



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



ZATWIERDZAM:

STAROSTA GIŻYCKI
WACŁAW STRAŻEWICZ

STAROSTA
Wacław Strażewicz

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU ZA 2014 ROK

Sprawozdanie stanowi wykonanie art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (j.t. Dz. U. z 2015 r., poz. 184.), na podstawie którego Rzecznik przedkłada w terminie do 31 marca Staroście Powiatu Giżyckiego do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim.

Giżycko, 30.03.2015r.

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 (38) 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. TABELA

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

Zgodnie z art. 4 ust. 1 pkt. 18 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 2013 r., poz. 595 ze zm.) do zadań własnych powiatu należy ochrona praw konsumenta. Zadania te wykonuje powiatowy/miejski rzecznik konsumentów. Umocowanie prawne i zakres obowiązków rzecznika regulują przepisy ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (j.t. Dz. U. z 2015 r., poz. 184), które m.in. określają rolę samorządu terytorialnego w zakresie ochrony konsumentów, funkcje i zadania powiatowego rzecznika konsumentów.

W Starostwie Powiatowym w Giżycku funkcję Powiatowego Rzecznika Konsumentów pełni Katarzyna Tota - Leszczyńska. W strukturze organizacyjnej Starostwa Powiatowy Rzecznik Konsumentów jest bezpośrednio podporządkowany Staroście Powiatu, co jest zgodne z wymogiem art. 40 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Od 1 maja 2014r. Rzecznik zatrudniony jest na pełnym etacie (poprzednio 4/5 etatu), a interesanci przyjmowani są we wtorki, środy, czwartki i piątki w pok. 222 w budynku Starostwa Powiatowego w Giżycku w godzinach pracy urzędu (od godz. 7.30 do 15.30.). Poniedziałek natomiast jest z założenia dniem wewnętrznym, przeznaczonym na przygotowanie pism do przedsiębiorców, pism procesowych oraz innych dokumentów związanych z wniesionymi sprawami, jak również udzielaniem porad telefonicznych.

Rzecznik Konsumentów w Giżycku wykonuje zadania jednoosobowo, bez wsparcia kadrowego, jak również nie dysponuje wyodrębnionym budżetem.

Zadania i uprawnienie Rzecznika Konsumenta zostały określone przede wszystkim w przepisach art.37- 43 powołanej ustawy. Należą do nich:

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów;
- składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów;
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów;
- współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi;
- wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych.

Uprawnienia Rzecznika pozwalają również na:

- wytaczanie powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów,
- występowanie jako oskarżyciel publiczny w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów w rozumieniu przepisów Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia;
- występowania do Prezesa UOKiK z zawiadomieniem o praktykach naruszających zbiorowe interesy konsumentów;
- występowania do Prezesa UOKiK z zawiadomieniem dotyczącym podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów;
- wytaczania powództwa w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone;
- występowanie do sądu z wnioskiem o nałożenie kary grzywny na podmiot naruszający obowiązek udzielenia rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia rzecznika lub ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika;
- możliwość reprezentowania grupy konsumentów w dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym.

Rzecznik Konsumentów jest instytucją o kompetencjach doradczych i procesowych, nie posiada natomiast uprawnień kontrolnych ani władczych.

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.	Tak (od 1.05.2014r.)
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
DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI NA PYT. 7	
8. Liczba dni/godzin w tygodniu, w których wykonywane są zadania Rzecznika Konsumentów (np. 5 razy w tygodniu po 3 godziny).	
9. Rzecznik działa w ramach wyodrębnionego biura (art. 40 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów(j.t. Dz. U. z 2015 r., poz. 184). 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 wykonuje obowiązki samodzielnie

II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

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

Z uwagi na pełnienie funkcji jednoosobowo i bardzo duży wzrost spraw, Rzecznik wykonuje przede wszystkim zadania w zakresie bezpłatnych porad prawnych z zakresu prawa konsumenckiego i prowadzenia mediacji z przedsiębiorcami. Ta forma pomocy odbywa się pisemnie, telefonicznie, pocztą elektroniczną lub bezpośrednio podczas osobistej wizyty w urzędzie. Rzecznik Konsumentów informuje o obowiązujących regulacjach prawnych i możliwościach ich wykorzystania przez zainteresowanych lub udziela porady odnośnie sposobu postępowania w danej sprawie.

Zakres zadań Rzecznika jest niezwykle szeroki - polski system prawa przyjmuje obszerny zakres ochrony konsumentów, od kwestii reklamacji, przez zawieranie umów w Internecie, na pokazach, obejmuje też usługi turystyczne, usługi finansowe, telekomunikacyjne, ubezpieczeniowe, bankowe, windykacyjne, edukacyjne, elektroniczne, itp.

Sprawy przedstawiane przez interesantów dotyczyły bardzo rozległej i złożonej problematyki. Różnorodne były także formy udzielania pomocy. Wpływające sprawy są coraz bardziej skomplikowane i czasochłonne. Popularyzacja prawa konsumenckiego w mediach i wzajemne uświadamianie się wpływa pozytywnie na wiedzę konsumentów. Duża ilość osób korzystających z porad Rzecznika Konsumentów wskazuje z jednej strony na występowanie na rynku szeregu negatywnych zjawisk, z drugiej natomiast na rosnącą świadomość możliwości dochodzenia roszczeń.

Jak wynika z niniejszego sprawozdania nadal w wielu życiowych sytuacjach konsumenci nie potrafią poradzić sobie z zaistniałym problemem przez brak znajomości własnych praw (dotyczy to szczególnie osób starszych). Niejednokrotnie oprócz udzielenia porady prawnej osoba starsza oczekuje wysłuchania, pocieszenia oraz zrozumienia, gdyż sytuacja z jaką się zmagają bardzo ją stresuje i zakłóca spokój oraz równowagę psychiczną.

Niestety ciągle zbyt wielu konsumentów nie dba należycie o swoje sprawy poprzez np. nieczytanie treści zawieranych umów lub dokonywanie pochopnie zakupów. Dotyczy to umów różnego rodzaju, w szczególności umów poza lokalem przedsiębiorstwa, o kredyt, umów zlecających wykonanie określonej usługi itp. Zdarza się więc, że po przeanalizowaniu zawartej umowy okazuje się, że zastrzeżenia konsumenta są nieuzasadnione, gdyż umowa wyraźnie precyzuje obowiązki i uprawnienia stron. Nadal jest także sporo sytuacji, w których konsumenci stykają się z nieuczciwym dostawcą towaru lub usługi. Zdecydowana większość nie wie, jak postępować w takiej sytuacji.

Wiele umów zawiera również niedozwolone, niekorzystne dla konsumentów klauzule, a konsumenci nie znają swoich praw i nie wiedzą, jakie podjąć kroki w takim przypadku. Przedsiębiorcy zawierający umowy z konsumentami przeważnie narzucają pewne rozwiązania, stosując ustalone wzory umów oraz wszelkiego rodzaju regulaminy. Warto wiedzieć, że nie każdy zapis w takiej umowie jest wiążący dla klienta. Jeżeli jest on niedozwolony przez polskie prawo, konsument może potraktować go jakby w ogóle nie istniał, a sprzedawcy lub usługodawcy grozi kara finansowa za stosowanie niedozwolonych postanowień.

Pojawiają się także przypadki stosowania przez przedsiębiorców niedozwolonych praktyk rynkowych. W tym przypadku konsumenci w ogóle nie wiedzą, jak się poruszać w regulacjach prawnych określających co jest niedozwoloną praktyką.

Jednakże przypadkami najtrudniejszymi do przejścia przez konsumentów są sprawy związane z wydawaniem nakazów zapłaty przez e-sądy. Gorzej, gdy okazuje się, że nakaz zapłaty jest prawomocny, wydano klauzulę wykonalności nakazu i komornik wszczął egzekucję. Najczęściej „dłużnik” dowiaduje się o sprawie w momencie, gdy komornik dokonuje zajęcia wynagrodzenia lub emerytury. Okazuje się, że niektórzy wierzyciele w sposób świadomy wykorzystują nieaktualne adresy dłużników licząc na to, że nie dowiedzą się o sprawie sądowej lub dowiedzą się, gdy będzie za późno na złożenie sprzeciwu od nakazu zapłaty. Wyroki wydawane w e-sądzie dotyczą w większości spraw przedawnionych – sąd nie bada tej kwestii z urzędu. Wniesienie sprzeciwu w terminie spowoduje, że wydany nakaz zapłaty traci moc. Wierzyciel może jednak dochodzić roszczeń na drodze postępowania w sądzie właściwym ze względu na miejsce pobytu dłużnika.

Z uwagi na fakt, iż niejednokrotnie wartość przedmiotu sporu jest wysoka, Rzecznik Konsumentów prowadząc poradnictwo konsumenckie musi dokonać bardzo szczegółowej analizy zasadności skargi lub problemu

przedstawionego przez konsumenta. Oczywistym jest, że wymaga to czasu i skupienia, tym bardziej gdy sprawa jest bardzo złożona. Dopiero wówczas przedstawia się konsumentowi możliwości prawne rozwiązania zgłoszonego problemu. Ponadto trzeba także analizować zapisy umów, kart gwarancyjnych, interpretować przepisy. W ostateczności podejmowane są bezpośrednie interwencje u przedsiębiorców, przeprowadzane są mediacje.

W okresie sprawozdawczym Rzecznik realizował zadanie bezpłatnego poradnictwa i informacji prawnej poprzez m.in.

- udzielanie bezpośrednich porad w biurze Rzecznika;
- sporządzanie pism, wezwań, reklamacji, rezygnacji z umowy, wniosków, oświadczeń;
- sporządzanie pism procesowych (sprzeciw od nakazu zapłaty, wniosek o przywrócenie terminu, wniosek o uchylenie klauzuli wykonalności);
- odpowiedzi na zapytania konsumentów;
- wyjaśnianie i interpretacje przepisów prawa;
- podejmowanie mediacji w celu polubownego załatwienia spraw;
- udzielanie pouczeń przedsiębiorcom;
- występowanie w imieniu konsumentów do przedsiębiorców z wnioskami o dobrowolne i ugodowe załatwienie spraw;
- zapewnienie konsumentom pomocy prawnej w trakcie toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów;
- zapewnienie konsumentom pomocy prawnej w każdym stadium postępowania przed sądami powszechnymi;
- przekazywanie konsumentom materiałów edukacyjnych.

W roku sprawozdawczym Rzecznik udzielił konsumentom ogółem 1028 porad konsumenckich i informacji prawnych. W porównaniu do lat ubiegłych liczba porad udzielanych konsumentom przez Rzecznika przedstawiała się następująco:

Liczba porad udzielonych przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Giżycku w latach 2008-2014

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Liczba udzielonych porad i informacji	797	683	749	679	847	915	1028

Głównym celem działalności Rzecznika Konsumentów jest wzmocnienie słabszej strony - konsumenta w stosunkach z przedsiębiorcą - profesjonalistą oraz zapewnienie pomocy konsumentom w dochodzeniu przez nich roszczeń wobec przedsiębiorców. Celowi temu służy realizacja podstawowego zadania, jakim jest bezpłatne poradnictwo konsumenckie. Spośród 1028 spraw konsumenckich prowadzonych w 2014r., Rzecznik udzielił w zakresie umów sprzedaży 593 porad, 252 w zakresie usług, 146 w zakresie umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość oraz 37 porad zakwalifikowanych jako inne, czyli nie związane z zagadnieniami konsumenckimi. Porady udzielane były osobiście, pisemnie, telefonicznie i e-mailowo.

Podobnie jak w latach ubiegłych, najliczniejszą grupę porad stanowiły porady w zakresie **umów sprzedaży obuwia i odzieży**. W roku sprawozdawczym udzielono ich 260. Przyczynami reklamacji obuwia było jego rozklejanie się, pęknięcie cholewek, wadliwe działanie zamków i odrywanie się ozdób. Odzież konsumenci reklamowali z uwagi na przecieranie się tkanin, prucie na szwach, supelkowanie (pilingowanie) materiału, wychodzenie ociepliny lub jej przemieszczanie się i nierówne rozkładanie, a także rozciąganie lub kurczenie się materiału po praniu lub czyszczeniu. Powodem sporów z przedsiębiorcami była odmowa uznania reklamacji przez sprzedawcę, załatwianie reklamacji niezgodnie ze zgłoszonym żądaniem oraz długie terminy załatwiania reklamacji. Drugą pozycję, pod względem ilości porad (146), zajmują porady w zakresie **umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość**. Do zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa najczęściej

dochodzi na różnego rodzaju pokazach, prezentacjach organizowanych w restauracjach, podczas wycieczek czy pobytu w sanatoriach. Przedsiębiorcy prowadzący w ten sposób działalność zachęcają konsumentów do udziału w pokazach stosując różnego rodzaju sztuczki socjotechniczne. Podczas takich spotkań prezentowane są towary mające rzekomo właściwości lecznicze, skuteczne na wiele chorób. W tej formie masowo są sprzedawane pościele wełniane, materace rozgrzewające, fotele masujące, urządzenia elektroniczne (bioharmonizery fotonowe), garnki, sprzęt AGD, różnego rodzaju lampy itp. Uczestnikami tego rodzaju pokazów są przeważnie osoby w podeszłym wieku, często cierpiące na wiele schorzeń, na które działa hasło „kompleksowego badania stanu zdrowia”. Niestety osoby te przekonane przez „sprzedawców” o niezwykłych właściwościach oferowanych produktów podpisują podsunięte im dokumenty, nie czytając ich i nie zwracając uwagi czy otrzymują kopie podpisanych dokumentów. Oprócz umowy sprzedaży jest także umowa z bankiem o kredyt konsumencki o wartości kilku tysięcy złotych. Do Rzecznika zwracają się o pomoc osoby, dla których spłata kredytu w takiej wysokości jest niemożliwa z uwagi na niskie dochody (na tym etapie nikt nie weryfikuje zdolności kredytowej konsumenta).

Przedsiębiorcy oferujący konsumentom zakup poza lokalem przedsiębiorstwa nadal nie przestrzegają prawa obowiązującego przy tego rodzaju sprzedaży. Nie pouczają konsumentów o prawie do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem. Najtrudniejsze są przypadki, gdy konsument nie otrzymuje kopii umowy sprzedaży poza lokalem. Wówczas nie wiadomo do kogo wysłać oświadczenie o odstąpieniu od umowy. Gdy konsument otrzyma dokumenty z banku, najczęściej jest za późno, aby odstąpić od umowy sprzedaży. W przypadku prowadzenia negocjacji z przedsiębiorcą ten niezmiennie twierdzi, że konsument został pouczony o prawie odstąpienia od umowy, co potwierdza złożony przez niego podpis na umowie.

Coraz bardziej powszechną formą nabywania towarów stają się zakupy w sklepach internetowych. Niestety na tym tle również powstaje wiele sporów, przede wszystkim dotyczących niedostarczenia zakupionego towaru, trudności z odzyskaniem gotówki w przypadku niedostarczenia towaru lub skorzystania przez konsumenta z ustawowego prawa do odstąpienia od umowy.

Umowy o świadczenie tego rodzaju usług zawierane przez konsumentów są skomplikowane i wymagają dużej aktywności konsumentów oraz uwagi z ich strony. Wyjaśnianie więc znaczenia warunków zawartych umów, interpretacja postanowień tych umów i ich praktycznego działania stanowiło często istotną część pracy Rzecznika.

Niestety sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość wielokrotnie łączy się z ryzykiem i bardzo łatwo można zostać oszukanym przez przedsiębiorcę. Konsumenty powinni więc sprawdzać przedsiębiorcę, szukać o nim wszelkich informacji, które być może uchronią przed utratą czasem sporej gotówki.

W badanym okresie Rzecznik również kilkakrotnie 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 maszynki 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.

W następnej kolejności liczną grupę porad stanowią porady w zakresie umów sprzedaży **sprzętu RTV i AGD, w tym sprzętu telekomunikacyjnego**. Udzielono ich 118. Urządzenia zakupione przez konsumentów działały wadliwie lub w ogóle nie działały. Zdarzały się sytuacje, że sprzęt okazywał się niesprawny zaraz po zakupie, po przywiezieniu go do domu. Konsumenty skarżyli się na wielokrotne, bezskuteczne, a także długotrwałe naprawy oraz odrzucanie reklamacji przez przedsiębiorcę.

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 nieznaności 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. Konsumenty 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 sytuacji wielokrotnych, czy przedłużających się napraw z tytułu gwarancji, Rzecznik wskazywał konsumentom możliwość reklamowania urządzenia z tytułu niezgodności towaru z umową do sprzedawcy.

Znaczna liczba porad, bo 104, udzielona została w zakresie umów o świadczenie **usług telekomunikacyjnych** (internetowych, telefonii stacjonarnej i komórkowej, telewizji cyfrowej). Problemem były najczęściej zawyżone rachunki, a także długotrwałe przerwy w świadczeniu usług przy zmianie warunków umowy lub zmianie operatora. Konsumentom nie podobały się też zmiany cen wprowadzane przez jednego z operatorów telekomunikacyjnych. Nie satysfakcjonowała ich możliwość nieprzyjęcia zmiany i rezygnacja z usług operatora bez ponoszenia ujemnych konsekwencji finansowych, tj. zwrotu ulgi udzielonej przez operatora przy zawarciu umowy. Konsumentom chcieli nadal korzystać z usług na dotychczasowych zasadach. Problemy pojawiały się także na tle rezygnacji z umowy po okresie jej obowiązywania. Umowy terminowe najczęściej przedłużają się na czas nieokreślony, o ile konsument nie wypowiedzie takiej umowy z odpowiednim wyprzedzeniem. Konsumentom wypowiadali umowy zbyt późno, albo w ogóle ich nie wypowiadali sądząc, że umowa wygasa. Niektórzy przedsiębiorcy przewidywali, że umowa zawarta na czas określony ulega przedłużeniu na kolejny taki sam czas lub na inny, np. 6, 12 miesięcy. Konsument, który nie wypowiedział umowy przed jej upływem, musiał nadal wbrew swojej woli korzystać z usług.

Największym problemem jest również zawieranie umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość - drogą telefoniczną. Najczęściej skarżą się osoby starsze, które uważają, iż zostały wprowadzone przez konsultantów w błąd. Podawanie przez sprzedawców informacji wprowadzających w błąd w zakresie oferty czy promocji jest dosyć poważnym problemem. Okazuje się, że inne informacje konsumentom otrzymują w ofercie składanej telefonicznie, a inne zawiera przysłana konsumentowi umowa. Poza tym konsumentom nadal nie są rzetelnie informowani przez konsultantów o prawie odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni. W związku z tym, niejednokrotnie przez tę niewiedzę muszą kontynuować współpracę z Operatorem najczęściej na niekorzystnych warunkach z uwagi na uniknięcie kary umownej za wcześniejsze zerwanie umowy.

Mimo, iż Telekomunikacja Polska S.A. już nie funkcjonuje pod tą nazwą, nadal zdarzają się przypadki, że przedstawiciele handlowi podszywają się pod tego Operatora oferując konsumentom zmianę umowy na rzekomo korzystniejszych zasadach. Dopiero później konsumentom orientują się, że zawarli umowę z innym podmiotem i na innych warunkach. Podobne sytuacje zdarzały się również w przypadku zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa na dostarczanie energii elektrycznej.

W 2014r. Rzecznik udzielił 51 porad w sprawach dotyczących reklamacji artykułów **wyposażenia mieszkania** (meble, dywany, panele, firany, rolety, glazura, terakota itp.). Tu również konsumentom skarżyli się, że przywiezione ze sklepu lub fabryki towary od razu były wadliwe. Problemem była też długotrwałość napraw. Zdarzało się, że konsumentom na załatwienie reklamacji musieli czekać kilka miesięcy.

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., Novum S.A.), który oferował wraz z umową również pakiet ubezpieczeń zdrowotnych.

Porady z zakresu **usług finansowych** dotyczyły m.in. problemów ze spłatą rat kredytowych, czy też wprowadzania konsumentów w błąd w przypadku zawierania umów sprzedaży i kredytu (umowy poza lokalem przedsiębiorstwa) oraz dochodzenie roszczeń przedawnionych po upływie 5, a nawet 10 lat od momentu zawarcia umowy kredytu.

Niestety poziom znajomości praw i obowiązków konsumenckich na runku usług finansowych nadal kształtuje się na niskim poziomie. Konsumenty nie wiedzą, że mogą odstąpić od umowy kredytu bez konsekwencji finansowych. Nie wiedzą także, jak prawidłowo przeprowadzić tę czynność, aby była ona skuteczna. Bank natomiast ma przewagę nad konsumentem i jednostronnie kształtuje charakter współpracy, uwzględniając interes wyłącznie silniejszej strony umowy dopuszczając się nawet stosowania niedozwolonych zapisów umownych. Banki i instytucje parabankowe zwodzą konsumentów wieloma produktami, niejednokrotnie wprowadzając przyszłych klientów w błąd. Konsumenty muszą więc zachować szczególną ostrożność w relacjach z bankiem czy też z firmami parabankowymi, aby nie doprowadzić do zawarcia niekorzystnej dla siebie umowy kredytowej, umowy pożyczki lub skorzystania z innego produktu bankowego, który okaże się nie tak bardzo korzystny, jak wcześniej oferowano.

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.

Pewna część spraw, z którymi zwracali się interesanci nie miała charakteru konsumenckiego. Były to zgłoszenia członków spółdzielni mieszkaniowych, wspólnot mieszkaniowych, najemców mieszkań komunalnych lub spory między osobami fizycznymi w zakresie zawartej przez nich umowy (sprzedaż mieszkania, samochodu), sprawy karne. Do Rzecznika zgłaszali się także przedsiębiorcy. W wymienionych przypadkach Rzecznik nie podejmował interwencji, a jedynie udzielał podstawowej informacji w celu wskazania komórki, czy instytucji właściwej do rozwiązania zgłaszanego problemu.

Wśród wniosków o podjęcie interwencji pewien odsetek stanowią sprawy, w których zarzuty konsumentów wobec przedsiębiorców są nieuzasadnione i Rzecznik nie ma podstaw do podjęcia interwencji, bądź w wyniku jej podjęcia wyłania się inny stan faktyczny aniżeli wskazany przez konsumenta.

Każda zgłaszana do Rzecznika sprawa poddawana była wnikliwej analizie. Rzecznik udzielał konsumentom informacji o przepisach mających zastosowanie w ich indywidualnych sprawach oraz wskazywał konkretne działania, które mogą podjąć, aby wyegzekwować przysługujące im uprawnienia. Konsumenty konsultowali z Rzecznikiem treść pism kierowanych do przedsiębiorców. Ponadto Rzecznik pomagał konsumentom przygotowując im pisma reklamacyjne, odwołania od negatywnych decyzji reklamacyjnych, oświadczenia o odstąpieniu od umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, odstąpienia od prowadzonych czynności windykacyjnych mających na celu wyegzekwowanie przedawnionych wierzytelności, 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 oraz innych pism, które konsumenty kierowali do przedsiębiorców.

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.

Do Rzecznika zgłaszali się także sami przedsiębiorcy. Konsultowali oni konkretne sprawy konsumenckie oraz chcieli zapoznać się z obowiązującymi przepisami. Wielu przedsiębiorców zgłaszało się do Rzecznika zainteresowanych nowymi regulacjami wprowadzonymi ustawą z dnia 30 maja 2014r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014, poz. 827). Przepisy te mają zastosowanie do umów konsumenckich zawieranych od 25 grudnia 2014r. Przedsiębiorcy otrzymywali od Rzecznika broszurę opracowaną przez UOKiK pt. „Przepisy konsumenckie dla przedsiębiorców” poświęconą nowym regulacjom.

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. Rzecznik nie był zapraszany na obrady i nie uczestniczył w sesjach rad gmin i miast z terenu powiatu.

W omawianym okresie sprawozdawczym wobec braku sygnałów od konsumentów o potrzebie zmiany prawa miejscowego Rzecznik nie skorzystał z powyższego uprawnienia, jednakże na wniosek Wydziału Komunikacji giżyckiego Starostwa siedmiokrotnie opiniował zmiany w udzielanych zezwoleniach na przewozy regularne osób.

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

Zanim zostanie podjęta decyzja o interwencji do przedsiębiorcy, Rzecznik pomaga konsumentom redagować pisma, aby uczyć samodzielnego dochodzenia roszczeń w sporze z przedsiębiorcą. Przy okazji Rzecznik poucza konsumenta o przysługujących mu prawach i wskazuje linię obrony, przedstawia podstawę prawną i możliwości wyegzekwowania swoich praw. W zdecydowanej większości pisma przygotowane przez Rzecznika, które konsumenci wysyłają samodzielnie do przedsiębiorców przynoszą pozytywne rezultaty (skuteczność 80-90%). Dopiero sytuacja, gdy przedsiębiorca nie reaguje na pismo lub podtrzymuje negatywną dla konsumenta decyzję powoduje, że do sporu włącza się Rzecznik.

Wyjaśnienie zgłaszanych spraw wydłuża ich zawilość, przewlekłość ze strony przedsiębiorcy w przedmiocie udzielenia odpowiedzi Rzecznikowi w określonym terminie lub wahania się konsumentów w kwestii ostatecznego podjęcia decyzji, co do zakończenia sporu.

Podejmowane interwencje prowadzone są bardzo wnikliwie - do wyczerpania wszystkich argumentów. Polemiki i mediacje prowadzone z przedsiębiorcami są niekiedy długotrwałe i pracochłonne, ale dzięki temu osiągane są pozytywne rezultaty. Adresaci wystąpień w zdecydowanej większości uwzględniali wnioski zawarte w pismach Rzecznika.

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 36 przypadkach pisemną i telefoniczną interwencję w celu wyjaśnienia spraw z przedsiębiorcami. W 27 przypadkach udało się doprowadzić do pozytywnego zakończenia sporu, w 8 sprawach przedsiębiorcy utrzymali swoje stanowisko w sprawie, natomiast 1 sprawa na koniec 2014r. 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.

Należy przy tym podkreślić, iż aby osiągnąć pożądany skutek Rzecznik bardzo często wystosowuje do tego samego przedsiębiorcy kilka pism i przekonuje o słuszności roszczeń konsumenta (w jednym przypadku Rzecznik wystąpił do jednego przedsiębiorcy 5 – krotnie, jednakże coraz częściej się zdarza się, że konieczne jest napisanie 2 lub 3 pism w jednej sprawie). Dlatego też niejednokrotnie wymiana pism między Rzecznikiem, a przedsiębiorcą trwa kilka miesięcy. Istotnym jest, że większość załatwianych w ten sposób spraw, z założenia skomplikowanych, kończy 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.

Najliczniejsza kategoria spraw, w jakich Rzecznik podejmował w okresie sprawozdawczym pisemne interwencje i wyjaśnienia dotyczyła przede wszystkim umów sprzedaży obuwia i odzieży, w przypadku zaś usług najwięcej problemów konsumenci mieli z usługami telekomunikacyjnymi.

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. Ostatnio przy pozytywnym załatwianiu spraw dotyczących reklamowania usług u Operatorów telekomunikacyjnych pojawił się nowy trend, gdzie mimo, iż Operatorzy nie uznają reklamacji, to powołując się na swoją dobrą wolę i dbałość o dobre kontakty z konsumentami – przychylają się do stanowiska Rzecznika i konsumenta.

Kolejną grupę interwencji stanowiły sprawy rozliczenia umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, od których konsumenci odstąpili korzystając z przysługującego im prawa.

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, uniemożliwiające skuteczne dochodzenie praw od gwaranta

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.

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, policją 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 przysyłał 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 dniach 28.05 - 30.05.2014r. w Rucianem Nidzie - seminarium „Rzecznik Konsumentów - jego zadania związane z ochroną interesów konsumentów w relacji z operatorami telekomunikacyjnymi oraz innymi przedsiębiorcami”;
- w dniu 17.11.2014r. w Warszawie - szkolenie zorganizowane przez Federację Konsumentów nt.: „Szkolenie prawne dla Miejskich/Powiatowych Rzeczników Konsumentów i pracowników ich biur, przedstawicieli Wojewódzkich Inspektoratów Inspekcji Handlowej oraz pracowników organizacji konsumenckich”;
- w dniu 27.11.2014r. w Warszawie - spotkanie z Rzecznikami i przedstawicielami Organizacji Konsumenckich zorganizowane przez Orange;
- w dniach 3.12 - 5.12.2014r. w Ossie k. Rawy Mazowieckiej – konferencja poświęcona podsumowaniu kampanii edukacyjno-informacyjnej „Ufaj, ale sprawdzaj”, którą Rzecznik współorganizował wraz z pracownikami Urzędu Komunikacji Elektronicznej w dniu 16 kwietnia 2013 r. w Giżycku.

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

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

W roku 2014 Rzecznik nie wytaczał powództw na rzecz konsumentów, ani też nie wstępował za zgodą konsumentów do toczącego się postępowania. Niemniej jednak w sprawach, w których nie udało się doprowadzić do ugodowego załatwienia sporu, Rzecznik służył niezbędną pomocą prawną przygotowując pozwы do sądu, sprzeciwy od nakazu zapłaty, wnioski o przywrócenie terminu do złożenia sprzeciwu od nakazu zapłaty, wnioski o uchylene klauzuli wykonalności, wnioski do komornika o umorzenie postępowania egzekucyjnego, odpowiedzi na apelację i inne pisma procesowe.

W roku sprawozdawczym Rzecznik przygotował konsumentom w sumie 5 pism: 1 pozew sądowy o wydanie nakazu zapłaty w postępowaniu upominawczym dotyczący reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową (wady obuwia), 2 sprzeciwy od nakazu zapłaty w postępowaniu upominawczym podnosząc zarzut przedawnienia zasądzonych roszczeń (usługi telekomunikacyjne), 1 pismo skierowane przez konsumenta do sądu (pismo procesowe strony pozwanej w sprawie telekomunikacyjnej) oraz odpowiedź na apelację w sprawie posądzenia o nielegalny pobór energii elektrycznej.

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.

Rzecznik, przykładem lat ubiegłych zorganizował w dniu 14.03.2014r. III 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 16 uczniów, reprezentujących 4 szkoły ponagimnazjalne, tj. Zespół Szkół Zawodowych, Zespół Szkół Kształtowania Środowiska i Agrobiznesu, II Liceum Ogólnokształcące i Zespół Szkół Elektronicznych i Informatycznych. W wyniku przeprowadzonego postępowania konkursowego laureatami Konkursu Wiedzy Konsumenckiej w powiecie giżyckim zostali: I miejsce – Magda Komosa (ZSKŚiA), II miejsce – Eliza Supińska (II LO), III miejsce – Aleksander Szeffler (ZSEiI).

Wyżej wymienieni uczniowie otrzymali dyplomy oraz cenne nagrody rzeczowe. Nagrody dla laureatów i upominki dla pozostałych uczestników ufundował Starosta Giżycki oraz Prezes UOKiK. Istotnym jest, że uczniowie szkół chętnie poszerzają swoją wiedzę dotyczącą prawa konsumenckiego 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 konsumenckiej, 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 2014 przeprowadził 8 godzin zajęć z uczniami: Zespołu Szkół Kształtowania Środowiska i Agrobiznesu – 3 godziny, II Liceum Ogólnokształcącego - 5 godzin, z czego 6 godzin odbyło się w ramach projektu „Otwarta firma”.

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

W okresie sprawozdawczym ukazały się następujące informacje i porady Rzecznika:

1. Wywiad nt. zmian jakie wprowadzą nowe przepisy w prawie konsumenckim - *Radio Zet Gold* – 10.04.2014r.
2. Komunikat na temat praktyk akwizytorów - *Gazeta Giżycka* - 06.06.2014r.
3. Informacja o możliwości korzystania z pomocy Rzecznika Konsumentów w sprawach konsumenckich - *Miłkowski Informator Lokalnych Aktualności* - wrzesień 2014r.
4. Informacja o wynikach III Powiatowego Konkursu Wiedzy Konsumenckiej – www.powiatgizycki.pl 18.03.2014r.
5. „Przygotuj się! Zmieniają się przepisy konsumenckie” - www.powiatgizycki.pl - 07.11.2014r.
6. „Po Świętach wchodzą nowe przepisy” - www.gazetazgizycka.pl - 17.12.2014r.
7. „Towar bez wad-czy można go zwrócić do sklepu?” - www.gazetazgizycka.pl - 17.12.2014r.
8. „Reklamacja odwiecznym prawem klienta”- www.gazetazgizycka.pl - 17.12.2014r.
9. „Wybieramy gwiazdkowy prezent dla dziecka” - www.gazetazgizycka.pl - 17.12.2014r.
10. „Coraz bliżej Święta, nie daj się oszukać!”- www.gazetazgizycka.pl - 20.12.2014r.
11. Wywiad nt. zakupu świątecznych prezentów, reklamacji towarów, zwrotu niewadliwego towaru oraz zmian jakie wprowadzają nowe przepisy w prawie konsumenckim - *Radio Zet Gold* – 22.12.2014r.

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, Urząd Komunikacji Elektronicznej, czy też Europejskie Centrum Konsumenckie były wykładane i uzupełniane w celu ciągłej dostępności do informacji, a każdy z konsumentów zgłaszających się do Rzecznika mógł otrzymać 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 organizował mini-szkolenie/warsztaty dotyczące wykładni przepisów prawa, w szczególności ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Każdy przeszkolony sprzedawca podpisywał oświadczenie, że odbył szkolenie, poza tym otrzymywał 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 trzech 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 żądają, 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)**

Rzecznik Konsumentów w ramach zadań wynikających z postępowania w zakresie niedozwolonych klauzul umownych kilkakrotnie kierował zawiadomienia do UOKiK w sprawie podejrzenia stosowania niedozwolonych klauzul w umowach zawieranych z konsumentami przez przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą oraz naruszenia przez nich zbiorowych interesów konsumentów.

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 niedozwolonych klauzul.

W przypadku gdy umowa zawierała niedozwolone postanowienia wpisane do Rejestru niedozwolonych postanowień umownych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Rzecznik informował konsumentów, że takie postanowienia nie wiążą konsumenta z mocy samego prawa. Najczęściej były to nieuczciwe praktyki przedstawicieli handlowych, którzy np. 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.

Realizując współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Rzecznik w 2014 r. skierował do ww. Urzędu trzy wnioski o zbadanie wzorca umowy pod kątem stosowania przez przedsiębiorcę klauzul niedozwolonych w rozumieniu art. 385³kc, które mogły naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Wobec czego w tych trzech przypadkach zostały wszczęte przez UOKiK postępowania wyjaśniające w stosunku do przedsiębiorców prowadzących sprzedaż poza lokalem podgrzewaczy wody, sprzedaży obuwia oraz udzielaniem pożyczek.

- **ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,**

Rzecznik na bieżąco przekazywał UOKiK informacje dotyczące podejrzenia stosowania przez przedsiębiorców nieuczciwych praktyk rynkowych. W roku sprawozdawczym Rzecznik w jednym przypadku zgłosił do UOKiK problem związany z nakładaniem na konsumentów podwyższonych opłat będących konsekwencją nieprzestrzegania przez mieszkańców spółdzielni zadeklarowanej segregacji odpadów, co rodziło odpowiedzialność zbiorową całej spółdzielni.

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

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

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

W okresie sprawozdawczym Rzecznik nie stwierdził przypadku, aby przedsiębiorca, do którego Rzecznik zwrócił się 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 jego uwag i opinii. W związku z tym, w konsekwencji kierowanych ponagleń, przedsiębiorcy udzielali odpowiedzi na wystąpienia Rzecznika i nie było podstaw do kierowania wniosków do sądu o ukaranie przedsiębiorców.

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

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

Zestawienie innych zadań wykonywanych przez Rzecznika w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów przedstawia Tabela nr 4 .

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

1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów

Niniejsze sprawozdanie stanowi odzwierciedlenie podejmowanych działań w zakresie wykonywania ustawowo określonych zadań. Podkreślenia wymaga, że liczby i opis niektórych spraw w żaden sposób nie oddają charakteru tej pracy. Wysilek i stres towarzyszy każdego dnia. W celu usprawnienia pracy Rzecznik otrzymał zgodę na tzw. dzień zamknięty dla interesantów, aby przygotowywać pisma i wystąpienia w zgłoszonych sprawach. Jednakże nie zawsze się to udaje, ponieważ interesanci dzwonią lub też nie czytając informacji o godzinach przyjęć Rzecznika zamieszczonej na drzwiach chcą być obsłużeni w dniu „wewnętrznym”. Mimo, iż dzień ten powinien być bez przyjęć interesantów, to Rzecznik i tak udziela porad osobom zgłaszającym się.

Instytucja Rzecznika jest potrzebna, na co wskazuje duża ilość zgłaszanych spraw. Sprostanie wszystkim ustawowym obowiązkom oraz zapewnienie sprawnego i skutecznego udzielania pomocy konsumentom nie jest łatwe. Dlatego też praca Rzecznika w Giżycku, który pełni funkcję jednoosobowo polega przede wszystkim na bieżącym udzielaniu porad i informacji prawnej. Wiele spraw dotyczy nie tyle konkretnego przypadku, co udzielania informacji nt. obowiązującego prawa i przysługujących uprawnień. Nie zawsze można określony temat przedstawić w załączonych tabelach. Zapewnienie konsumentom efektywnego dochodzenia roszczeń było także realizowane poprzez podejmowanie interwencji na rzecz konsumentów i prowadzenie mediacji z przedsiębiorcami. Zakres i formy tej pomocy były bardzo zróżnicowane, dostosowane do charakteru i okoliczności danej sprawy.

Obsługa zgłaszanych do Rzecznika spraw, których jest coraz więcej i są coraz bardziej złożone, wymaga odpowiedniego czasu na analizę i przygotowanie odpowiedniej strategii działań. Mimo tych sporych trudności działania Rzecznika mają pozytywny odbiór. Mając na uwadze, iż jest to praca w szczególnych warunkach, gdzie zgłaszają się osoby, które czują się poszkodowane, czy pokrzywdzone, towarzyszy im ogromna nerwowość i niejednokrotnie efekt tej nerwowości „spada” na Rzecznika, który musi w pierwszej kolejności uspokoić daną osobę – taki wynik jest zaskakujący.

2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników

Praca Rzecznika to codzienny kontakt osobisty, telefoniczny i e-mailowy nie tylko z konsumentami, ale też z przedsiębiorcami oraz sprzedawcami. Z perspektywy kolejnego roku pracy można stwierdzić, że Rzecznik jest instytucją zaufania publicznego.

Na powierzonym odcinku zadań samorządu powiatowego nie można skupiać się jedynie na problemach związanych i wynikających z przepisów prawa konsumenckiego. Znajomość innych dziedzin prawa, w tym między innymi prawa cywilnego, postępowania cywilnego, prawa gospodarczego, prawa karnego umożliwia znalezienie

porozumienia między konsumentem, a przedsiębiorcą – szczególnie przy rozwiązywaniu problemu poprzez mediację. Mediacja jest trudną sztuką prowadzenia rozmów i przekonywania poprzez siłę argumentacji. Obecnie mediacja jest bardzo zalecanym sposobem rozstrzygania sporów, gdyż umiejętnie prowadzona przynosi korzystne wyniki dla obu stron. Zmniejsza koszty i oszczędza czas na ewentualne procesy sądowe.

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 chętnie korzystał.

Analiza kolejnego roku pracy na tym stanowisku potwierdza, że powołanie stanowiska Rzecznika Konsumentów w strukturach powiatu jest ze wszecch miar korzystne dla społeczności lokalnej powiatu giżyckiego. Praca Rzecznika jest dobrze postrzegana, biorąc pod uwagę trudności związane z narastającym kryzysem gospodarczym i wzrostu skali prowadzenia przez przedsiębiorców bardziej agresywnej polityki utrudniającej konsumentom dochodzenie roszczeń. Wobec powyższego osoby będące w trudnej sytuacji życiowej (materialnej) mają możliwość uzyskania bezpłatnej pomocy prawnej nie tylko w zakresie prawa konsumenckiego.

Działania Powiatowego Rzecznika Konsumentów mają pozytywny wydźwięk, gdyż udzielanie bezpłatnej fachowej pomocy prawnej i skuteczność w dochodzeniu roszczeń przyczynia się do tworzenia dobrego wizerunku urzędu. Konsumenty wyrażają swoje zadowolenie telefonicznie, pisemnie lub osobiście dziękując za pozytywne załatwienie sprawy, co daje ogromną satysfakcję w codziennej pracy Rzecznika.

IV. TABELE

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

	Ogółem
I. Usługi, w tym:	252
ubezpieczeniowa	18
finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)	19
remontowo-budowlana	10
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	22
telekomunikacja (telefony, TV)	104
turystyczno-hotelarska	5
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	5
motoryzacja	3
pralnicza	2
timeshare	
pocztowa	3
gastronomiczna	1
przewozowa	3
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	1
medyczna	8
wyposażenie wnętrz	5
pogrzebowa	-
windykacyjne	16
inne	27
II. Umowy sprzedaży, w tym:	593
obuwie i odzież	260
wyposażenie mieszkania	51
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	118
komputer i akcesoria komputerowe	45
motoryzacja	30
artykuły spożywcze	-
artykuły chemiczne i kosmetyki	1
zabawki	1
inne	87
III. Umowy poza lokalem i na odległość	146
IV. Inne	37
Razem	1028

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:	11	8	3	-
ubezpieczeniowa	-	-	-	-
finansowa (inna niż ubezpieczeniowa)	-	-	-	-
remontowo-budowlana	-	-	-	-
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	-	-	-	-
telekomunikacja (telefon, TV)	10	8	2	-
turystyczno-hotelarska	1	-	1	-
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	-	-	-	-
motoryzacja	-	-	-	-
pralnicza	-	-	-	-
timeshare	-	-	-	-
pocztowa	-	-	-	-
gastronomiczna	-	-	-	-
przewozowa	-	-	-	-
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	-	-	-	-
medyczna	-	-	-	-
wyposażenie wnętrz	-	-	-	-
pogrzebowa	-	-	-	-
windykacyjne	-	-	-	-
inne	-	-	-	-
II. Umowy sprzedaży, w tym:	21	15	5	1
obuwie i odzież	14	11	3	-
wyposażenie mieszkania i gospodarstwa domowego	3	1	1	1
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	3	2	1	-
komputer i akcesoria komputerowe	-	-	-	-
motoryzacja	-	-	-	-
artykuły spożywcze	-	-	-	-
artykuły chemiczne i kosmetyki	-	-	-	-
zabawki	-	-	-	-
inne	1	1	-	-
III. Umowy poza lokalem i na odległość	4	4	-	-
Razem	36	27	8	1

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

lp	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 *	-	-	-	1
5.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług **	-	-	-	-
6.	Inne	-	-	-	4
	RAZEM	-	-	-	5
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
2.	Ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	2
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	-

Powiatowy Rzecznik Konsumentów


mgr Katarzyna Tota-Leszczyńska