

OP. lewst.
+ BR

09/04

A

STAROSTWO POWIATOWE
w Chojnicach

wpł. dn. 2018-04-09

☐ pocztą

☒ złożono osobiście

L.dz. 9479 podpis

SPRAWOZDANIE
z działalności
Powiatowego Rzecznika Konsumentów
w Chojnicach
za 2017 r.

Sprawozdanie stanowi wykonanie obowiązku wynikającego z zapisu art. 43 ust.1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2017 r., poz. 229 ze zm.) na podstawie którego przedkładam Staroście Chojnickiemu do zatwierdzenia roczne sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów za 2017 r. w celu zatwierdzenia.

Zatwierdzam:

Starosta Chojnicki

Stanisław Skaja

SPIS TREŚCI

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

Struktura biur Rzecznika, stan kadrowy.

1. Województwo	POMORSKIE
2. Miasto /Powiat	CHOJNICE
3. Liczba mieszkańców miasta/powiatu	96 952
4. Imię i nazwisko Rzecznika Konsumentów	JOANNA GIERSEWSKA
5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	WYŻSZE ADMINISTRACYJNE, WYŻSZE PRAWNICZE
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	
7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	$\frac{3}{5}$ etatu $\frac{1}{2}$ etatu $\frac{2}{5}$ etatu $\frac{1}{5}$ etatu - inne, np. dyżury
DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI NA PYT. 7	
8. Liczba dni/godzin w tygodniu, w których wykonywane są zadania Rzecznika Konsumentów (np. 5 razy w tygodniu po 3 godziny).	
9. Rzecznik działa w ramach wyodrębnionego biura (art. 40 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów 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 niemożliwa, proszę je oszacować.	Rzecznik nie posiada wyodrębnionego budżetu. Koszt utrzymania biura (woda, c.o., materiały biurowe, oświetlenie) wynosi ok. 5 950 zł rocznie

II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

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

Podstawowym zadaniem Rzecznika Konsumentów było udzielanie bezpłatnych porad i informacji konsumentom. Działanie to nastawione było na profilaktyczne informowanie konsumentów o różnego rodzaju zagrożeniach występujących na rynku oraz udzielaniu porad prawnych w przypadkach, gdy dochodziło do konkretnego naruszenia praw konsumentów.

Należy przyznać, iż poradnictwo prawne było najbardziej popularną (a właściwie najbardziej preferowaną przez konsumentów) formą pomocy świadczonej przez Rzecznika Konsumentów.

Z uwagi na pełnienie funkcji jednoosobowo i duży wzrost spraw o skomplikowanym charakterze wymagających pogłębionej analizy stanu faktycznego i prawnego, Rzecznik Konsumentów w Chojnicach wykonywał przede wszystkim zadania w zakresie bezpłatnych porad prawnych i prowadzenia mediacji z przedsiębiorcami. Ta forma pomocy odbywała się pisemnie, telefonicznie, drogą elektroniczną bądź bezpośrednio podczas osobistej wizyty w urzędzie. Niemniej jednak należy podkreślić, że Rzecznik Konsumentów nie odpowiadał na zapytania przysyłane drogą elektroniczną w formie anonimowego zgłoszenia bez jakichkolwiek danych osobowych – pouczenie w tym zakresie zawarte jest na stronie internetowej Starostwa Powiatowego w zakładce Powiatowy Rzecznik Konsumentów. Tak przesłanej korespondencji nie sposób zarejestrować. Rzecznik Konsumentów nie stosuje przepisów KPA, niemniej jednak instytucja ta jest usytuowana w strukturze organizacyjnej samorządu powiatowego i tym samym każdy wniosek czy zapytanie podlegała rejestracji.

W art. 42 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zostały określone zadania Rzecznika Konsumentów, jakie ma on do spełnienia w dziedzinie ochrony konsumentów. Mając na uwadze to, że zakres zadań Rzecznika Konsumentów, określony w art. 42 ustawy jest przykładowy, pozwala to Rzecznikowi wykonywać inne zadania - w zależności od pojawiających się potrzeb.

Rzecznik Konsumentów udzielał informacji o obowiązujących regulacjach prawnych i możliwości ich wykorzystania przez zainteresowanych lub udzielał porad odnośnie sposobu postępowania w danej sprawie.

Ochrona konsumentów obejmowała działania na wielu płaszczyznach, a zadania stawiane w tym zakresie wymagały bardzo dobrej znajomości przepisów prawnych z różnych dziedzin. Niejednoznaczność i częste zmiany przepisów wymagają umiejętności ciągłej ich aktualizacji i analizy. Przepisy w zakresie ochrony konsumentów i procedury wewnętrzne określają tryb i sposób postępowania w sprawach zgłaszanych przez konsumentów. Bezpośredni kontakt z konsumentem wymagał kompetencji i umiejętności stosowania różnorodnych metod i przepisów w celu udzielenia pomocy prawnej.

Podstawowym celem podejmowanych działań w zakresie bezpłatnego poradnictwa było rozwijanie świadomości konsumentów, kształtowanie ich krytycznego zmysłu, tak by mogli w sposób racjonalny dokonywać wyborów i właściwie reagować na naciski handlowe i skutecznie egzekwować swoje roszczenia.

W 2017 roku Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Chojnicach udzielił 1046 porad, konsultacji i informacji prawnej. Sprawy przedstawiane przez interesantów dotyczyły bardzo rozległej i złożonej problematyki. Różnorodne były także formy udzielania pomocy.

W ilości udzielonych porad nie objęto zgłoszeń spoza zadań Powiatowego Rzecznika Konsumentów, a było ich ok. 82 – jest to liczba orientacyjna, gdyż nie prowadzi się dokładnie tej statystyki, ponieważ dotychczas nie było to objęte zakresem zadań Rzecznika.

Pomoc prawna w sprawach złożonych, wymagających wnikliwej analizy problemu realizowana była tak, jak każdego roku poprzez:

- przedstawianie konsumentom sytuacji prawnej i wskazywanie, jakie są możliwości ewentualnego rozwiązania zgłoszonego problemu,
- podejmowanie w imieniu konsumentów bezpośredniej interwencji u przedsiębiorców,
- podejmowanie innych działań w kierunku ugodowego zakończenia sporów, np. poprzez prowadzenie mediacji.

W zależności od rodzaju sprawy i zgromadzonego materiału dowodowego – w przypadku stwierdzenia naruszenia prawa Rzecznik Konsumentów wskazywał przedsiębiorcy właściwy sposób załatwienia spornej sprawy oraz wnosił o jego realizację. Natomiast w przypadku wątpliwości lub niejasności - zwracał się do przedsiębiorcy o przedstawienie wyjaśnień wobec stawianych zarzutów.

Podejmowane interwencje prowadzone były bardzo wnikliwie – do wyczerpania wszystkich argumentów. Polemiki i mediacje prowadzone z przedsiębiorcami były niekiedy długotrwałe i bardzo pracochłonne a czasem bywały też nieskuteczne. Nowo powstałe firmy telekomunikacyjne i energetyczne są całkowicie zablokowane na jakąkolwiek możliwość negocjacji, wobec czego sprawy z tego zakresu trafiają pod rozstrzygnięcie sądu powszechnego i tym samym kończą się dopiero na tym etapie.

Realizując zadania Rzecznik Konsumentów opiera się na wielu regulacjach prawnych dotyczących ochrony praw konsumentów. W szczególności są to ustawy: *Kodeks cywilny, o prawach konsumenta, prawo telekomunikacyjne, prawo przewozowe, o usługach turystycznych, prawo pocztowe, prawo bankowe, o cenach, o kredycie konsumenckim, o działalności ubezpieczeniowej, o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, kodeks postępowania cywilnego, kodeks karny, kodeks postępowania karnego, kodeks wykroczeń, o ochronie konkurencji i konsumentów, o języku polskim, o Inspekcji Handlowej, o kosztach sądowych w sprawach cywilnych oraz szereg innych aktów wykonawczych.*

Nadal w wielu życiowych sytuacjach konsumenci nie radzą sobie z zaistniałym problem na skutek braku znajomości przysługujących im praw. Dotyczy to szczególnie osób starszych powyżej 70 r.ż. W starciu z profesjonalistą wykorzystującym naiwność oraz łatwowierność seniorów - byli oni całkowicie bezradni i czuli się zagubieni w gąszczu przepisów prawnych oraz nie potrafili zrozumieć warunków umowy czy regulaminu. Z każdym rokiem nasila się zjawisko coraz bardziej agresywnie prowadzonej sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość wobec seniorów. Wzrasta ilość stosowania przez przedsiębiorców niedozwolonych praktyk rynkowych, które jak się później okazuje są trudne do udowodnienia. W roku sprawozdawczym odnotowano dużo skarg na przedsiębiorców, których przedstawiciele oferujący zawarcie umowy poza lokalem nie informowali, jaką firmę reprezentują a w zasadzie sugerowano, iż reprezentuje się dotychczasowego usługodawcę - przez co wprowadzano danego konsumenta w błąd. Prowadzenie negocjacji z tego typu spółkami było praktycznie niemożliwe, gdyż przedsiębiorcy nie przyznawali się do stosowania nieuczciwych praktyk w trakcie pozyskiwania nowych klientów. Tego typu sprawy były więc dość trudne dowodowo.

W dalszym ciągu problemem było także to, że w przypadku gdy konsument posiadał kopię podpisanej umowy to jej po prostu nie czytał i zgłaszał się po poradę do Rzecznika Konsumentów po upływie ustawowego terminu do odstąpienia od umowy. Dlatego

też występowały sytuacje, gdy po przeanalizowaniu zawartej umowy okazywało się, iż zastrzeżenia konsumenta były nieuzasadnione, gdyż umowa wyraźnie precyzowała obowiązki i uprawnienia stron – czyli zawierała pouczenie o możliwości odstąpienia od umowy.

Jak co roku pojawiały się sytuacje, w których konsumenci zgłaszali do Rzecznika sprawy z niemalże każdej dziedziny życia, jak. np. zakup towaru od osoby fizycznej, sprzedaż między przedsiębiorcami, z zakresu prawa pracy i spraw rodzinnych, naruszenia dóbr osobistych, egzekucji komorniczej, sporu ze spółdzielnią mieszkaniową lub wspólnotą, czy urzędem skarbowym, najmu lokalu, itp. – z tego wynika, że społeczeństwo oczekuje od Rzecznika Konsumentów możliwości udzielania porad i informacji w każdej zgłaszanej sprawie, nie tylko z zakresu konsumenckiego. Tym samym coraz trudniej wytłumaczyć takim osobom, iż kompetencje Rzecznika są ograniczone ustawowo i nie posiada on uprawnień do podejmowania działań aż w tak szerokim zakresie, czyli we wszystkich aspektach życia codziennego. W wymienionych przypadkach Rzecznik nie podejmował interwencji, a jedynie udzielał podstawowej informacji w celu wskazania komórki czy instytucji właściwej do rozwiązania zgłaszanego problemu. Rzecznik Konsumentów wskazywał także na możliwość skorzystania z nieodpłatnej pomocy prawnej w punkcie dostępnym w Starostwie Powiatowym.

Nie wszystkim konsumentom można było skutecznie pomóc tak, jak tego oczekiwali. Niejednokrotnie brak było do tego podstaw prawnych, albo roszczenie było przedawnione, co powodowało konieczność wytłumaczenia konsumentowi, że nie ma racji w dochodzeniu swoich roszczeń. Najczęściej towarzyszyła temu nerwowa atmosfera, gdyż konsument czuł się rozczarowany i niechętnie przyjmował do wiadomości negatywną informację.

Po zapoznaniu się z dokumentami zgłaszanych spraw i ich przeanalizowaniu – zainteresowanym stronom wskazywano obowiązujące regulacje prawne oraz możliwości ich wykorzystywania. Podejmowane były rozmowy i mediacje z przedsiębiorcami, opracowywano wzory pism reklamacyjnych, różnego rodzaju pisma o charakterze odwoławczym, odstąpienia od umów cywilnoprawnych oraz przygotowywano pisma innego rodzaju mające związek z daną sprawą. Prowadzono także szereg konsultacji i wyjaśnień. W ramach udzielanych porad analizowano także zapisy umów, kart gwarancyjnych, regulaminów, Ogólnych Warunków Ubezpieczenia. Oprócz tego konsultowano i wyjaśniano jak wypełnić wniosek do sądu polubownego, czy formularz do sądu powszechnego oraz wyjaśniano zapisy poszczególnych aktów prawnych. Przygotowywano także pisma do komorników oraz firm windykacyjnych.

Wszystkie pisma i wystąpienia Rzecznik Konsumentów przygotowywał samodzielnie. Dotychczas nie było sytuacji, że prowadzono jakąkolwiek sprawę w sposób niewłaściwy. Powiatowy Rzecznik Konsumentów ma świadomość ciężącej odpowiedzialności w ramach udzielanych porad i informacji i w sytuacji jakichkolwiek wątpliwości czy niejasności informowano o tym stronę zgłaszającą sprawę.

Największą ilość zgłoszeń stanowiły zapytania i porady udzielane w zakresie usług – 630, w tym 190 z zakresu usług telekomunikacyjnych. umów sprzedaży – 416. Następnie były to sprawy z zakresu umów sprzedaży - 416,. W dalszej kolejności odnotowano zapytania i porady w kwestii zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość – 432.

Złożoność spraw powodowała, że analiza zgłoszonego problemu była coraz bardziej czasochłonna, co powodowało, iż znacznie wydłużał się czas oczekiwania na przygotowanie wystąpienia, pisma, pozwu czy wniosku - co nie zawsze było pozytywnie odbierane przez

konsumentów. Z oczywistych względów wyjątkiem były sprawy pilne – np. upływający termin ustawowy lub umowny do odstąpienia od umowy, złożenie sprzeciwu lub pisma procesowego.

Z uwagi na to, że niejednokrotnie wartość przedmiotu sporu była wysoka, Rzecznik Konsumentów prowadząc poradnictwo konsumenckie musiał dokonać bardzo szczegółowej analizy zasadności skargi lub problemu przedstawionego przez konsumenta. Oczywistym jest, że wymagało to czasu i skupienia - tym bardziej, gdy sprawa była bardzo złożona. Dopiero wówczas przedstawiano konsumentowi możliwości prawne rozwiązania zgłoszonego problemu. W roku ubiegłym sporządzono 309 pisemnych wystąpień do przedsiębiorców.

W 2017 r. realizowano zadanie bezpłatnego poradnictwa i informacji prawnej poprzez m.in.:

- 1) udzielanie bezpośrednich porad w biurze Rzecznika,
- 2) udzielanie porad drogą telefoniczną,
- 3) odpowiedzi na zapytania konsumentów przesyłane drogą elektroniczną,
- 4) sporządzanie pism, wezwań, reklamacji, odwołań, zażaleń, odstąpienia z umowy, wniosków, oświadczeń i itp.,
- 5) sporządzanie pism procesowych w sprawach, które toczą się w sądzie powszechnym,
- 6) zapewnienie konsumentom pomocy prawnej w każdym stadium postępowania przed sądem polubownym działającym przy Inspekcji Handlowej oraz w toku postępowania przed sądami powszechnymi,
- 7) wyjaśnianie i interpretacje przepisów prawa,
- 8) podejmowanie mediacji w celu polubownego rozwiązywania spraw,
- 9) udzielanie pouczeń przedsiębiorcom,
- 10) występowanie w imieniu konsumentów do przedsiębiorców z wnioskami o dobrowolne i ugodowe załatwianie sprawy,
- 11) przekazywanie konsumentom materiałów edukacyjnych,
- 12) informowanie i zawiadamianie właściwych organów oraz instytucji o podejmowaniu i prowadzeniu przez przedsiębiorców działalności niezgodnej z przepisami prawa,

W roku sprawozdawczym odnotowano szereg nieprawidłowości podczas składania konsumentom ofert z zakresu zawierania umów telekomunikacyjnych czy usług sprzedaży energii elektrycznej. Najczęściej przedstawiciele różnych spółek nie informowali konsumentów o tym, jakiego konkretnie reprezentowali przedsiębiorcę i jaki był cel umowy.

Przekazywanie przez sprzedawców informacji wprowadzających w błąd w zakresie oferty czy promocji jest poważnym problemem, który z każdym rokiem się nasila. Przedstawiciele niektórych operatorów telekomunikacyjnych podszywali się pod inne firmy i to przyczyniało się do pozyskiwania nowych klientów, którzy byli nieświadomi prowadzonej wobec nich manipulacji.

W związku z powyższym zgłaszane sprawy były niezwykle skomplikowane a ich analiza wymagała czasu. Przygotowano bardzo dużą ilość różnego rodzaju pism, aby pomóc konsumentom w dochodzeniu roszczeń. W większości sprawy, mimo trudności, kończyły się pozytywnie dla konsumentów ale to wymagało czasu i determinacji. W roku 2017 odnotowano brak współpracy i możliwości negocjacji z nowo powstałymi firmami telekomunikacyjnymi i energetycznymi. Niestety mimo prowadzonej przez różne instytucje konsumenckie kampanii medialnej przestrzegającej przed nieuczciwymi praktykami niektórych

przedsiębiorców, zjawisko to nadal się nasila także przez nieostrożność niektórych konsumentów, którzy podpisywali umowy bez zapoznania się z ich treścią. W przypadku sporów z firmami telekomunikacyjnymi i energetycznymi, najczęściej dochodziło do windykacji należności od poszkodowanych konsumentów. W tym przypadku Rzecznik Konsumentów także udzielał porad prawnych i przygotowywał pisma do firm windykacyjnych. Następnie firmy windykacyjne wytaczały poszkodowanym konsumentom powództwa cywilne (najczęściej pozwy były składane do e-sądu) i na tym etapie konsumenci także mogli liczyć na pomoc prawną Rzecznika. Po przygotowaniu poszkodowanym sprzeciwu od nakazu zapłaty Sąd Rejonowy w Lublinie przekazywał sprawy do Sądu Rejonowego w Chojnicach. Najczęściej na tym etapie sprawy kończyły się wydaniem postanowienia o umorzeniu postępowania. Niestety w jednym przypadku, gdy poszkodowana konsumentka oprócz zgłoszenia sprawy do Rzecznika Konsumentów złożyła także zawiadomienie do policji – przegrała sprawę z nieuczciwym przedsiębiorcą zarówno w I jak i II instancji. Jest to o tyle zaskakujące, że w sprawie przeciwko spółce energetycznej została wydana decyzja przez UOKiK w Warszawie o uznaniu za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów działania spółki – których dopuszczono się podczas składania konsumentom propozycji zawarcia umowy sprzedaży energii elektrycznej, polegających m.in. na: wprowadzającym w błąd informowaniu konsumentów o tożsamości spółki poprzez niezgodne z prawdą twierdzenia osób reprezentujących spółkę, że reprezentują dotychczasowego sprzedawcę energii elektrycznej, z którego usług korzysta konsument. Także Urząd Regulacji Energetyki wszczął postępowanie administracyjne wobec nieuczciwej spółki o cofnięcie koncesji na obrót energią elektryczną. Konsumentka jest także w grupie osób poszkodowanych w sprawie - postępowanie prowadzi Prokuratura Okręgowa w Płocku. Mimo tak mocnych argumentów sąd nie znalazł podstawy do odrzucenia roszczenia nieuczciwej spółki. Jest to prawdopodobnie jedyny przypadek w kraju, gdzie doszło do wydania wyroku na niekorzyść poszkodowanej działaniami tej spółki - dlatego też udzielono konsumentce pomocy prawnej w celu złożenia wniosku do Prokuratora Generalnego o sporządzenie skargi o stwierdzenie niezgodności z prawem prawomocnego orzeczenia sądu.

Spółka Polski Prąd i Gaz sp. z o.o. (dawniej Polska Energetyka Pro sp. z o.o.) pozyskiwała klientów nie tylko poprzez wprowadzanie ich w błąd, ale także dochodziło do podrabiania podpisów konsumentów. Poszkodowani konsumenci nie wyrażali zgody na kontynuację umowy zawartej w wyniku przestępstwa i odmawiali regulowania rachunków za energię elektryczną. Sprawy były także zgłaszane do policji. Mimo to spółka nie zamierzała zakończyć świadczenia usługi i nadal domagała się zapłaty za dostawę energii elektrycznej. Doszło więc do sytuacji, że dwóm poszkodowanym osobom wstrzymano dostawę energii elektrycznej. Dopiero na skutek interwencji podjętej przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów wznowiono dostawę energii elektrycznej poszkodowanym osobom. Sprawy zostały zgłoszone do Urzędu Regulacji Energetyki w Gdyni. W obu przypadkach doszło do wypowiedzenia umowy ze strony nieuczciwej spółki z żądaniem zapłaty zaległych rachunków za energię elektryczną.

Wobec powyższego opisu trudno nie dostrzec, że poprzez wprowadzenie w błąd, doprowadza się także poszkodowane osoby do niekorzystnego rozporządzenia mieniem. Przykre jest to, iż przedstawiciele spółek bez skrępowań działali na szkodę seniorów wykorzystując ich wiek, niepełnosprawność czy łatwowierność. Jest to wysoce nieetyczny sposób prowadzenia działalności, sprzeczny z zasadami współżycia społecznego. W efekcie seniorzy musieli zmagać się ze stresem i niepewnością na skutek zastosowanych wobec nich nieuczciwych praktyk rynkowych. Osoby starsze bardzo przeżywały tego typu sytuacje, nie mogąc pogodzić się z tym, że ich oszukano i bezwzględnie wykorzystano podeszły wiek na skutek czego przechodzili całe mnóstwo różnych niedogodności.

Należy też przyznać, iż funkcjonują na rynku przedsiębiorcy oferujący konsumentom zawarcie umowy poza lokalem w postaci zmiany dostawcy prądu z którymi negocjowało się bez zarzutu jak np. z Energetycznym Centrum, Orange Energia czy Enea S.A. Z tymi spółkami można było rzetelnie wyjaśnić wszystkie zgłaszane przez Rzecznika sprawy, które w efekcie kończyły się pozytywnie dla konsumentów.

Jak wynika z powyższego opisu zgłaszane sprawy z zakresu umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa były bardzo czasochłonne. Na jednej wizycie konsumenta się nie kończyło, trzeba było wnikliwie przeanalizować dokumenty i najczęściej przygotować szereg różnego rodzaju pism. Prowadzenie tych spraw zajmowało kilka lub nawet kilkanaście miesięcy i było spowodowane wyłącznie tym, że przedsiębiorcy nie zamierzali ustąpić doprowadzając tym samym do eskalacji konfliktu zamiast do polubownego zakończenia sporu.

Poważnym problem stanowił także brak zainteresowania konsumentów co do tego z kim podpisywano umowę – dotyczyło to sytuacji, gdy konsument otrzymał kopię umowy, lecz nie zapoznał się z jej treścią wrzucając dokument do szuflady. W takim przypadku konsument również oczekiwał skutecznej pomocy Rzecznika, co nie zawsze było możliwe.

Przedsiębiorcy oferujący konsumentom zawarcie umowy poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość nadal nie przestrzegali prawa obowiązującego w tego rodzaju sprzedaży, co przekładało się na to, iż wzrastała ilość prowadzonych przeciwko nim postępowań z zakresu naruszania zbiorowych interesów konsumentów. Coraz więcej było przypadków, gdy przedstawiciele spółek nie pozostawiali konsumentom kopii podpisywanych dokumentów, a przede wszystkim wprowadzali konsumentów w błąd podczas składania oferty. Takie działanie miało na celu uniemożliwienie lub utrudnienie w odstąpieniu od umowy w ustawowym terminie. W przypadku prowadzenia negocjacji z przedsiębiorcą ten niezmiennie twierdził, że konsument został pouczony o prawie odstąpienia od umowy, co potwierdził złożonym podpisem na umowie.

Opisywane przypadki są potwierdzeniem prowadzenia agresywnej praktyki rynkowej wobec danego konsumenta. Wolność gospodarcza i wolny rynek z założenia zapewniają klientom swobodę i prawo do indywidualnego wyboru. Agresywne praktyki jeśli tego nie odbierają, to na pewno znacznie utrudniają. *Ustawa o nieuczciwych praktykach rynkowych* za agresywną praktykę rynkową uznaje niedopuszczalny nacisk, który w znaczny sposób ogranicza lub może ograniczyć swobodę wyboru przeciętnego konsumenta lub jego zachowanie względem produktu i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Stosowanie przez niektórych przedstawicieli handlowych nieuczciwych praktyk rynkowych jak np. podszywanie się pod firmę z którą dany konsument posiadał umowę, znacznie ograniczało zdolność przeciętnego konsumenta do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej umowy.

Należy zauważyć, iż po upływie 14 dni od momentu podpisania umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa nie ma możliwości odstąpienia od umowy bez konsekwencji finansowych oraz bez uprawniających do tego podstaw prawnych lub ujawnieniem się szczególnych okoliczności. Rzecznik Konsumentów nie podejmuje interwencji w każdej zgłaszanej sprawie, tylko w tych przypadkach w których stwierdzono naruszenie prawa, wprowadzenie w błąd lub zawarcie umowy przez osobę tego nieświadomą. Rzecznik Konsumentów nie posiada uprawnienia do żądania od przedsiębiorcy anulowania tak zawartej umowy.

Zakupy w sklepach internetowych stają się coraz bardziej powszechną formą nabywania różnych towarów. Niestety na tym tle również powstaje wiele sporów, przede wszystkim dotyczących niedostarczenia zakupionego towaru, trudności z odzyskaniem gotówki w przypadku skorzystania przez konsumenta z ustawowego prawa do odstąpienia od umowy. Jednak w roku 2017 skala problemów w tej dziedzinie była nadal znacznie mniejsza niż w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa. Można więc przyjąć, iż albo konsumenci stali się bardziej ostrożni w zawieraniu tego typu umów, albo firmy zajmujące się sprzedażą na odległość działają w zdecydowanej większości uczciwie i dlatego nie dochodzi do poważnych sporów na tym tle.

Zawsze należy mieć na uwadze, iż sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość łączy się z ryzykiem i bardzo łatwo można zostać oszukanym przez przedsiębiorcę. Konsumenci powinni więc dokładnie sprawdzać przedsiębiorcę, szukać o nim wszelkich informacji.

2. Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.

W okresie sprawozdawczym nie podejmowano działań w zakresie zmiany przepisów prawa miejscowego, ponieważ nie było takiej konieczności. Konsumenci również nie sygnalizowali potrzeb w tym zakresie.

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

W okresie sprawozdawczym udzielono 1046 porad prawnych i informacji (konsultacji, wyjaśnień), przygotowano 309 pism i wystąpień, wysłano 72 e-maili, przygotowano 36 pism procesowych do sądu powszechnego.

Zanim została podjęta decyzja o interwencji do danego przedsiębiorcy, Rzecznik pomagał konsumentom redagować pisma, aby uczyć ich samodzielnego dochodzenia roszczeń w sporze z przedsiębiorcą. Przy okazji Rzecznik pouczał konsumenta o przysługujących prawach i wskazywał linię obrony, przedstawiał podstawę prawną i możliwości wyegzekwowania swoich praw. W zdecydowanej większości pisma przygotowane przez Rzecznika, które konsumenci wysyłali samodzielnie do przedsiębiorców przynosiły pozytywne rezultaty (skuteczność 80-90%). Dopiero w sytuacji, gdy przedsiębiorca nie reagował na pismo lub podtrzymywał negatywną dla konsumenta decyzję - do sporu włącza się Rzecznik.

W 2017 roku wystąpiono z pisemnymi interwencjami w następujących sprawach:

- 1/ usług telekomunikacyjnych (NOVA Telecom sp. z o.o., Orange Polska S.A., NOM sp. z o.o., NovaNet sp. z o.o., T-Mobile Polska S.A.),
- 2/ dostawcy energetycznego (Multimedia Polska Energia sp. o.o., Green S.A., Enea S.A.),
- 3/ wadliwej usługi wykonania ogrodzenia,
- 4/ imprezy turystycznej,
- 5/ przedłużania się procedury reklamacyjnej,
- 6/ odrzuconej reklamacji obuwia,

- 7/ nieskutecznej naprawy pralki Electrolux,
- 8/ zakupu wadliwego towaru,
- 9/ pożyczki z parabanku,
- 10/ zakupu rozszerzonej gwarancji,
- 11/ niedostarczenia zakupionego towaru za który dokonano zapłaty przelewem,
- 12/ usługi internetowej,
- 13/ braku odpowiedzi ubezpieczyciela na zgłoszoną szkodę,
- 14/ usługi pocztowej,
- 15/ sporu z operatorem telewizji cyfrowej.

W wyjaśnieniu zgłaszanych spraw wpływ na ich wydłużenie nie zawsze miała ich zawartość, ale co należy podkreślić przewlekłość ze strony przedsiębiorcy w przedmiocie udzielenia odpowiedzi Rzecznikowi w określonym terminie lub wahania się konsumentów w kwestii ostatecznego podjęcia decyzji co do sposobu zakończenia sporu. W związku z naruszeniem przez 2 przedsiębiorców obowiązku udzielania Rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem jego wystąpienia, Rzecznik wysłał ponaglenie z zagrożeniem wystąpienia z wnioskiem o ukaranie przedsiębiorcy grzywną.

Przedsiębiorca do którego zwrócił się Rzecznik Konsumentów jest obowiązany udzielić Rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii Rzecznika. Nie zastosowanie się do tego obowiązku jest wykroczeniem i podlega karze grzywny, nie mniejszej niż 2 000,- zł. Z uwagi na to, iż jeden z przedsiębiorców w ogóle nie udzielił wyjaśnień, konieczne będzie rozważenie wystąpienie do sądu o ukaranie karą grzywny. Jednak nawet gdyby przedsiębiorca został ukarany grzywną za naruszenie obowiązku udzielenia Rzecznikowi wyjaśnień – nie wpływa to na sposób zakończenia sporu konsumenckiego.

Polemiki i mediacje prowadzone z przedsiębiorcami były niekiedy długotrwałe i pracochłonne, ale dzięki temu osiągane były pozytywne rezultaty. Adresaci wystąpień w zdecydowanej większości uwzględniali wnioski zawarte w pismach Rzecznika.

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

Współpraca z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów polegała na wzajemnym sygnalizowaniu problemów dotyczących naruszeń praw konsumentów oraz informowaniu o działaniach podejmowanych w przypadku tych naruszeń, a także wymianie doświadczeń. Bardzo cenne było i jest uzgadnianie wspólnych stanowisk przy interpretacji przepisów prawa, czy konsultacji spraw o szczególnym stopniu złożoności.

Funkcjonowanie instytucji Rzecznika spotykało się z pełnym poparciem zarówno ze strony administracji rządowej jak i samorządowej. Poprzez działalność rzeczników samorząd terytorialny wzmocnił i uzupełnił dotychczasową aktywność Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Inspekcji Handlowej i organizacji pozarządowych. Bezpośredni kontakt Rzecznika z mieszkańcami powiatu wypełnił wcześniejszą lukę w tym zakresie.

Z uwagi na dużą ilość skarg konsumentów na nieuczciwe pozyskiwanie klientów przez spółkę Polski Prąd i Gaz sp. z o.o. w Warszawie - współpracowano w tym zakresie z Urzędem Regulacji Energetyki w Gdańsku.

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

W 2017 roku Rzecznik Konsumentów nie wytaczał powództw na rzecz konsumentów, jak i nie wstępował do toczących się postępowań.

W sytuacji, gdy strony w żaden sposób nie mogły się porozumieć Rzecznik proponował poddanie sporu pod rozstrzygnięcie sądu polubownego, a dopiero jako ostateczne rozwiązanie doradzano skierowanie sprawy do sądu powszechnego. Przygotowano 24 sprzeciwy od wydanych nakazów zapłaty (22 sprawy zakończyło się pozytywnie, 1 negatywnie – złożono wniosek do Prokuratora Generalnego, a 1 nadal jest w toku), 2 odpowiedzi na złożony sprzeciw, 1 powództwo przeciwegzekucyjne, 1 zażalenie na postanowienie sądu o nadaniu klauzuli wykonalności oraz 8 innych pism procesowych.

Przeważająca część działalności Rzecznika skupiała się na udzielaniu 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. Tym samym cel działalności Rzecznika został osiągnięty – kierowanie spraw do sądów powszechnych winno być krokiem ostatecznym. Niemniej jednak w sprawach, w których nie udało się doprowadzić do ugodowego załatwienia sporu, zostały przygotowane wystąpienia do sądu i w tym zakresie Rzecznik służył niezbędną pomocą prawną informując o dalszej procedurze dochodzenia praw.

6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.

Prowadzenie działań edukacyjno – informacyjnych jest istotnym elementem działalności Rzecznika. Ma to bowiem na celu podniesienie świadomości konsumenckiej społeczności lokalnej.

Rzecznik Konsumentów przekazywał wiedzę o przysługujących prawach także poprzez rozpowszechnianie informacji za pośrednictwem lokalnych mediów.

W marcu 2017 r. Rzecznik Konsumentów otrzymał zaproszenie do przeprowadzenia wykładu na Akademii Bezpiecznego Seniora, co spotkało się z dużym zainteresowaniem. W związku z tym Rzecznik wziął także udział w spotkaniu zorganizowanym w radiu Weekend w którym omówiono zakres tematyczny spotkania z seniorami.

Broszury i ulotki, które Rzecznik otrzymywał z UOKiK były rozpowszechniane podczas udzielanych porad, a także dostępne w miejscach do tego przeznaczonych na terenie urzędu.

W 2017 r. Rzecznik Konsumentów nie uczestniczył w żadnym szkoleniu.

7. Podejmowanie działań wynikających z:

- art. 479 (38) kpc (niedozwolone postanowienia umowne),
- ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,
- ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym,
- art. 42 ust. 1 pkt 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów)

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

W okresie sprawozdawczym nie zachodziła konieczność wszczynania postępowań wymienionych w niniejszym punkcie. Konsumenci zgłaszali się do Rzecznika z umowami zawieranymi z przedsiębiorcami świadczącymi różnego rodzaju usługi w celu dokonania ich analizy pod kątem występowania ewentualnych klauzul niedozwolonych. W tych przypadkach wystarczające były działania informacyjno – edukacyjne.

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

1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.

Niniejsze sprawozdanie stanowi odzwierciedlenie podejmowanych działań w zakresie wykonywania ustawowo określonych zadań. Podkreślenia wymaga, że liczby i opis niektórych spraw w żaden sposób nie oddają charakteru tej pracy. Wysiłek i stres towarzyszył niemal każdego dnia. Szczególnie w sytuacji, gdy zgłaszana sprawa była bezpodstawna lub przedawniona. Wówczas bardzo trudno wytłumaczyć konsumentowi, iż jego roszczenia były bezzasadne.

Warunkiem świadomego uczestniczenia konsumentów w rynku jest zasób wiedzy z zakresu prawa konsumenckiego i posiadanie niezbędnych informacji, potrzebnych do dochodzenia swoich praw.

Działalność Rzecznika Konsumentów cieszyła się dużą popularnością i jak widać po ilości udzielonych porad, informacji i konsultacji - instytucja ta jest potrzebna. Sprostanie wszystkim ustawowym obowiązkom oraz zapewnienie sprawnego i skutecznego udzielania pomocy nie było łatwym zadaniem. Wiele spraw dotyczyło nie tyle konkretnego przypadku, co udzielania informacji nt. obowiązującego prawa i przysługujących uprawnień. Nie zawsze można określony temat przedstawić w załączonych tabelach. Zapewnienie konsumentom efektywnego dochodzenia roszczeń było także realizowane poprzez podejmowanie interwencji na rzecz konsumentów i prowadzenie mediacji z przedsiębiorcami. Zakres i formy tej pomocy były bardzo zróżnicowane, dostosowane do charakteru i okoliczności danej sprawy.

Rzecznicy w składanych corocznie sprawozdaniach sygnalizują także Urzędowi Ochronie Konkurencji i Konsumentów, jak można polepszyć standardy ochrony konsumentów. Propozycje polepszenia standardów:

- zwiększenie częstotliwości spotkań rzeczników konsumentów organizowanych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów na szczeblu województw (nie zaś w odległych miejscowościach),
- wzmocnienie roli rzecznika jako samodzielnego, niezależnego podmiotu sprawującego funkcję o charakterze publicznym,
- zwiększenie środków finansowych kierowanych na działalność rzeczników,

2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników.

Podstawowym obszarem działania Rzecznika na przestrzeni roku sprawozdawczego było podniesienie świadomości społeczności powiatu. Praca Rzecznika to codzienny kontakt osobisty, telefoniczny czy w formie elektronicznej nie tylko z konsumentami, ale też z przedsiębiorcami. Z perspektywy kolejnego roku pracy można stwierdzić, że Rzecznik jest instytucją zaufania publicznego.

Na powierzonym odcinku zadań samorządu powiatowego nie można skupiać się jedynie na problemach związanych i wynikających z przepisów prawa konsumenckiego. Znajomość innych dziedzin prawa, w tym między innymi prawa cywilnego, postępowania cywilnego, prawa karnego umożliwiało znalezienie porozumienia między konsumentem, a przedsiębiorcą - szczególnie przy rozwiązywaniu problemu poprzez mediację. Mediacja jest trudną sztuką prowadzenia rozmów i przekonywania poprzez siłę argumentacji. Jednakże umiejętnie prowadzona przynosi korzystne wyniki dla obu stron. Zmniejsza koszty i oszczędza czas na ewentualne procesy sądowe.

Konsument ma prawo do rzetelnej informacji prawnej. Dlatego też Rzecznik Konsumentów jest zobowiązany do ciągłego podnoszenia kwalifikacji oraz poziomu swojej wiedzy. Najważniejszą metodą doskonalenia zawodowego jest uczestnictwo w szkoleniach.

Analiza kolejnego roku pracy na tym stanowisku potwierdza, że powołanie stanowiska Rzecznika Konsumentów w strukturach powiatu jest ze wszech miar korzystne dla społeczności lokalnej powiatu chojnickiego. Praca Rzecznika jest nadal dobrze postrzegana, biorąc pod uwagę wzrost skali prowadzenia przez przedsiębiorców coraz bardziej agresywnej polityki utrudniającej konsumentom dochodzenie roszczeń. Osoby będące w trudnej sytuacji życiowej (materiałnej) miały możliwość uzyskania bezpłatnej pomocy prawnej nie tylko w zakresie prawa konsumenckiego.

Działania Powiatowego Rzecznika Konsumentów miały pozytywny wydźwięk, gdyż udzielanie bezpłatnej fachowej pomocy prawnej i skuteczność w dochodzeniu roszczeń przyczyniało się do tworzenia dobrego wizerunku urzędu. Konsumenty wyrażali swoje zadowolenie telefonicznie lub pisemnie dziękując za pozytywne załatwienie sprawy, co daje ogromną satysfakcję w codziennej pracy Rzecznika. Skuteczna i aktywna działalność Rzecznika sprzyjała dobremu wizerunkowi powiatu, jako przyjaznego mieszkańcom, podejmującego ich problemy. Stąd istotną sprawą jest umiejętne i cierpliwe wnikanie w treść spraw oraz spełnianie oczekiwań poszkodowanych. Ważne jest także wsparcie, jakie Rzecznik Konsumentów otrzymuje od Starosty Chojnickiego w celu prawidłowej realizacji powierzonych zadań.

Należy także dodać, iż ogromnym utrudnieniem w pracy Rzecznika było narzucenie przez UOKiK nowej formy przygotowania rocznego sprawozdania z jego działalności. Nie ma żadnego uzasadnienia utworzenie tak dużej ilości tabel i rozproszenia żądanych informacji, gdyż zajmuje to zbyt wiele czasu na wpisanie każdej udzielonej porady czy informacji. To spowodowało, że nie zawsze udało się na bieżąco wpisać daną sprawę do odpowiednich tabel, co z kolei wpłynęło na nieprecyzyjne wskazanie ilości udzielonych porad i informacji. Twórca nowego rozwiązania nie wziął w ogóle pod uwagę faktu, iż większość Rzeczników pełni swoje funkcje jednoosobowo. Ponadto wydaje się, że podstawowym zadaniem Rzecznika Konsumentów jest udzielanie porad i informacji, a nie skupianie się na danych statystycznych. To bardzo niekorzystnie odbija na się na pracy Rzecznika. Poprzednie rozwiązanie funkcjonowało wiele lat i po drobnej korekcie ówczesnych tabel – mogły one spełniać swoją rolę nadal.

Powiatowy Rzecznik w Chojnicach pełni funkcję od 31 maja 1999 r. W tym czasie udzielono konsumentom ponad 12 000 porad prawnych i informacji.

IV. TABELA

Powiatowy Rzecznik
Konsumentów
mgr Joanna Gierszewska

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

1.1.osobiście i telefonicznie																									1.2.sprawy rozpatrywane pisemnie										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					razem		rozwiązanie umowy										warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne					nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.					inne					razem																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu		poza lokalem		na odległość		w lokalu	

w lokalu
poza lokalem
na odległość

615
376
56

Tabela 3.
współdziałanie z innymi instytucjami

	wady towarów															RAZEM		
	rozwiązanie umowy				wady towarów nienależyte wykonanie umowy				warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności			inne			
	w lokalu bez	poza lokalem	na odległość		w lokalu bez	poza lokalem	na odległość		w lokalu bez	poza lokalem	na odległość		w lokalu bez	poza lokalem	na odległość			
SPRZEDAŻ:																		
art. żywnościowe																		
odzież i obuwie																		
meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu																		
urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																		
samochody i środki transportu osobistego																		
kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																		
produkty związane z opieką zdrowotną																		
art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																		
inne																		
USŁUGI:																		
związane z rynkiem nieruchomości																		
bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																		
czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																		
konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																		
pocztowe i kurierskie																		
telekomunikacyjne																		
transportowe																		
turystyka i rekreacja																		
sektor energetyczny i wodny												2					2	
związane z opieką i opieką zdrowotną																		
edukacyjne																		
inne																		
RAZEM																		
informacje ogólne																		
niekonsumenckie																		
	razem:																2	

Tabela 4.
pomoc na drodze sądowej

[illegible]