku gdy umowa zawierała niedozwolone postanowienia wpisane do Rejestru niedozwolonych postanowień umownych, Rzecznik informował konsumentów, że takie postanowienia nie wiążą konsumenta z mocy samego prawa. Najczęściej były to nieuczciwe praktyki przedstawicieli handlowych, którzy kontaktowali się z osobami posiadającymi telefon stacjonarny nakłaniając konsumentów do zmiany planów taryfowych, celem obniżenia kosztów połączeń. Konsumenty podpisując umowę nie byli świadomi, iż podpisali umowę z innym podmiotem niż ten, z którym dotychczas byli związani. Rzecznik w takich przypadkach na wniosek konsumentów występował do operatorów o odstąpienie od dochodzenia opłaty wyrównawczej, związanej z rezygnacją z umowy, przed okresem jej obowiązywania.

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

1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów

Sprostanie wszystkim ustawowym obowiązkom oraz zapewnienie sprawnego i skutecznego udzielania pomocy konsumentom nie jest łatwe. Ilość skarg konsumenckich wpływających do rzecznika stale wzrasta, zmienia się specyfika skarg oraz ich złożoność. Jednak z perspektywy czasu należy stwierdzić, że konsumenci posiadają coraz większą wiedzę na temat przysługujących im praw. Świadczy to o coraz powszechniejszej wśród mieszkańców powiatu świadomości swoich praw, a także znajomości działania samorządu w zakresie ochrony praw konsumenta.

Niepokój budzi jednak niski poziom wiedzy przedsiębiorców działających na rynku. Dotyczy to zwłaszcza lokalnych sprzedawców. W tym przypadku najlepszym rozwiązaniem byłoby przeprowadzenie szkoleń dla przedsiębiorców.

2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników

Wnioski płynące z codziennej praktyki konsumenckiej wskazują na potrzebę dalszej edukacji konsumenckiej, natomiast organizacjom konsumenckim oraz jednostkom samorządu terytorialnego przedstawiają obraz ogromu zadań niezbędnych do faktycznego wzmocnienia pozycji konsumenta będącego słabszą stroną rynku. Z uwagi na mnogość przepisów i często ich skomplikowaną materię, dochodzenie roszczeń konsumenckich w wielu przypadkach nie może już odbywać się bez udziału fachowej pomocy prawnej.

Z analizy sprawozdania jednoznacznie wynika, że ilość osób zgłaszających się po poradę do Rzecznika stale wzrasta. Wskazuje to jednoznacznie, że działania samorządu powiatowego w tym zakresie są potrzebne. Działania Powiatowego Rzecznika Konsumentów są dobrze oceniane przez konsumentów, natomiast spora skuteczność w dochodzeniu roszczeń przyczynia się do tworzenia dobrego wizerunku urzędu. Konsumenci wyrażają swoje zadowolenie poprzez telefoniczne lub osobiste podziękowanie za pomoc w załatwieniu problemu. Zadowolenie i uśmiech na twarzy konsumentów jest najlepszym dowodem na to, że taka instytucja jest niezwykle potrzebna i w sposób należyty spełnia swoje zadania.

Istotnym problemem w pracy Rzecznika, przy ciągle zmieniających się przepisach prawa oraz różnorodności i stopniu skomplikowania spraw zgłaszanych przez konsumentów, jest niewielka liczba bezpłatnych szkoleń.

W celu podniesienia umiejętności i poziomu merytorycznego oraz zwiększenia jakości świadczonych usług przez rzeczników zasadne byłoby stworzenie przez UOKiK za pośrednictwem swoich delegatur możliwości odbycia co najmniej raz na kwartał szkoleń z zakresu realizowanych przez rzeczników zadań na szczeblu województw, nie zaś w odległych miejscowościach. Pozwoliłoby to na stałe i systematyczne podnoszenie wiedzy i jakości pracy Rzeczników, wymianę doświadczeń i integrację środowiska. Bardzo pomocna w pracy Rzecznika jest również

możliwość uczestnictwa w konferencjach, debatach za pośrednictwem przekazu video dostępnego w Internecie, z której to możliwości Rzecznik kilkakrotnie korzystał.

Stały wzrost ilości spraw na przestrzeni lat, które wpływają do Rzecznika, świadczy z jednej strony o wzroście świadomości konsumentów w dochodzeniu swoich praw, a z drugiej strony o społecznej potrzebie istnienia takiej funkcji jak Rzecznik Praw Konsumentów i bezradności konsumentów w sporach z przedsiębiorcami i sprzedawcami.

Z uwagi na fakt zwiększającego się z roku na rok zapotrzebowania społecznego na pomoc realizowaną w ramach ustawowych zadań Rzecznika oraz różnorodność zgłaszanych przez konsumentów problemów, zapewnienie sprawnego i skutecznego udzielania pomocy konsumentom nie jest łatwe, a sprostanie wszystkim ustawowym obowiązkom wymaga dużego zaangażowania i ciągłego usprawniania pracy na tym stanowisku.

IV. TABELE

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

	Ogółem
I. Usługi, w tym:	267
ubezpieczeniowa	15
finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)	35
remontowo-budowlana	3
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	31
telekomunikacja (telefony, TV)	78
turystyczno-hotelarska	4
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	8
motoryzacja	13
pralnicza	4
timeshare	-
pocztowa	11
gastronomiczna	1
przewozowa	5
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	-
medyczna	4
wyposażenie wnętrz	5
pogrzebowa	-
windykacyjne	23
inne	27
II. Umowy sprzedaży, w tym:	488
obuwie i odzież	269
wyposażenie mieszkania	34
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	85
komputer i akcesoria komputerowe	22
motoryzacja	25
artykuły spożywcze	1
artykuły chemiczne i kosmetyki	1
zabawki	-
inne	51
III. Umowy poza lokalem i na odległość	127
IV. Inne	33
Razem	915

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

Przedmiot sprawy	Ilość wystąpień ogółem	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
I. Usługi, w tym:	10	7	-	3
ubezpieczeniowa	-	-	-	-
finansowa (inna niż ubezpieczeniowa)	-	-	-	-
remontowo-budowlana	-	-	-	-
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	3	2	-	1
telekomunikacja (telefon, TV)	4	3	-	1
turystyczno-hotelarska	-	-	-	-
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	-	-	-	-
motoryzacja	-	-	-	-
pralnicza	1	1	-	-
timeshare	-	-	-	-
pocztowa	-	-	-	-
gastronomiczna	-	-	-	-
przewozowa	-	-	-	-
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	-	-	-	-
medyczna	-	-	-	-
wyposażenie wnętrz	1	1	-	-
pogrzebowa	-	-	-	-
windykacyjne	1	-	-	1
inne	-	-	-	-
II. Umowy sprzedaży, w tym:	25	11	12	2
obuwie i odzież	20	9	10	1
wyposażenie mieszkania i gospodarstwa domowego	-	-	-	-
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	3	-	2	1
komputer i akcesoria komputerowe	1	1	-	-
motoryzacja	-	-	-	-
artykuły spożywcze	-	-	-	-
artykuły chemiczne i kosmetyki	-	-	-	-
zabawki	-	-	-	-
inne	1	1	-	-
III. Umowy poza lokalem i na odległość	4	2	1	1
Razem	39	20	13	6

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

Ip	Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		Sprawy w toku	Ilość 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 *	-	-	-	6
5.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług **	-	-	-	-
6.	Inne	-	-	-	9
	RAZEM	-	-	-	15
1.	Sprawy kierowane do rozpatrzenia przez sąd polubowny	-	-	-	-
2.	Wstępowanie rzecznika konsumentów do postępowań	-	-	-	-

*Należy wypełnić wyłącznie ostatnią kolumnę (ilość ogółem)

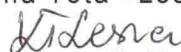
** Należy wypełnić wyłącznie ostatnią kolumnę (ilość ogółem)

Tabela nr 4: Inne zadania:

L.p.	Realizacja zadań wynikających z:	Ilość
1.	Art. 479 ³⁸ Kpc - niedozwolone postanowienia umowne	-
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	-

Sporządziła:

Katarzyna Tota –Leszczyńska



Powiatowy Rzecznik Konsumentów