



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

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU ZA 2018 ROK

Sprawozdanie stanowi wykonanie obowiązku z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2019r., poz. 369), na podstawie którego przedkładam Staroście Giżyckiemu w terminie do 31 marca do zatwierdzenia roczne sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów za rok 2018.

Zatwierdzam:

STAROSTA

Mirosław Dariusz Drzażdżewski



SPIS TREŚCI

I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W GIŻYCKU	3
1. Struktura biura Rzecznika, stan kadrowy	3
II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW	5
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.....	12
5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i występowanie do toczących się postępowań.....	13
6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.....	14
7. Podejmowanie działań wynikających z:	17
• 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	18
1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.	18
2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników.....	20
IV. TABELE	
Tabela nr 1: Udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	22
Tabela nr 2: Występowanie do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw i interesów konsumentów.....	23
Tabela nr 3: Współdziałanie z innymi instytucjami.....	24
Tabela nr 4: Pomoc na drodze sądowej.....	25

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	56 922 stan wg GUS w 2017r.
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	- 3/5 etatu
7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	- 1/2 etatu
	- 2/5 etatu
	- 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
12. Budżet biura. Jeśli rzecznik nie ma własnego budżetu, proszę wpisać koszt zadania własnego „ochrona konsumentów” w budżecie powiatu. Jeśli podanie dokładnych kosztów jest niemożliwe, proszę je oszacować.	87.664,61 zł w tym koszty wynagrodzeń, pochodnych od wynagrodzeń, koszty szkoleń oraz koszty utrzymania biura Rzecznika w 2018r.

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 2018r.,poz.995). Stosownie do art. 39 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2019r., poz.369,) 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 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 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 podstawowym i najważniejszym zadaniem realizowanym przez rzecznika konsumentów. Tylko świadomy konsument może stać się równorzędnym partnerem w stosunkach z przedsiębiorcą i w pełni korzystać z przysługujących mu praw. Porady udzielane są osobiście, telefonicznie, mailowo oraz pisemnie.

Głównym celem podejmowanych w tym zakresie działań jest rozwijanie świadomości konsumentów, wyrabianie ich krytycznego zmysłu, tak by mogli w sposób racjonalny dokonywać wyborów i właściwie reagować na naciski handlowe i skutecznie egzekwować swoje roszczenia.

W roku sprawozdawczym rzecznik udzielił konsumentom **731** porad konsumenckich i informacji prawnych, w tym **592** porady udzielono osobiście i telefonicznie oraz **45** porad pisemnych.

W sprawach dotyczących zagadnień z zakresu **informacji ogólnych** rzecznik udzielił **18** porad, natomiast w sprawach **niekonsumenckich** - **80**.

Ze względu na sposób zawarcia umowy najwięcej zgłoszeń dotyczyło umów zawieranych **w lokalu przedsiębiorstwa - 485**, umów zawieranych **na odległość - 94**, a najmniej zawartych **poza lokalem przedsiębiorstwa - 54**.

Uwzględniając informacje sektorowe **w zakresie sprzedaży towarów /415/**, najwięcej porad udzielono w związku z reklamacjami urządzeń gospodarstwa domowego, elektroniki i sprzętu komputerowego, w tym telefonów komórkowych /123/ oraz odzieży i obuwia /119/.

Po poradę związaną z reklamacją mebli, artykułów wyposażenia wnętrza i utrzymania domu zgłosiły się 63 osoby, a 48 osób zgłaszało problem z reklamacją samochodów i innych środków transportu osobistego.

W przypadku porad dotyczących zakupu artykułów rekreacyjnych, zabawek i artykułów dla dzieci zgłosiło się 21 osób, 12 porad dotyczyło produktów związanych z opieką zdrowotną, 3 - z artykułami żywnościowymi oraz 1 porada z kosmetykami, środkami czyszczącymi i konserwującymi.

W **sektorze usług /218/** dominowały zgłoszenia z zakresu usług telekomunikacyjnych /61/, usług związanych z sektorem finansowym /34/, sektorem ubezpieczeniowym /29/, usług związanych z sektorem usług pocztowych i kurierskich /25/ oraz z sektorem energetycznym i wodnym /24/. Po poradę związaną z rynkiem nieruchomości oraz z usługami transportowymi zgłosiło się po 8 osób, 7 osób zgłaszało problem z usługami związanymi z turystyką i rekreacją, 4 osoby informowały o problemach z usługami związanymi z opieką zdrowotną, 3 - z konserwacją i naprawą pojazdów i innych środków transportu, po 2 - z bieżącą konserwacją, utrzymaniem domu, drobnymi naprawami, pielęgnacją oraz usługami edukacyjnymi.

Najwięcej porad udzielono w sprawach spornych wynikających z umów sprzedaży urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych i sprzętu komputerowego, gdzie prym wiedzie 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.

W przypadku jakości sprzedawanego obuwia można stwierdzić, że jest ona bardzo niska. Wady w postaci rozklejania podeszw, czy pękania cholewek pojawiają się już w ciągu trzech pierwszych miesięcy od daty zakupu. Cena obuwia nie ma tu żadnego znaczenia, bo problem dotyczy zarówno taniego obuwia, jak i uznanych na rynku marek. Niepokojącym zjawiskiem jest to, że sprzedawcy obuwia nagminnie nie uznają reklamacji, licząc, że konsument nie pójdzie do sądu. Bardzo często odpowiedzią na złożoną reklamację butów jest stwierdzenie, że po oględzinach organoleptycznych nie stwierdziliśmy żadnych wad mogących stanowić podstawę do uznania reklamacji. Powstanie uszkodzenia mechanicznego, czyli przejście do stanu niezdatności (podczas typowej eksploatacji) świadczy o niedostosowaniu materiału i odpowiedzialność za to powinien ponosić producent. Jednakże najczęściej brak rzetelności ze strony przedsiębiorców w rozpatrywaniu reklamacji powoduje, że konsekwencje złej jakości obuwia i odzieży ponoszą konsumenci.

Meble natomiast reklamowane były z powodu zapadania się siedzisk, marszczenia lub pęknięcia tkanin obiciowych, wad okleiny (rozklejeń, plam). Z kolei zabudowy meblowe wykonywano niestarannie, były niespasowane i nieestetyczne. Meble zamawiane z katalogów nie spełniały oczekiwań kupujących pod względem gabarytów, wyglądu, twardości itp. Najczęściej sprzedawcy odrzucali reklamację argumentując, że reklamowane zmiany są wynikiem uszkodzenia mechanicznego.

W przypadku usług telekomunikacyjnych konsumenci najczęściej skarżyli się na zawyżane rachunki spowodowane usługami o podwyższonej płatności i problemy związane ze zmianą operatora z zachowaniem numeru (naliczanie kar z powodu rozwiązania umowy przed terminem, długotrwałe przenoszenie numeru).

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.

Usługi pocztowe i kurierskie dotyczyły najczęściej uszkodzeń towarów podczas transportu, długich terminów dostarczenia przesyłki, czy też niedostarczenia przesyłki i jej zwrot do nadawcy.

Wiele problemów zgłaszanych przez konsumentów dotyczyło również umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość. Wśród konsumentów zawierających umowy poza lokalem przedsiębiorstwa przodują seniorzy, choć zdarzały się także przypadki umów zawieranych przez osoby młodsze. Przedmiotem umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa najczęściej jest sprzęt rehabilitacyjny (materace, fotele rehabilitacyjne, maty masujące itp.), sprzęt do gotowania, pieczenia, miksery, naczynia, pościel i inne. Tego rodzaju zakupy dokonywane są zazwyczaj na pokazach organizowanych w hotelach, restauracjach i domach kultury. Najczęściej zgłaszane problemy dotyczyły zwrotu towaru zakupionego na prezentacji lub za pośrednictwem internetu. Przedsiębiorcy często podnoszą zarzut zmniejszenia wartości towaru dokonując potrącenia nawet w wysokości 100% wartości towaru lub żądają zapłaty odszkodowania odmawiając zwrotu zapłaconej ceny.

W przypadku zawierania poza lokalem przedsiębiorstwa umów dotyczących sprzedaży i dostawy usług energetycznych częstym problemem są nieuczciwe praktyki rynkowe, polegające na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do tożsamości operatora, warunków umowy lub zmiany już realizowanych umów. Zdarza się że niektórzy konsumenci są w posiadaniu kilku umów sprzedaży energii elektrycznej zawartych w zbliżonym okresie z różnymi przedsiębiorcami. Wykorzystując zbytne zaufanie i niewiedzę konsumentów z naruszeniem przepisów prawa, przedstawiciele handlowi wprowadzając konsumentów w błąd, doprowadzają do zawarcia umów.

Niestety w wielu przypadkach rzecznik miał do czynienia z całkowitą niewiedzą i nieświadomością konsumentów tak w zakresie funkcjonowania rynku sprzedaży energii elektrycznej (swobody i możliwości zmiany sprzedawcy), jak i przysługującym konsumentom prawem do odstąpienia od umowy. Konsumenci wierzą w zapewnienia przedstawicieli handlowych i nie weryfikują przekazywanych informacji z treścią i warunkami umowy. Konsumenci nie zwracają bowiem uwagi na rodzaj podpisywanych dokumentów a przede wszystkim nie sprawdzają z jaką firmą umowę zawierają. W większości przypadków konsumenci nie chcą lub nie potrafią przyswoić sobie wiedzy na temat obecnego funkcjonowania rynku sprzedaży energii elektrycznej i podziału przedsiębiorstw na dystrybucyjne i sprzedażowe. Najczęściej konsumenci zgłaszali się do rzecznika po upływie kilku miesięcy od podpisania umowy z nowym sprzedawcą, dopiero wówczas gdy otrzymali rachunki, z których wynikało, że zobowiązani są dokonać osobno opłaty za dystrybucję i osobno za energię elektryczną. Konsumenci obowiązek regulowania osobnych opłat dystrybucyjnych i sprzedażowych odbierają jako konieczność opłacania podwójnych rachunków za zużycie prądu. Problemy związane z tego rodzaju umowami pokazują, że konsumenci nie wykazują chęci uzyskania informacji w tym zakresie - są zainteresowani wyłącznie rozwiązaniem nowej umowy. W przypadku umów zawartych na czas oznaczony wiąże się to z naliczeniem kary umownej, którą konsumenci zdecydowani są zapłacić, byle umowa została rozwiązana.

Podobne problemy w zakresie umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość dotyczą zmiany umowy o usługi telekomunikacyjne i zmiany operatora telekomunikacyjnego. Konsumenci w skargach podnosili, że przy zmianie operatora telekomunikacyjnego byli wprowadzeni w błąd, gdyż często nowi operatorzy podszywali się pod innego operatora, nie udzielali informacji o faktycznej wysokości opłat abonamentowych, utrudniali odstąpienie od umowy, nie pozostawiali podpisanych przez konsumentów umów lub nie doręczali wszystkich dokumentów po podpisaniu umowy. Konsultanci telefoniczni dzwonili najczęściej do osób starszych, właścicieli numerów stacjonarnych wywierając na nich błędne wrażenie o tym, że rozmawia z nimi ich dotychczasowy operator.

Wiedza konsumentów w zakresie przysługujących im praw nadal jest niska. W większości nie rozróżniają oni rękojmi od gwarancji i zdają się na sprzedawcę, który spisuje zgłoszenie reklamacyjne. W efekcie reklamacje spisywane są jako gwarancyjne, a reklamowany towar wielokrotnie naprawiany. Konsumenci nie wiedzą czego mogą żądać w przypadku wadliwości towarów. Są też przekonani, że kupując w stacjonarnym sklepie mają prawo odstąpienia od umowy, co jest nieprawdą. Odstąpienie od umowy zawartej w siedzibie przedsiębiorcy uzależnione jest od dobrej woli sprzedawcy, zaś prawo takie przysługuje wyłącznie w przypadku umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa.

Należy podkreślić, że wszelkie porady udzielane były po wnikliwym zapoznaniu się z dokumentacją reklamacyjną. Wyjaśniano konsumentom, jakie przepisy mają zastosowanie w ich sprawach, jakie roszczenia im przysługują oraz jakie działania mogą podjąć, aby wyegzekwować satysfakcjonujące ich rozwiązanie. Konsumentom, którzy nie byli w stanie samodzielnie sporządzić pisma do przedsiębiorcy, przygotowywano jego projekt.

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. Konsumenci 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.

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.

Konsumenci niejednokrotnie nie potrafią również skorzystać z gotowego wzoru reklamacyjnego i stąd konieczność w zredagowaniu lub 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 interwencji pisemnej celem ustalenia stanu faktycznego.

Wielu konsumentów ma problem ze zrozumieniem reguł panujących na rynku, w związku ze wzrostem skomplikowanych spraw, wymagających analizy umów, regulaminów, cenników, zatem zapotrzebowanie na porady rzecznika jest duże.

Rzecznik w okresie sprawozdawczym przygotował konsumentom **110** pism, które dotyczyły głównie wezwania do wykonania zobowiązania, wyznaczenia dodatkowego terminu do wykonania zobowiązania, wezwania do zapłaty, oświadczenia o odstąpieniu od umowy, oświadczenia o uchyleniu się od skutków prawnych umowy zawartej pod wpływem błędu, wniosków do Rzecznika Finansowego oraz pism procesowych.

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 korzystał z powyższego uprawnienia.

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

Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów jest obok poradnictwa, podstawowym instrumentem prawnym wykorzystywanym przez rzecznika mającym na celu udzielenie pomocy konsumentom. Wystąpienia do przedsiębiorców, podejmowane są na skutek wnoszonych przez

konsumentów wniosków i skarg dotyczących naruszeń praw i interesów konsumentów przez poszczególnych przedsiębiorców. Podejmowane na wniosek konsumentów wystąpienia rzecznika kierowane do przedsiębiorców przybierają zróżnicowane formy wezwań. I tak w swoich wystąpieniach rzecznik wzywa przedsiębiorców do: wykonania ciążącego na przedsiębiorcy obowiązku, zaniechania niedozwolonych zachowań, udzielenia stosownych wyjaśnień mających na celu rozwiązanie istniejącego pomiędzy stronami (konsument-przedsiębiorca) sporu.

Wnioski i skargi konsumentów dotyczą najczęściej problemu istnienia niezgodności towaru z umową. Konsumentom bowiem nie zawsze potrafią udowodnić występowanie niezgodności, którą kwestionuje sprzedawca. W tym celu pożądanym byłoby uzyskanie przez konsumenta opinii specjalisty, która stanowiłaby argument w sporze z przedsiębiorcą. Konsumentom jednak w większości nie decydują się na powołanie rzeczoznawcy, gdyż wiąże się to z dodatkowymi kosztami, które niejednokrotnie bywają wyższe niż cena towaru.

Podejmowane przez rzecznika interwencje prowadzone są wnikliwie – do wyczerpania wszystkich argumentów, którymi można podważyć stanowisko przedsiębiorcy. Polemiki i mediacje prowadzone z przedsiębiorcami są niekiedy długotrwałe i pracochłonne, ale mają na celu osiągnięcie pozytywnych rezultatów w postaci uznania roszczeń konsumentów.

W swoich wystąpieniach rzecznik opisuje stan faktyczny przedstawiony przez konsumenta i wynikający z posiadanych dokumentów, podaje podstawę prawną roszczeń i wzywa do polubownego zakończenia sprawy.

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.

Należy podkreślić, że rzecznik konsumentów nie posiada wobec przedsiębiorców uprawnień władczych (nadzorczych i kontrolnych) i nie może nakazać im zachowania się w sposób oczekiwany przez konsumenta, ani też wymusić zachowania zgodnego z obowiązującymi przepisami. Spór konsumencki ma charakter cywilnoprawny i jeżeli przedsiębiorca podtrzyma swoje negatywne stanowisko, spór ten może zostać rozstrzygnięty wyłącznie na drodze sądowej.

Rzecznik nie jest też rzeczoznawcą, ani nie dysponuje wiedzą specjalistyczną z zakresu funkcjonowania poszczególnych towarów i urządzeń, czy prawidłowości świadczonych usług. Nie ma więc kompetencji do oceny przyczyn wadliwości rzeczy lub usługi.

W 2018 roku do biura rzecznika wpłynęło **13** wniosków o podjęcie interwencji. Podana liczba wystąpień nie odzwierciedla faktycznej ilości kierowanych do przedsiębiorców pism. Zdarza się, że jedna interwencja rzecznika przynosi pozytywny rezultat, ale w wielu sprawach wniosek konsumenta wymaga kilkakrotnych wystąpień do przedsiębiorcy, w celu uzyskania oczekiwanego, pozytywnego rezultatu. W sytuacji sprawy skomplikowanej lub nieprzejrzystości przedstawionej przez konsumenta, rzecznik niejednokrotnie występuje do kilku przedsiębiorców w

celu wyjaśnienia problemu. Tak więc w ramach jednego wniosku zarejestrowanego jako jedna sprawa, rzecznik może przygotować kilka wystąpień do przedsiębiorców.

Interwencje w sferze sprzedaży dotyczyły w szczególności: reklamacji mebli np. wybarwienia frontów w meblach kuchennych czy też różnic w zastosowaniu materiału obiciowego w sofie (różne gatunki skór), zakupu auta z komisji z wadami, zmniejszenia wartości rzeczy (odkurzacza i parowaru) przy odstąpieniu od umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, wad kurtki damskiej, reklamacji telefonu komórkowego, wielokrotnych reklamacji wideorejestratora samochodowego.

W przypadku sfery usług interwencje dotyczyły: uszkodzenia przesyłki kurierskiej z maską samochodową, reklamacji słabego zasięgu internetu, odstąpienia od umowy sprzedaży energii elektrycznej oraz paliw gazowych bez naliczenia kary umownej, zmiany sprzedawcy energii elektrycznej, odstąpienia od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych, odstąpienia od umowy sprzedaży atrapy chłodnicy (zakup na odległość)

Do rzecznika wpływają również wnioski konsumentów, którzy bezzasadnie formułują swoje zarzuty przeciwko przedsiębiorcom. Wynika to niekiedy z faktu przekroczenia terminów ustawowych do dochodzenia swoich roszczeń lub też zaakceptowania warunków przedstawionych w umowach. Często zdarza się, że konsumenci nie zwracają uwagi 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.

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.

Liczba udzielonych porad prawnych i wystosowanych wystąpień do przedsiębiorców na przestrzeni lat 2008 – 2018

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

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)

W okresie sprawozdawczym rzecznik nadal kontynuował współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Inspekcją Handlową w zakresie ochrony praw konsumentów. Na bieżąco współpracował z następującymi instytucjami, które działają na rzecz ochrony praw konsumentów: Stowarzyszeniem Konsumentów Polskich, Europejskim Centrum Konsumenckim, Urzędem Regulacji Energetyki, Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Stowarzyszeniem Rzeczników Konsumentów, Rzecznikiem Finansowym, Federacją Konsumentów.

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 ramach współpracy z Inspekcją Handlową rzecznik przekazywał również sygnały konsumenckie dotyczące miejsc na terenie powiatu giżyckiego, w których najczęściej odbywają się pokazy handlowe.

Rzecznik otrzymując skargi od konsumentów informujące o stosowanych przez przedsiębiorców praktykach rynkowych naruszających prawa konsumentów, przekazywał na bieżąco dokumentację skargowe na okoliczność prowadzonych przez Urząd 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 oraz Stowarzyszenia Rzeczników Konsumentów 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 13.02.2018r. - Wykład on-line Europejskiego Centrum Konsumenckiego - „Ukryte” koszty e-randkowania czyli kilka słów o pułapkach subskrypcji w portalach internetowych,
- w dniu 14 -15.03.2018r. w Warszawie - Kongres Konsument 2018- „Kto tworzy cyfrowego konsumenta?”
- w dniu 24.04.2018r. w Bydgoszczy – Warsztaty dla rzeczników konsumentów z zakresu ochrony konsumentów,
- w dniach 06-08.06.2018r. w Rucianem Nidzie - seminarium dla rzeczników konsumentów, nt.: prawa pocztowego, windykacji i terminów przedawnień, nowelizacji prawa telekomunikacyjnego,
- w dniu 11.09.2018r. w Warszawie – KNF w ramach programu CEDUR - Kredyt konsumencki,
- w dniach 09.10.2018r. w Białymstoku – Nieuczciwe praktyki rynkowe, rękojmia i gwarancja. Praktyczna realizacja uprawnień konsumenta,
- w dniu 21.11.2018r. w Warszawie – Szkolenia dla rzeczników konsumentów z zakresu problemów rynku finansowego i procedury cywilnej,

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

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, pism, 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 2018 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 konsumentowi wniosek o przywrócenie terminu wraz ze sprzeciwem od nakazu zapłaty wydanym przez e-sąd w postępowaniu uproszczonym w sprawie wystawionego mandatu za jazdę bez biletu (PKP). Rzecznik przygotował również 1 wniosek o zawezwanie do próby ugodowej do samodzielnego wniesienia przez konsumenta w związku z zakupem 10 sztuk wadliwych wewnętrznych skrzydeł drzwiowych.

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 przysługujących im praw, wskazując na konkretne przepisy, mające zastosowanie w danej sprawie.

Przykładem lat ubiegłych rzecznik zorganizował w dniu 13.04.2018r. VII Powiatowy Konkurs Wiedzy Konsumentki skierowany do uczniów szkół ponadgimnazjalnych z terenu powiatu giżyckiego (dla których organem prowadzącym jest powiat giżycki), nad którym patronat objęli Starosta Giżycki – Waclaw 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 II Liceum Ogólnokształcące. W wyniku przeprowadzonego postępowania konkursowego laureatkami konkursu zostały uczennice : I miejsce – Aleksandra Szpakowska (II LO), II miejsce – Wioleta Aftyka (ZSKŚIA), III miejsce – Julia Szyłejko (ZSEil).

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 działające na rzecz konsumentów.

W ramach tej sfery działalności rzecznik w roku 2018 przeprowadził 2 lekcje w II Liceum Ogólnokształcącym im. Gustawa Gizewiusza w Giżycku.

Rzecznik uczestniczył również w pokazie handlowym w jednym z giżyckich hoteli zorganizowanym przez przedsiębiorcę Comfort Med.+ Sp. z o.o. – profilaktyka chorób kręgosłupa połączona ze sprzedażą mat masujących, odkurzaczy, wyciskarek do skoków, zestawów garnków, parowarów. Rzecznik miał okazję zapoznać się z praktykami stosowanymi przez sprzedawców oraz poinformować uczestników, iż w przypadku podjęcia decyzji zakupu towarów oferowanych przez przedsiębiorcę mają możliwość odstąpienia od takiej umowy w terminie 14 dni.

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. *Gdy nie wszystko gra w Twoich „czterech kółkach”* – Moje Giżycko Nr 19 /styczeń 2018
2. *Czytelnie, widocznie i jednoznacznie* - Moje Giżycko Nr 20 /luty 2018
3. *Nigdy nie kupujmy kota w worku* - Moje Giżycko Nr 21 /marzec 2018
4. *Wszyscy jesteśmy konsumentami* - Moje Giżycko Nr 22 /kwiecień 2018
5. *Dzień dobry Pani, chciałbym przedstawić ofertę...* - Moje Giżycko Nr 23 /maj 2018
6. *Turysto, popatrz, co masz na talerzu!* - Moje Giżycko Nr 24 /czerwiec 2018
7. *Lecimy na wakacje- uwaga na „turbulencje”!* - Moje Giżycko Nr 25 /lipiec 2018
8. *Wybierasz się na urlop? Koniecznie przeczytaj!* - Moje Giżycko Nr 26 /sierpień 2018
9. *Szkolne ubezpieczenie- Rodzice, to Wy decydujecie!* - Moje Giżycko Nr 27 /wrzesień 2018
10. *Kiedy pieniądze nie trafiają do adresata...* - Moje Giżycko Nr 28 /październik 2018
11. *Dziecko i smartfon- zabezpiecz się przed „Ekstra” kosztami!* - Moje Giżycko Nr 29 /listopad 2018
12. *Przedawnienie roszczeń- czym jest, jak z niego korzystać, jakie są terminy?* - Moje Giżycko Nr 30 /grudzień 2018
13. *Informacja o VII Powiatowym Konkursie Wiedzy Konsumenckiej (03.04.2018r.) oraz o jego wynikach (16.04.2018r.)* – www.powiatgizycki.pl

14. Wywiad radiowy dla stacji radiowej Meloradio, Oddział w Giżycku nt. zakupów przedświątecznych, pokazów, pożyczek, działalności rzecznika konsumentów.

Ukazujące się w prasie artykuły prasowe nie tylko przyczyniają się do rozpowszechnienia wśród czytelników wiedzy z dziedziny prawa konsumenckiego, ale także pełnią rolę prewencyjną, ostrzegając konsumentów przed nieuczciwymi przedsiębiorcami, sytuacjami, które mogą rodzić niekorzystne dla konsumentów konsekwencje i w ten sposób mają wyostrzyć ostrożność konsumenta, który świadom swych praw jest w stanie unikać niepożądanych sytuacji.

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 publikacje 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 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. 479³⁸ 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 obrocie konsumenckim większość umów zawieranych jest na podstawie gotowych wzorców umownych. Wzorce umowne to wszelkie jednostronne przygotowane z góry, przed zawarciem umowy, gotowe klauzule umów w postaci warunków umów, ich wzorów, regulaminów. Jako akty o ogólnym charakterze narzucane przez zwolenników, stają się zagrożeniem dla interesów drugiej strony, szczególnie dla konsumentów będących słabszą stroną na rynku gospodarczym. Niedozwolone postanowienia umowne to klauzule, które w nieproporcjonalny sposób rozkładają ryzyko (nadmierne obowiązki, uszczuplone prawa) między stronami umowy. Stosowanie takich klauzul jest zabronione prawem, szczególnie w obrocie konsumenckim.

W przypadku, gdy umowa zawierała niedozwolone postanowienia wpisane do Rejestru niedozwolonych postanowień umownych prowadzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, rzecznik informował konsumentów, że takie postanowienia nie wiążą konsumenta z mocy samego prawa.

- **ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym**

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

W roku sprawozdawczym rzecznik w jednym przypadku zawiadomił UOKiK o nieuczciwych praktykach rynkowych stosowanych przez firmę prowadzącą sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa urządzenia działającego polem magnetycznym.

- **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 2019r., poz.369), przedsiębiorca, do którego zwrócił się rzecznik konsumentów obowiązany jest udzielić rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii rzecznika. Niestety, w praktyce przedsiębiorcy nie zawsze, pomimo ponagleń, udzielają odpowiedzi na wystąpienia. W tej sytuacji zgodnie z art.114 ust.1 ww. ustawy rzecznikowi przysługuje uprawnienie wystąpienia z wnioskiem o ukaranie przedsiębiorcy grzywną (kara grzywny, nie mniejsza niż 2.000 zł).

W okresie sprawozdawczym rzecznik złożył do Komendy Miejskiej Policji w Łomży jedno zawiadomienie o ukaranie przedsiębiorcy za brak ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika. Przedsiębiorca po kontakcie z Policją skontaktował się z rzecznikiem, informując iż dokonał naprawy rolet. Wobec czego, rzecznik wycofał wniosek o ukaranie karą grzywny przed skierowaniem sprawy do sądu.

- **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. 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 słusznych 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. Konsumenti 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.

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 słuszych roszczeń.

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. Sektor przewozowy reguluje przede wszystkim prawo przewozowe, które nie odpowiada regulacjom konsumenckim oraz realiom współczesnego rynku. Konsumenti 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.

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

2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników

W okresie sprawozdawczym 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 chętnie nadal by korzystał.

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

Rzecznik widzi potrzebę udzielania rzecznikom przez UOKiK na bieżąco informacji o toczących się w Urzędzie postępowaniach w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów lub też dostępu do bazy danych (oczywiście w ograniczonym zakresie) o przedsiębiorcy, przedmiocie i delegaturze UOKiK zajmującej się sprawą.

Odnosząc się natomiast do sprawozdawczości tabelarycznej, to zdaniem rzecznika tabele sprawozdań winny zawierać również rubrykę pod nazwą *pisma przygotowane dla konsumentów przez rzeczników*.

W obecnych tabelach brakuje takiej rubryki, w której można byłoby umieścić liczbę przygotowanych pism przy udzielaniu porady. Pisma przygotowane przez rzeczników, często skutecznie rozwiązują problem konsumenta, jeszcze przed wszczęciem postępowania.

Innym problemem jest również odmowa przedkładania przez przedsiębiorców kopii dokumentów lub nagrań rozmów z konsumentami. Rzecznicy nie zostali wprost wyposażeni w kompetencję do żądania od przedsiębiorców przedstawienia kopii dokumentów, dlatego też takie przypadki nie ułatwiają pracy rzecznika i pośrednio wpływają na niższy poziom ochrony i pomocy konsumentów.

Skuteczna i aktywna działalność rzecznika sprzyja dobremu wizerunkowi powiatu, jako przyjaznemu mieszkańcom, podejmującemu ich problemy. Stąd istotną sprawą jest umiejętne i cierpliwe wnikanie w treść spraw oraz spełnienie oczekiwań poszkodowanych. Zaznaczyć tu należy, iż praca ta wymaga szczególnego obiektywizmu tak, aby żądania konsumentów miały charakter rzeczowy i uzasadniony i nie naruszały dobrych obyczajów w relacjach sprzedawca-konsument, z czym także rzecznik się spotyka. Rosnąca z roku na rok ilość różnych spraw powoduje, że należy również bardzo wnikliwie monitorować przepisy prawne i przeciwdziałać wszelkim praktykom

naruszającym interesy konsumentów poprzez m.in. szersze wyjście z nowymi formami edukacyjnymi poprawiającymi świadomość konsumenta. Działalność biura rzecznika konsumentów jest bowiem bardzo ważna dla mieszkańców powiatu giżyckiego, gdyż w tym miejscu uzyskują pomoc w egzekwowaniu swoich praw w sprawach indywidualnych.

Działania rzecznika mają pozytywny wydźwięk, gdyż udzielanie bezpłatnej 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.

SPORZĄDZIŁA:

Powiatowy Rzecznik Konsumentów



mgr Katarzyna Toła-Leszczyńska

Giżycko, dnia 26 marca 2019r.

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 znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem		
SPRZEDAŻ:																	
a	art. żywnościowe																
b	odzież i obuwie																1
c	meble, artykuły wyposażenia wewnątrz, utrzymania domu																2
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																1 2 3
e	samochody i środki transportu osobistego																1 1 2
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																
g	produkty związane z opieką zdrowotną																
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																
i	inne																
USŁUGI:																	
j	związane z rynkiem nieruchomości																
k	bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																
n	finansowe																
o	ubezpieczeniowe																
p	pocztowe i kurierskie																1
r	telekomunikacyjne																1 1 2
s	transportowe																
t	turystyka i rekreacja																
u	sektor energetyczny i wodny																1 1 2
w	związane z opieką i opieką zdrowotną																
x	edukacyjne																
y	inne																
RAZEM																	1 2 7 3 1 13
informacje ogólne																	
niekonsumenckie																	
razem:																	13

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 znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem		
	SPRZEDAŻ:																	
a	art. żywnościowe																	
b	odzież i obuwanie																1	1
c	meble, artykuły wyposażenia wewnątrz, utrzymania domu																	
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															2		2
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																	
i	inne																	
	USŁUGI:																	
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															1
p	pocztowe i kurierskie																	
r	telekomunikacyjne																	
s	transportowe																	
t	turystyka i rekreacja																	
u	sektor energetyczny i wodny																	
w	związane z opieką i opieką zdrowotną																	
x	edukacyjne																	
y	inne																	
	niekonsumenckie																	
		razem:															4	

Tabela 4.
pomoc na drodze sądowej

	4.1. udział RK w postępowaniach sądowych															4.2. pomoc konsumentom w samodzielnych dochodzeniu roszczeń przed sądami															RAZEM		
	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			RAZEM	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			RAZEM	
	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem		w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość			poza lokalem
	SPRZEDAŻ:																																
a	art. żywnościowe																																
b	odzież i obuwie																																
c	meble, artykuły wyposażenia wewnątrz, utrzymania domu																																
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy															1															1		
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																																
	USŁUGI:																																
j	związane z rynkiem nieruchomości																																
k	bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																																
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																																
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																																
n	finansowe																																
o	ubezpieczeniowe																																
p	pocztowe i kurierskie																																
r	telekomunikacyjne																																
s	transportowe																																
t	turystyka i rekreacja																																
u	sektor energetyczny i wodny																																
w	związane z opieką i opieką zdrowotną																																
x	edukacyjne																																
y	inne																																
	RAZEM															1															1		
	sprawy o ukaranie																																
razem:																razem:																2	