



# POWIATOWY RZECZNIK KONSUMENTÓW W GIŻYCKU

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

---

## SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU ZA 2017 ROK

*Sprawozdanie stanowi wykonanie art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2017r., poz. 229), na podstawie którego rzecznik przedkłada w terminie do 31 marca staroście (prezydentowi miasta) do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim.*

SPRAWOZDANIE ZATWIERDZAM:

STAROSTA  
*W55*  
Wacław Straziński

Giżycko, marzec 2018

## SPIS TREŚCI

<b>I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU.....</b>	<b>3</b>
1. Struktura biura Rzecznika, stan kadrowy .....	3
<b>II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW .....</b>	<b>5</b>
1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	5
2. Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	9
3. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.....	9
4. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.....	11
5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i występowanie do toczących się postępowań.....	12
6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.....	13
7. Podejmowanie działań wynikających z: .....	15
• ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,	
• ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym,	
• art. 42 ust. 1 pkt. 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów),	
• art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy)	
<b>III. WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJĄCYCH DO POPRAWY REALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW .....</b>	<b>17</b>
1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów. ....	17
2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników.....	18
<b>IV. TABELLE</b>	
Tabela nr 1: Udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	20
Tabela nr 2: Występowanie do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw i interesów konsumentów.....	21
Tabela nr 3: Współdziałanie z innymi instytucjami.....	22
Tabela nr 4: Pomoc na drodze sądowej.....	23

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

**Struktura biura Rzecznika, stan kadrowy**

1. Województwo	warmińsko-mazurskie
2. Miasto /Powiat	Powiat giżycki
3. Liczba mieszkańców powiatu	57.141 stan wg GUS w 2016r.
4. Imię i nazwisko rzecznika konsumentów	Katarzyna Sylwia Tota-Leszczyńska
5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	wyższe ekonomiczne
6. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.	Tak
NIE DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI „TAK” NA PYT. 6	- $\frac{3}{5}$ etatu - $\frac{1}{2}$ 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 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) Proszę napisać TAK lub NIE.	Nie
10. Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.	Nie
11. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę).	0

Ochrona praw konsumentów jest zadaniem samorządu powiatowego wynikającym z art.4 ust.1 pkt.18 ustawy z dnia 5 czerwca 1998r. o samorządzie powiatowym (t.j. Dz.U. z 2017r., poz.1868). Stosownie do art. 39 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2017r., poz.229) zadania wykonuje powiatowy/miejski rzecznik konsumentów.

Zadania i uprawnienia Powiatowego Rzecznika Konsumentów określa art.42 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Należą do nich:

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

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

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

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

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

## II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

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

Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów jest głównym zadaniem Rzecznika Konsumentów.

W roku sprawozdawczym Rzecznik udzielił konsumentom 793 porad konsumenckich i informacji prawnych, w tym 764 porady udzielono osobiście i telefonicznie oraz 29 porad pisemnie.

Ze względu na sposób zawarcia umowy najwięcej zgłoszeń dotyczyło umów zawieranych **w lokalu przedsiębiorstwa- 552**, umów zawieranych **na odległość – 102**, a najmniej zawartych **poza lokalem przedsiębiorstwa- 43**.

Uwzględniając informacje sektorowe **w zakresie sprzedaży towarów /509/**, najwięcej porad udzielono w związku z reklamacjami obuwia i odzieży /201/ oraz urządzeń gospodarstwa domowego, elektroniki i sprzętu komputerowego, w tym telefonów komórkowych /142/. Po poradę związaną z reklamacją mebli, artykułów wyposażenia wnętrz i utrzymania domu zgłosiły się 82 osoby, a 31 osób zgłaszało problem z reklamacją samochodów i innych środków transportu osobistego. Natomiast po poradę dotyczącą zakupu produktów związanych z opieką zdrowotną zgłosiło się 11 osób.

W **sektorze usług /188/** dominowały zgłoszenia z zakresu usług telekomunikacyjnych /46/, usług związanych z sektorem ubezpieczeniowym /28/, sektorem finansowym /20/, usług związanych z sektorem energetycznym i wodnym /20/ oraz z sektorem usług pocztowych i kurierskich /18/. Po poradę związaną z bieżącą konserwacją, utrzymaniem domu, drobnymi naprawami i pielęgnacją zgłosiło się 8 osób, a 7 osób zgłaszało problem z usługami związanymi z turystyką i rekreacją.

W sprawach dotyczących zagadnień z zakresu informacji ogólnych Rzecznik udzielił 31 porad, natomiast w sprawach niekonsumenckich - 65.

Najwięcej porad udzielono w sprawach spornych wynikających z umów sprzedaży obuwia i odzieży. Podobnie jak w latach poprzednich buty reklamowano z powodu rozklejeń, odbarwień i uszkodzeń cholewek, zamków i obcasów, a także odrywania się ozdób.

Z kolei odzież konsumenci reklamowali z uwagi na przecieranie się materiału, prucie na szwach, pilingowanie, wychodzenie ociepliny na zewnątrz lub jej przemieszczanie się i nierówne rozkładanie, a także farbowanie, rozciąganie lub kurczenie się materiału po praniu lub czyszczeniu. Zgłaszający się do Rzecznika konsumenci nie zgadzali się z oddaleniem ich reklamacji przez sprzedawcę, bądź z proponowanym przez niego sposobem załatwienia sprawy, innym niż oczekiwany przez konsumentów.

W przypadku zakupu urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych i sprzętu komputerowego, gdzie prym wiodzie elektronika - urządzenia telekomunikacyjne, sprzęt komputerowy – laptopy, tablety itp. coraz częściej, zwłaszcza przy kolejnych reklamacjach tego samego sprzętu, powodem oddalenia

roszczeń konsumentów jest stwierdzony brak niesprawności sprzętu. Dotychczas powodem odmowy były tradycyjnie argumenty o uszkodzeniach mechanicznych powstałych po przejściu niebezpieczeństwa na kupującego. Obecnie bardzo często spotyka się opinię, że sprzęt jest sprawny - tak jakby wada w ogóle nie istniała, mimo, że konsument oddaje towar wadliwy. Innym powtarzającym się problemem jest kwestia uszkodzeń lub pogorszenia stanu sprzętów po oddaniu towaru do reklamacji. Sporo zgłoszeń dotyczących sprzętu RTV AGD, w tym najwięcej telefonów, dotyczy umów ubezpieczenia sprzętu, które to polisy są „sprzedawane” razem z towarem. Zwykle konsumenci mają mylne wyobrażenie o zakresie ubezpieczenia, często wynikające z zapewnień sprzedawcy lub brak wiedzy, jakich zdarzeń dotyczy ich ubezpieczenie. W żadnym ze zgłoszonych przypadków konsumenci nie analizowali Ogólnych Warunków Ubezpieczenia, opierali się wyłącznie na ustnych informacjach sprzedawców. Zauważalnym problemem w tym zakresie jest przekazywanie przez sprzedawców błędnych lub niekompletnych informacji oraz sama „zawartość” ubezpieczenia, a w niektórych przypadkach można się pokusić nawet o określenie „pustego ubezpieczenia”, gdzie ochrona jest iluzoryczna, a definicje przypadków objętych ubezpieczeniem tak skonstruowane, że pozwalają w większości zgłoszeń na odmowę spełnienia świadczeń odszkodowawczych.

Nadal dużo osób zgłasza problemy z umowami zawartymi poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość. W 2017r. zauważalne było zmniejszenie problemów dotyczących umów zawieranych na prezentacjach i pokazach. W latach ubiegłych najczęściej kłopoty dotyczyły samego prawa do odstąpienia od umowy, niedopełniania przez przedsiębiorców obowiązków informacyjnych. Obecnie najczęściej zgłaszanymi problemami są kłopoty ze zwrotem towaru - odesłaniem do przedsiębiorców, odmową jego przyjęcia przez przedsiębiorcę, czy też zarzutami zmniejszenia wartości towaru i potrąceniami lub żądaniem zapłaty odszkodowania. Problemy te dotyczą także umów zawieranych na odległość. Nowe regulacje prawne - wprowadzenie szerszego katalogu informacyjnego oraz wzmocnienie sankcji za ich niedopełnienie spowodowały, że przedsiębiorcy z reguły należycie wywiązują się z tych obowiązków. Problemy pojawiają się natomiast na etapie wzajemnego zwrotu świadczeń. W zakresie usług absolutnymi „liderami” są usługi telekomunikacyjne i energetyczne. W zakresie telekomunikacji nadal znacząca część problemów dotyczy zmiany operatora telekomunikacyjnego i tu najczęściej mamy do czynienia z nieuczciwymi praktykami rynkowymi polegającymi na wprowadzaniu w błąd co do podmiotu operatora i warunków umów, a także z reklamacjami dotyczącymi samego świadczenia usług telekomunikacyjnych, czy też ze zmianami już trwających umów. Nadal aktualnym tematem zgłoszeń konsumenckich jest zmiana sprzedawcy energii elektrycznej, rzadziej gazu. Problemy z zakresu zmiany operatora telekomunikacyjnego telefonii stacjonarnej i zmiany sprzedawcy prądu zgłaszają konsumenci w różnym wieku, najczęściej osoby starsze.

Niestety nadal w większości przypadków mamy do czynienia z całkowitą niewiedzą i nieświadomością konsumentów zarówno w zakresie podstawowych zagadnień dotyczących sprzedaży i dostawy energii, funkcjonowania rynku sprzedaży energii elektrycznej (swobody i możliwości zmiany sprzedawcy) oraz przysługujących praw dotyczących zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa i umów w ogólności. Znamienna jest również dość powszechna niechęć konsumentów do analizy warunków umowy i niewiedza

na temat dotychczasowej umowy. W niemalże wszystkich przypadkach zauważalne jest bezkrytyczne i bezrefleksyjne przyjmowanie informacji o zmianie umowy. Konsumenci opierają się wyłącznie na ustnym przekazie bez minimalnej nawet ostrożności i sprawdzenia podstawowych danych z umowy, jak choćby nazwa przedsiębiorcy. Konsumenci bezrefleksyjnie zawierają umowy i analogicznie po upływie terminu na odstąpienie wycofują się z umów. Konsumenci po zorientowaniu się, że zawarli umowę z innym przedsiębiorcą nie są zainteresowani analizą warunków umowy, ale samym tylko powrotem do poprzedniego sprzedawcy bez względu na warunki, jakie określała dotychczasowa umowa i ta nowa zawarta z innym sprzedawcą. Konsumenci obawiają się zmiany i najczęściej uzasadniają chęć wypowiedzenia umowy nowemu sprzedawcy i powrotu do dotychczasowego ilością lat – długoletniością „należenia” do dotychczasowego sprzedawcy. Brak po stronie konsumentów wiedzy i ich całkowita niechęć do analizowania warunków umowy przy często występującym braku nawet minimalnej staranności, przy jednoczesnej niekompetencji czy nieuczciwych praktykach przedstawicieli handlowych są przyczyną tak dużej ilości zgłaszanych problemów.

Podobnie jak w latach poprzednich ww. problemy miałyby znamiona przestępczości konsumenckiej, co pokazały również wszczęte postępowania karne. Konsumenci niejednokrotnie informowani byli przez Rzecznika o konieczności zawiadomienia organów ścigania o podejrzeniu popełnienia przestępstwa najczęściej oszustwa oraz przeciwko wiarygodności dokumentów, gdzie kwestionowana była autentyczność dokumentów i podpisy.

Niestety w większości przypadków konsumenci podejmują działania zbyt późno po zawiadomieniu przez macierzystego operatora lub sprzedawcy energii o wypowiedzeniu umowy lub po otrzymaniu rachunków. Problemy związane z tego rodzaju umowami pokazują często, że konsumenci kierują się nadmiernym zaufaniem i nie wykazują chęci uzyskania informacji i wiedzy, ale zainteresowani są wyłącznie rozwiązaniem nowej umowy. Prawie w żadnym ze zgłoszonych przypadków konsumenci nie analizowali treści oferty pod względem ekonomicznym. Widoczny jest także problem dotyczący przekazywania konsumentom niepełnych lub nieprawdziwych informacji związanych z zawarciem umowy. Prawie wszyscy konsumenci podkreślali, że byli przekonani, że umowa jest zawierana z dotychczasowym sprzedawcą, a nie z inną firmą. Często sami przedstawiciele wprost zapewniali o tym, że współpracują z dotychczasowym sprzedawcą lub że jest konieczne podpisanie umowy z uwagi na zmianę taryf, nazwy itp. Podobne kłopoty zgłaszane były w zakresie umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość o usługi telekomunikacyjne. Tradycyjnie konsumenci ulegają argumentom sprzedawców o niższych cenach usług. Praktyka pokazuje, że również w tym zakresie konsumenci nie mają dostatecznej wiedzy i rozeznania, ale przede wszystkim nie wykazują minimalnej nawet ostrożności i chęci zainteresowania się ofertą, bazując jedynie na ustnych informacjach i zapewnieniach sprzedawców. Genezą istniejących w tym zakresie problemów są zatem z jednej strony niewiedza i niedoświadczenie konsumentów z brakiem ostrożności i staranności, a z drugiej nieuczciwe praktyki rynkowe o charakterze wprowadzania w błąd poprzez przekazywanie nieprawdziwych informacji lub wręcz celowe wywoływanie wrażenia, że z konsumentem kontaktuje się jego dotychczasowy operator.

W zakresie usług finansowych nadal popularnym tematem są pożyczki parabankowe i związany z tym problem nadmiernego zadłużenia konsumentów oraz windykacja. Problemy we wspomnianym zakresie dotyczą również firm pośredniczących w uzyskiwaniu kredytów i pożyczek, których działalność opiera się na wprowadzaniu w błąd czy nawet wyzysku o znamionach kryminalnych.

Porady Rzecznika to przede wszystkim udzielenie informacji na temat przysługujących konsumentom praw. Jednakże znaczna liczba konsumentów wymaga pomocy w całym procesie reklamacyjnym. Pomoc prawna Rzecznika nie ogranicza się zatem jedynie do udzielania informacji, ale coraz częściej przejawia się w redagowaniu i sporządzaniu pism – zgłoszeń reklamacyjnych, odwołań, wezwań do przedsiębiorców, oświadczeń o odstąpieniu od umowy, pism procesowych – pozwów, sprzeciwów od nakazów zapłaty itp. Rzecznik w praktyce spotyka się z trudnościami w ustaleniu stanu faktycznego ze względu na brak bądź niekompletność dokumentów z jakimi zgłaszają się konsumenci. Coraz częściej zdarza się, że do udzielenia porady konieczne jest uzyskanie dodatkowych informacji od przedsiębiorcy, których nie jest w stanie udzielić konsument. Bardzo często podczas wizyty konsumenta w biurze zachodzi potrzeba telefonicznego kontaktu z przedsiębiorcą (w przypadku usług zwykle zarówno z nowym, jak i z dotychczasowym usługodawcą). Najczęściej dotyczy to umów sprzedaży energii elektrycznej, gdzie konieczne jest ustalenie z jakim sprzedawcą i kiedy zawarto umowę oraz kiedy został zakończony proces zmiany sprzedawcy. Podobnie rzecz ma się w przypadku umów telekomunikacyjnych, gdzie u operatora dotychczasowego konieczne jest ustalenie kiedy doszło do uruchomienia procesu migracji i czy nastąpiła aktywacja usług.

Innym ważnym problemem jest także niewiedza o prawach z jakich mogą skorzystać konsumenci. Przykładem może być nierozróżnianie reklamacji składanej na podstawie rękojmi i gwarancji. Są to dwa oddzielne reżimy prawne, które całkowicie odmiennie regulują uprawnienia konsumenta. Zazwyczaj, udzielona gwarancja, jako dobrowolne oświadczenie gwaranta, zawiera słabszą ochronę konsumenta aniżeli wynikająca z przepisów o rękojmi. Wykorzystują to sprzedawcy odsyłając konsumenta do gwaranta i tym samym uchylając się od odpowiedzialności wynikającej z ustawy. Nieświadomy konsument składa reklamację do gwaranta co powoduje często upływ terminów do złożenia reklamacji do sprzedawcy. Kiedy konsument przychodzi z problemem do Rzecznika, brak jest możliwości udzielenia pomocy ze względu na wadliwie zgłoszoną reklamację i upływ terminów.

Konsumenci często nie są w stanie przyswoić nawet podstawowych informacji, czy skorzystać z gotowego wzoru, nie mówiąc już o samodzielnym sporządzeniu pisma. Takie przypadki powodują, że znacznie wydłuża się czas udzielenia porady, gdzie konieczne jest kilkakrotne powtórzenie tych samych informacji, napisanie pisma czy pomoc w jego zredagowaniu, a także, jak wyżej wspomniano, interwencji telefonicznej, czy też pisemnej celem ustalenia stanu faktycznego.

Praca na stanowisku Rzecznika Konsumentów wymaga na bieżąco aktualizowania wiedzy prawniczej, przez co należy rozumieć zarówno znajomość przepisów z zakresu poszczególnych gałęzi prawa (prawo



telekomunikacyjne, energetyczne, turystyczne, przewozowe, ubezpieczeniowe, bankowe itp.), aktualnego orzecznictwa, jak również szeroko rozumianych umiejętności interpersonalnych.

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. Konsumentom konsultowali z Rzecznikiem również treść pism kierowanych do przedsiębiorców. Zdarzało się także, że po przeanalizowaniu zawartej przez konsumenta umowy okazywało się, że zastrzeżenia konsumenta są nieuzasadnione, gdyż umowa wyraźnie precyzowała obowiązki i uprawnienia stron.

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

Szczegółowe informacje statystyczne dotyczące poradnictwa konsumenckiego zawiera załączona Tabela nr 1.

## **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.

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

Kolejnym ważnym zadaniem realizowanym przez Rzecznika Konsumentów jest występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.

Należy wyjaśnić, że Rzecznik Konsumentów posiada uprawnienia doradcze i procesowe. Nie posiada zaś wobec przedsiębiorców uprawnień władczych i nie może nakazać im zachowania się w sposób oczekiwany przez konsumenta. Rzecznik Konsumentów nie jest też rzeczoznawcą, ani nie dysponuje wiedzą specjalistyczną z zakresu funkcjonowania poszczególnych towarów i urządzeń. Nie ma więc kompetencji do oceny przyczyn wadliwości rzeczy lub usługi.

Wystąpienia do przedsiębiorców mają na celu próbę polubownego/pozasądowego rozwiązania sporu. Jeżeli wystąpienie jest nieskuteczne właściwym do rozstrzygnięcia sporu o charakterze cywilnoprawnym jest sąd powszechny.

Pisemna interwencja Rzecznika polega na zastąpieniu konsumenta, jako słabszej strony umowy w sporze z udziałem przedsiębiorcy poprzez pisemne przedstawienie okoliczności sprawy (zgodnych z oświadczeniem konsumenta i treścią załączonych dokumentów), przytoczenie treści przepisów prawa obowiązujących w przedmiotowym zakresie, przedstawienie roszczeń konsumenta oraz zwrócenie się do przedsiębiorcy o złożenie wyjaśnień wobec stawianych zarzutów lub ewentualnej propozycji ugodowego zakończenia sprawy.

Wystąpienia bywają często pracochłonne i długotrwałe, co w szczególności dotyczy spraw o skomplikowanym stanie faktycznym i powszechnie budzących wątpliwości interpretacyjne. Już na etapie weryfikacji dokumentów Rzecznik wnikliwie analizuje treść łączącej strony umowy (w tym pod kątem obecności niedozwolonych klauzul), ustala podstawę prawną i zapoznaje się z aktualnym orzecznictwem. Niekiedy niezbędna okazuje się również dłuższa polemika z przedsiębiorcą i sprawa nie kończy się na pojedynczym wystąpieniu Rzecznika.

Do Rzecznika wpływają również wnioski konsumentów, którzy bezzasadnie formułują swoje zarzuty przeciwko przedsiębiorcom. Niekiedy dopiero w toku już podjętej interwencji ujawnia się odmienny od opisanego przez konsumenta stan faktyczny sprawy. W takich sytuacjach mimo, że roszczenia konsumenta bywają nieuzasadnione, Rzecznik udziela wyczerpujących wyjaśnień i informacji.

W 2017 roku Rzecznik wystąpił w 15 sprawach do przedsiębiorców, w których zawarł uwagi i opinie dotyczące zgłoszonej skargi z zaznaczeniem obowiązku ustosunkowania się do poszczególnych wystąpień w wyznaczonym terminie, co jest zgodne z obowiązkiem wynikającym z art. 42 ust.1 pkt. 3 oraz ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Uwzględniając informacje sektorowe **w zakresie sprzedaży towarów**, wystąpienia dotyczące reklamacji mebli, artykułów wyposażenia wnętrz i utrzymania domu skierowano w 3 sprawach, reklamacji urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych i sprzętu komputerowego, w tym telefonów komórkowych w 3 sprawach, a reklamacji odzieży i obuwia w 2 sprawach.

**W zakresie usług** - 2 wystąpienia dotyczyły usług telekomunikacyjnych, 2 związane z usługami pocztowymi i kurierskimi, i po jednej dotyczącej sektora ubezpieczeniowego, turystyki i rekreacji oraz sektora energetycznego i wodnego.

Zaznaczyć należy, że nie zawsze roszczenia konsumentów są uzasadnione, albo brak jest dowodów, które pozwoliłyby przeforsować racje konsumentów. Zdarza się też tak, że przedsiębiorcy mimo podtrzymywania stanowiska o braku zasadności reklamacji proponują polubowne zakończenie sporu. W bardzo wielu sprawach, jak już to wyżej zaznaczono istota sporu dotyczy nie tyle problemu prawnego, co okoliczności faktycznych, w tym przede wszystkim przyczyn powstania wady towaru. W takich przypadkach konieczna jest wiedza specjalistyczna, np. opinia rzeczoznawcy, którą Rzecznik nie dysponuje, z kolei konsument rezygnuje z powołania rzeczoznawcy z

uwagi na koszty. Bywają również sprawy, w których konsumenci nie mają racji. Wynika to niekiedy z faktu przekroczenia terminów ustawowych do dochodzenia swoich roszczeń lub też zaakceptowania warunków przedstawionych w umowach. Często zdarza się, że konsumenci nie zwracają uwagi co podpisują i nie zdają sobie sprawy z konsekwencji takich działań. Kiedy z problemem zjawiają się u Rzecznika Konsumentów często jest już za późno na pomoc, ponieważ upłynęły terminy odstąpienia od umowy lub powołania się na błąd.

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 (tabela nr 3)**

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

Współpraca z Wojewódzkim Inspektorem Inspekcji Handlowej w Olsztynie i Delegaturą w Ełku, polegała w szczególności na wzajemnej wymianie poglądów oraz sygnalizowaniu niekorzystnych dla konsumentów zjawisk rynkowych poprzez powiadamianie organów IH o zasadności przeprowadzenia kontroli u przedsiębiorców naruszających obowiązujące przepisy prawa, czy też przeprowadzenia postępowania mediacyjnego lub gdy potrzebne było wydanie opinii, np. co do jakości towaru czy wykonanej usługi. W roku sprawozdawczym Rzecznik przekazał Delegaturze Inspekcji Handlowej w Ełku skargę konsumentki, która miała zastrzeżenia do ustawień wagi sklepowej i wg konsumentki wskazywana była niewłaściwa masa ważonego towaru. W wyniku kontroli IH zarzuty konsumentki nie potwierdziły się.

Rzecznik otrzymując sygnały i skargi od konsumentów informujące o stosowanych przez przedsiębiorców praktykach rynkowych naruszających prawa konsumentów, przekazywał na bieżąco dokumentacje skargowe na okoliczność prowadzonych przez Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postępowań administracyjnych oraz zwracał się o podjęcie działań administracyjnych w celu wyeliminowania nieprawidłowości.

Z kolei współdziałanie z organizacjami społecznymi wyrażało się głównie w sferze edukacji i wymiany doświadczeń. Rzecznik otrzymywał m.in. biuletyn wydawany przez Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów, w 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.

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

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

Informacje wykorzystywane w pracy Rzecznika zawarte są również na stronach internetowych Stowarzyszenia Konsumentów Polskich [www.konsumenci.org](http://www.konsumenci.org) oraz Stowarzyszenia Rzeczników Konsumentów [www.rzeczniczy.konsumentow.eu](http://www.rzeczniczy.konsumentow.eu).

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

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

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

- w dniu 10.03.2017r. w Warszawie - Konferencja z okazji Światowego Dnia Konsumenta,
- w dniu 25.05.2017r. w Bydgoszczy – Szkolenie z zakresu ochrony konsumentów,
- w dniach 05-07.06.2017r. w Rucianem Nidzie - seminarium dla rzeczników konsumentów, nt.: Prawo telekomunikacyjne. Pozasądowe rozwiązywanie sporów konsumenckich,
- w dniach 13.09 -14.09.2017r. w Rucianem Nidzie – Prawo konsumenckie w praktyce,
- w dniu 5.12.2017r. w Olsztynie – Warsztaty i spotkanie informacyjne nt. kredytów frankowych,
- wykład internetowy Europejskiego Centrum Konsumenckiego, pt. „Wakacyjne latanie - rezerwacje, reklamacje, pozasądowe rozwiązywanie sporów” - 20.07.2017r.
- Szkolenie on-line z zakresu prawa konsumenckiego w ramach programu Consumer Champion - 19.07.2017r.
- Szkolenie on-line z zakresu usług cyfrowych w ramach programu Consumer Champion - 04.10.2017r.

## **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 2017 Rzecznik nie wytaczał powództw na rzecz konsumentów, ani też nie wstępował za zgodą konsumentów do toczącego się postępowania sądowego na wniosek konsumenta.

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

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

W roku sprawozdawczym Rzecznik przygotował konsumentce 1 sprzeciw od nakazu zapłaty wydany przez e-sąd w postępowaniu uproszczonym w sprawie zapłaty za nieświadczony usługi przez przedsiębiorcę telekomunikacyjnego. Rzecznik przygotował również 1 wniosek o zawiązanie do próby ugodowej do samodzielnego wniesienia przez konsumenta w sprawie zakupu wadliwych 10 sztuk drzwi wewnętrznych.

Szczegółową charakterystykę pomocy Rzecznika na drodze sądowej przedstawia Tabela nr 4.

## **6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym**

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

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

Przykładem lat ubiegłych Rzecznik zorganizował w dniu 21.04.2017r. VI Powiatowy Konkurs Wiedzy Konsumentkiej skierowany do uczniów szkół ponadgimnazjalnych powiatu giżyckiego, nad którym patronat objęli Starosta Giżycki – Wacław Strażewicz oraz Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Marek Niechciał.

Do Konkursu zgłosiło się 13 uczniów, reprezentujących 3 szkoły ponadgimnazjalne, tj. Zespół Szkół Kształtowania Środowiska i Agrobiznesu, Zespół Szkół Elektronicznych i Informatycznych oraz Zespół Szkół Zawodowych. W wyniku przeprowadzonego postępowania konkursowego laureatkami konkursu zostały uczennice Zespołu Szkół Elektronicznych i Informatycznych: I miejsce – Paulina Bankiewicz, II miejsce – Dominika Aftyka, III miejsce – Marlena Baran.

Wyżej wymienione uczennice otrzymały dyplomy oraz cenne nagrody rzeczowe, które zostały ufundowane przez Starostę Giżyckiego oraz Prezesa UOKiK.

Istotnym jest, że uczniowie szkół chętnie poszerzają swoją wiedzę dotyczącą prawa konsumenckiego w zakresie objętym wymaganiami konkursowymi. Ze swej strony Rzecznik służył pomocą uczestnikom konkursu, udostępniając publikacje, 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 była współpraca z nauczycielami prowadzącymi przedmioty z zakresu przedsiębiorczości za pośrednictwem, których Rzecznik był zapraszany na prelekcje przekazując uczniom materiały informacyjne o tematyce konsumenckiej, zapoznawał z podstawowymi prawami konsumentów oraz przybliżał instytucję Rzecznika i wskazywał urzędy, organizacje i inspekcje działające na rzecz konsumentów.

W ramach tej sfery działalności Rzecznik w roku 2017 przeprowadził 3 lekcje w II Liceum Ogólnokształcącym im. Gustawa Gizewiusza w Giżycku.

Podobnie jak w latach ubiegłych tematyka konsumencka poruszana była również za pośrednictwem lokalnej prasy.

W okresie sprawozdawczym ukazały się następujące informacje i porady Rzecznika:

1. *Pożyczyć łatwo, oddać znacznie trudniej* – Moje Giżycko Nr 7 /styczeń 2017
2. *Twój telefon milczy, a ty nie możesz zadzwonić?* - Moje Giżycko Nr 8 /luty 2017
3. *Ubezpieczać czy nie ubezpieczać?- oto jest pytanie* - Moje Giżycko Nr 9 /marzec 2017 (cz.I), Moje Giżycko Nr 10 /kwiecień 2017 (cz.II)
4. *Gdzie zwykły człek nie może, tam rzecznik pomoże* - Moje Giżycko Nr 11 /maj 2017 (cz.I), Moje Giżycko Nr 12 /czerwiec 2017 (cz.II), Moje Giżycko Nr 13 /lipiec 2017 (cz.III), Moje Giżycko Nr 14 /sierpień 2017 (cz.IV), Moje Giżycko Nr 15 /wrzesień 2017
5. *(Nie tylko) o reklamacji w telekomunikacji* - Moje Giżycko Nr 16 /październik 2017
6. *Chcesz zerwać umowę? Najpierw przeczytaj, co podpisałeś* - Moje Giżycko Nr 17 /listopad 2017
7. *Nie wystarczy, że jest ładne- auto musi być sprawne* - Moje Giżycko Nr 18 /grudzień 2017
8. *Coraz bliżej święta...Powiatowy Rzecznik Konsumentów radzi* - [www.powiatgizycki.pl](http://www.powiatgizycki.pl) (19.12.2017r.)
9. *Czy można oddać nietrafiony prezent?* - Gazeta Giżycka (21- 27.12.2017r.)
10. *Informacja dla osób pokrzywdzonych przez firmy telekomunikacyjne* - [www.powiatgizycki.pl](http://www.powiatgizycki.pl) (12.09.2017r.)
11. *Informacja dla osób posiadających kredyt „frankowy”* - [www.powiatgizycki.pl](http://www.powiatgizycki.pl) (22.11.2017r.)
12. *Informacja o VI Powiatowym Konkursie Wiedzy Konsumenckiej (30.03.2017r.) oraz o jego wynikach (24.04.2017r.)* – [www.powiatgizycki.pl](http://www.powiatgizycki.pl)

Ponadto Rzecznik zorganizował przy współpracy z Delegaturą Urzędu Komunikacji Elektronicznej w Olsztynie spotkanie z uczniami Szkoły Podstawowej Nr 7 w Giżycku w ramach kampanii informacyjnej „Mój smartfon, mój mały świat - klikam z głową” – spotkanie odbyło się w maju 2017r.

Inną formą edukacji konsumenckiej jest ekspozycja dostępnych materiałów informacyjnych dotyczących ochrony konsumentów, które znajdują się w holu budynku Urzędu. Broszury i materiały edukacyjne przesyłane przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie, Urząd Komunikacji Elektronicznej, czy też Europejskie Centrum 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](http://www.powiatgizycki.pl) w zakładce „Powiatowy Rzecznik Konsumentów” zamieszczone są podstawowe informacje związane z tematyką konsumencką np. przepisy prawne, porady konsumenckie oraz podstawowe wzory pism do wykorzystania przez konsumentów.

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

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

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

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

- **art. 479<sup>38</sup> kpc (niedozwolone postanowienia umowne)**

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

Jednakże same wystąpienia Rzecznika do przedsiębiorców w uzasadnionych przypadkach miały charakter wezwań do dobrowolnego zaniechania stosowania niedozwolonych postanowień umownych wzorców umów (zmiany treści wzorców umów). Rzecznik udzielał porad przedsiębiorcom w sprawie zmiany treści postanowienia wzorca umownego, jak również dokonywał ocen przedstawianych przez konsumentów umów dotyczących np. 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.

- **ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym**

Praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową (art.4 ustawy z dn.23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym - Dz.U. z 2007r. Nr 171,poz.1206 z późn. zm.).

W roku sprawozdawczym Rzecznik w trzech przypadkach zawiadamiał UOKiK o nieuczciwych praktykach rynkowych stosowanych przez firmy prowadzące sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa (sprzedaż na pokazach naczyń AGD, pościeli) oraz w dwóch przypadkach informował o praktykach firm kurierskich, które doliczały niezasadnie dodatkowe opłaty za przesyłki kurierskie.

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

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

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

Na podstawie art.42 ust.4 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2017r., poz.229), przedsiębiorca, do którego zwrócił się rzecznik konsumentów obowiązany jest udzielić rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii rzecznika. Zgodnie z art.114 ust.1 ww. ustawy, nieudzielenie odpowiedzi rzecznikowi jest wykroczeniem, zagrożonym karą grzywny, nie mniejszą niż 2.000 zł.

W okresie sprawozdawczym Rzecznik nie składał zawiadomień.

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

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



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

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

Świadomość konsumentów co do swoich praw oraz istnienia instytucji rzecznika konsumentów stale wzrasta, a konsumenci coraz częściej potrafią skorzystać z przysługujących im praw. Jednakże liczba konsumentów zgłaszających się z prośbą o poradę prawną i informację wskazuje jednoznacznie, że poziom wiedzy konsumenckiej nadal jest na dosyć niskim poziomie. Konsumenci nie znają swoich praw, nie znają instytucji, z pomocy których mogliby skorzystać przy rozwiązywaniu problemów związanych z usługami, czy też sprzedażą towarów. Dlatego też istotne jest, aby na wszystkich szczeblach prowadzić szeroko zakrojoną edukację konsumencką poprzez kampanie edukacyjne np. emisję w ogólnodostępnych mediach programów popularyzujących wiedzę z zakresu zarówno praw, jak i obowiązków występujących po stronie konsumentów oraz przedsiębiorców, czy też wydawanie materiałów informacyjnych w zakresie propagowania wiedzy konsumenckiej.

Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa w zakresie praw i obowiązków konsumentów jest istotnym elementem pozwalającym na edukację i podnoszenie samoświadomości wśród konsumentów, a co za tym idzie na skuteczne dochodzenie słuszných roszczeń. Podejmowane interwencje natomiast skutkują często uznawaniem roszczeń i odzyskiwaniem znacznych kwot, ma to więc niebagatelne znaczenie dla społeczności lokalnej.

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

Rzecznik zwraca uwagę, iż coraz większy problem zaczynają stanowić skargi związane z usługami pocztowymi i kurierskimi – zakupy na odległość, zwroty wzajemnych świadczeń po odstąpieniu od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, reklamacje usług kurierskich pokazują, że konieczne jest zwrócenie uwagi na ten sektor rynku, przeprowadzenie analizy. Sektor przewozowy reguluje przede wszystkim prawo przewozowe, które nie odpowiada regulacjom konsumenckim oraz realiom współczesnego rynku. Konsumenci często spotykają się ze złożonymi problemami wynikającymi z pojawienia się pośredników przewozowych, co powoduje, że pozycja konsumenta jest niejasna, często nie wie z kim zawiera umowę oraz jakie warunki mają do niej zastosowanie. Regulaminy firm pośredniczących odwołują się do regulaminów pośredników, a te z kolei wskazują na ich stosowanie w obrocie między profesjonalistami. Podobnie rzecz ma się ze składaniem reklamacji, gdzie firma przewozowa wymaga jej składania przez pośrednika.

Konieczne wydaje się również wprowadzenie zmian do prawa bankowego w zakresie dostępu przez rzeczników konsumentów do informacji objętych tajemnicą bankową. Obecnie rzecznicy muszą do wystąpień w indywidualnych sprawach konsumenckich załączać pisemne upoważnienie konsumenta. Poszerzenie katalogu podmiotów wskazanych w art. 104 Prawa bankowego o rzeczników konsumentów usprawni pracę rzecznikom i tym samym zyskają również konsumenci, gdyż wyeliminowana zostanie praktyka wydłużania odpowiedzi w związku z

wezwaniami do uzyskania lub uzupełnienia braków upoważnienia. Obecnie zdarzają się przypadki wydłużania przez banki terminu udzielania odpowiedzi pod pretekstem niewłaściwego upoważnienia lub innego często nieistotnego braku. W przypadkach gdy rzecznicy nie dysponują upoważnieniem banki udzielają odpowiedzi bezpośrednio konsumentom, którzy następnie przekazują odpowiedź rzecznikom, jednakże nie w każdym przypadku.

Zasadne byłoby także wprowadzenie jednolitego formularza informacyjnego do umów telekomunikacyjnych, podobnie jak to ma miejsce przy kredycie konsumenckim.

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

W 2017r. Powiatowy Rzecznik Konsumentów realizował zadania w zakresie ochrony konsumentów zapewniając konsumentom bezpłatne poradnictwo i informację prawną, występując do przedsiębiorców, pomagając konsumentom w ich sprawach sądowych, a także podejmując działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym. Rzecznik współdziałał z UOKiK, Inspekcją Handlową, organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami, do których zadań należy ochrona konsumentów.

W związku z pojawiającymi się nowymi, nieznanymi dotąd zagrożeniami, z którymi spotkać się mogą konsumenci, istnieje potrzeba stałego podnoszenia kwalifikacji poprzez uczestnictwo Rzecznika w różnego rodzaju szkoleniach dotyczących ochrony praw konsumenckich. Zmiany przepisów powodują konieczność stałego kształcenia, monitorowania orzecznictwa oraz uczestniczenia w szkoleniach.

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

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. Konsumenci wyrażają swoje zadowolenie telefonicznie, pisemnie lub osobiście dziękując za pozytywne załatwienie sprawy, co daje ogromną satysfakcję w codziennej pracy Rzecznika.

W swojej pracy Rzecznik zauważa niedostateczny jeszcze dostęp do informacji prawnej w sprawach o charakterze niekonsumenckim, ponieważ mieszkańcy powiatu często mylą kompetencje Rzecznika Konsumentów jako bezpłatnej pomocy prawnej w sprawach z zakresu prawa pracy, spraw rodzinnych, roszczeń cywilnych itp.

Z praktyki Rzecznika wynika, iż coraz więcej konsumentów jest świadomych swoich praw i nie obawia się z nich skorzystać. Również utrzymująca się na podobnym poziomie w stosunku do lat ubiegłych liczba udzielanych porad prawnych świadczy o coraz lepszej orientacji konsumentów gdzie szukać pomocy prawnej w przypadkach, kiedy sprawa jest skomplikowana lub też przedsiębiorca uporczywie odmawia uznania słuszných roszczeń konsumenta.

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

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

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

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

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

SPORZĄDZIŁA:

Powiatowy Rzecznik Konsumentów



mgr Katarzyna Toła-Leszczyńska

Giżycko, dnia 27 marca 2018r.

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

	1.1.osobiście i telefonicznie														razem	1.2. sprawy rozpatrywane pisemnie														razem												
	rozwiązanie umowy				wady towarów i nienależyte wykonanie umowy				warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne				nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.				inne				rozwiązanie umowy				wady towarów i nienależyte wykonanie umowy				warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne				nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.				inne					
	W/lokalu	bez	znaczenia	na odległość	poza lokalnie	W/lokalu	bez	znaczenia	na odległość	poza lokalnie	W/lokalu	bez	znaczenia	na odległość		poza lokalnie	W/lokalu	bez	znaczenia	na odległość	poza lokalnie	W/lokalu	bez	znaczenia	na odległość	poza lokalnie	W/lokalu	bez	znaczenia		na odległość	poza lokalnie	W/lokalu	bez	znaczenia	na odległość	poza lokalnie	W/lokalu	bez	znaczenia	na odległość	poza lokalnie
	<b>SPRZEDAŻ:</b>																																									
a	art. żywnościowe														5																											
b	11	4			168	3																																		9		
c	6			19	44	4																1																		3		
d	11	5			77	25		2	1																															4		
e	3	1			17	5																																		2		
f					1																																					
g	1	1			6	1																																				
h	2				5	4																																		1		
i	2	2		8	7								1																											1		
	<b>USŁUGI:</b>																																									
j	1				1																																				2	
k					7					1																																
l					3																																					
m					3																																					
n	1	1			1					4		3	2																													
o	3				4					10			1	3																												
p					6	2					6		1																													
r	8	1		3	2	2				3	4		5	5																												
s					4																																					
t	1	2			2	1																																				
u		1		2	2	1		2																																		
w					2																																					
x																																										
y					5								2	1																												
	<b>RAZEM</b>														20															2												
	50	18		32	367	48		4		19	10		3		16	12		1		82	6		3																		26	
	informacje ogólne														31																											
	niekonsumenckie														62															3												
															764	razem:														29												

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

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

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

																RAZEM
	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			
	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez	na odległość	poza lokalem	
<b>SPRZEDAŻ:</b>																
a	art. żywnościowe															1
b	odzież i obuwie															1
c	meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu															2
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy															
e	samochody i środki transportu osobistego															
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące															
g	produkty związane z opieką zdrowotną															
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci															
i	inne															
<b>USŁUGI:</b>																
j	związane z rynkiem nieruchomości															
k	bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja															
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia															
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu															
n	finansowe															1
o	ubezpieczeniowe															
p	pocztowe i kurierskie															2
r	telekomunikacyjne															1
s	transportowe															
t	turystyka i rekreacja															
u	sektor energetyczny i wodny															
w	związane z opieką i opieką zdrowotną															
x	edukacyjne															1 2 2 1
y	inne															
niekonsumenckie																
razem:															8	

