

Zatwierdzam:


Starosta Chojnicki

Stanisław Skaja

31 marca 2016 r.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Chojnicach

Sprawozdanie z działalności w 2015 roku

Chojnice, marzec 2016 r.

Na podstawie art.43 ust.1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* (t.j. Dz.U. z 2015 r., poz.184 ze zm.) przedkładam sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów za 2015 rok.

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

1. FORMALNO – PRAWNE UMOCOWANIE I ZAKRES OBOWIĄZKÓW RZECZNIKA.

Treść art. 76 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, odnosi się do ochrony praw konsumentów, nakładając na organy władzy publicznej obowiązek prowadzenia skutecznej ochrony konsumentów przed działaniami, które zagrażają ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu, oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi.

Art. 76 Konstytucji „stanowi podstawę do wskazania, że obowiązki ochronne spoczywające na władzach publicznych obejmują konieczność zapewnienia określonych, minimalnych gwarancji ustawowych wszelkim podmiotom, w szczególności osobom fizycznym, które jakkolwiek ich stosunki kształtowane są na zasadzie autonomii woli, to jednak zajmują słabszą pozycję, przede wszystkim, choć nie wyłącznie, ekonomiczną w ramach ich realizacji z profesjonalnymi uczestnikami gry rynkowej”.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów realizuje zadania samorządu w zakresie ochrony praw konsumentów zgodnie z art. 4 ust.1 pkt 18 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. *o samorządzie powiatowym* (t.j. Dz.U. z 2015 r., poz. 1445 ze zm.). Zadania z zakresu ochrony konsumentów są zadaniami własnymi powiatu. Natomiast przepisy art. 37 – 43 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. *o ochronie konkurencji i konsumentów* określają podstawę prawną działalności Rzecznika oraz rolę samorządu powiatowego w zakresie ochrony konsumentów.

Rzecznik Konsumentów w Chojnicach wykonuje zadania jednoosobowo, bez wsparcia kadrowego (przydzielany okresowo stażysta nie może rozpatrywać spraw, udzielać odpowiedzi lub w inny merytoryczny sposób odciążyć rzecznika). Rzecznik nie dysponuje wyodrębnionym budżetem. Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Chojnicach pełni funkcję na mocy uchwały Rady Powiatu Chojnickiego Nr VII/51/99 z dnia 31 maja 1999 r.

Zadania i uprawnienia Rzecznika Konsumenta zostały określone przede wszystkim w przepisach art. 39-43 powołanej ustawy. Należą do nich:

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,

- występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi.

Uprawnienia Rzecznika pozwalają również na:

- ewentualne wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów,
- występowanie jako oskarżyciel publiczny w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów w rozumieniu przepisów Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia,
- przekazywanie na bieżąco delegaturom Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wniosków i sygnalizowanie problemów dotyczących ochrony konsumentów, które wymagają podjęcia działań na szczeblach administracji rządowej,
- prowadzenie edukacji konsumenckiej w szkołach publicznych,
- wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych.
 - art.479³⁸ k.p.c. – wytaczanie powództwa w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone,
 - art. 12 ust.2 pkt 4 *ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* – żądanie zaniechania stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej,
 - art. 4 ust.2 *ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym* - możliwość reprezentowania grupy konsumentów w dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym.
 - art.42 ust.5 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów* w zw. z art. 63 k.p.c. (przedstawienie sądowi istotnego poglądu dla sprawy),
 - występowanie do sądu powszechnego z wnioskiem o nałożenie kary grzywny na podmiot naruszający obowiązek udzielenia rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia rzecznika lub ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika - art. 114 *ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów stanowi, że: kto, wbrew przepisowi art. 42 ust. 4, narusza obowiązek udzielenia rzecznikowi konsumentów wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia rzecznika lub obowiązek ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika, podlega karze grzywny, nie mniejszej niż 2.000 zł.*

Powiatowy Rzecznik Konsumentów działa wyłącznie w sprawach konsumenckich, a więc w sprawach dotyczących zawierania i wykonywania umów cywilnoprawnych pomiędzy konsumentem, a przedsiębiorcą. Zgodnie z art 22¹ Kodeksu cywilnego za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Nie mogą więc z tej formy pomocy korzystać osoby fizyczne będące przedsiębiorcami, a także osoby prawne i jednostki organizacyjne nie posiadające osobowości prawnej, którym przepisy przyznają zdolność do czynności prawnych, niezależnie od tego czy prowadzą działalność gospodarczą, czy nie. Rzecznik Konsumentów jest instytucją o kompetencjach doradczych i procesowych. Nie posiada natomiast uprawnień kontrolnych ani władczych wobec przedsiębiorców. Tak więc realizując ustawowe zadania poprzez udzielenie porady, czy wystąpienia z do przedsiębiorcy na podstawie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów - nie kończy się to wydaniem decyzji administracyjnej lecz udzieleniem porady (w dowolnej formie) lub skierowaniem pisma do przedsiębiorcy. Do tego rodzaju postępowań nie ma bowiem zastosowania Kodeks postępowania administracyjnego i tym samym nie mają zastosowania przepisy dotyczące terminów, określone w tymże kodeksie. **Rzecznik Konsumentów nie działa jako pełnomocnik konsumenta na zlecenie (tak jak adwokat czy radca prawny), lecz działa na rzecz konsumenta wspierając go informacją i pomocą prawną.**

Podkreślenia wymaga, iż Powiatowy Rzecznik Konsumentów nie zajmuje się sprawami z zakresu:

- 1/ roszczeń przedsiębiorców,
- 2/ ochrony danych osobowych,
- 3/ ochrony dóbr osobistych,
- 4/ ochrony praw pacjentów NFZ,
- 5/ ochrony praw członków spółdzielni mieszkaniowych oraz wspólnot mieszkaniowych,
- 6/ prawa pracy,
- 7/ w sprawie sporów z organami administracji publicznej.

Rzecznik Konsumentów kreuje i realizuje politykę konsumencką powiatu chojnickiego poprzez zapewnienie konsumentom bezpłatnych porad prawnych z zakresu prawa konsumenckiego, jak i występowanie do przedsiębiorców w spornych sprawach w celu polubownego zakończenia sporu konsumenckiego.

W strukturze organizacyjnej urzędu Powiatowy Rzecznik Konsumentów jest bezpośrednio podporządkowany Staroście, któremu zgodnie z wymogami określonymi w art. 43 ust.1 powołanej ustawy przedkłada roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim oraz przekazuje je właściwej miejscowo delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Struktura biur Rzecznika, stan kadrowy.

1. Województwo	POMORSKIE
2. Miasto /Powiat	CHOJNICE
3. PRK/ MRK	PRK
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	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 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

II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

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

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

Konsument zwracający się do Rzecznika Konsumentów, może w szczególności liczyć na:

1. poradę prawną,
2. interwencję rzecznika u przedsiębiorcy z którym konsument znajduje się w sporze,
3. jeżeli interwencja rzecznika nie odniesie skutku – pomoc w sporządzeniu pozwu.

Należy przyznać, iż poradnictwo prawne jest 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 wykonuje przede wszystkim zadania w zakresie bezpłatnych porad prawnych i prowadzenia mediacji z przedsiębiorcami. Ta forma pomocy odbywa się pisemnie, telefonicznie, drogą elektroniczną bądź bezpośrednio podczas osobistej wizyty w urzędzie. Rzecznik Konsumentów udziela informacji o obowiązujących regulacjach prawnych i możliwości ich wykorzystania przez zainteresowanych lub udziela porady odnośnie sposobu postępowania w danej sprawie. Udziela także wyjaśnień i interpretacji przepisów prawa konsumenckiego.

Część konsumentów korzysta z możliwości kierowania zapytań drogą elektroniczną. Z jednej strony powoduje to przyrost ilości zgłaszanych spraw, z drugiej zaś skraca drogę przekazywania informacji. Rzecznik Konsumentów nie odpowiada na zapytania przesyłane drogą elektroniczną w formie anonimowego zgłoszenia bez jakichkolwiek danych osobowych – pouczenie zawarte jest na stronie internetowej Starostwa Powiatowego w zakładce Powiatowy Rzecznik Konsumentów. Tak przesłanej korespondencji nie sposób zarejestrować. Jak wskazano powyżej, Rzecznik Konsumentów nie stosuje przepisów KPA, niemniej jednak instytucja ta jest usytuowana w strukturze organizacyjnej samorządu powiatowego i tym samym każdy wniosek czy zapytanie podlega rejestracji.

Zakres tematyczny porad dotyczących ochrony praw i interesów konsumentów był bardzo szeroki. Polski system prawa przyjmuje zróżnicowany system ochrony konsumentów:

- reklamacje różnych produktów,
- zawieranie umów za pośrednictwem Internetu, czy na pokazach (umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa),
- usługi turystyczne, finansowe, telekomunikacyjne, ubezpieczeniowe, bankowe, windykacyjne, edukacyjne, elektroniczne, itp.

Konsumenty zgłaszali się po poradę do Rzecznika w sprawach dotyczących umów sprzedaży różnych towarów: sprzętu RTV oraz AGD, odzieży i obuwia, czy wyposażenia mieszkania. Należy wskazać,

że utrzymuje się duża ilość spraw z zakresu umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa – chodzi głównie o usługi telekomunikacyjne, dostawę energii elektrycznej i tzw. usługi telemedyczne.

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

- 1) badanie – analizowanie zasadności zgłoszenia konsumenta,
- 2) przedstawianie konsumentom sytuacji prawnej zgłoszonego problemu i wskazywanie, jakie są możliwości ewentualnego rozwiązania zgłoszonego problemu,
- 3) udzielenie informacji o tym, jakie działania należy podjąć, jak zredagować pismo lub reklamację,
- 4) podejmowanie w imieniu konsumentów bezpośredniej interwencji u przedsiębiorców,
- 5) podejmowanie innych działań w kierunku ugodowego zakończenia sporów, np. poprzez prowadzenie mediacji lub przygotowanie pisma dla konsumenta.

Każda zgłoszona sprawa jest rejestrowana w Rejestrze poradnictwa konsumenckiego.

Podstawowym sposobem działania w sytuacji konfliktowej jest podejmowanie przez Rzecznika Konsumentów pisemnej interwencji, polegającej na wystąpieniu do przedsiębiorcy w imieniu i na rzecz konsumenta oraz przedstawieniu stanowiska w oparciu o podane przez konsumenta okoliczności sprawy oraz przedłożone dokumenty.

W zależności od rodzaju sprawy i zgromadzonego materiału dowodnego – w przypadku stwierdzenia naruszenia prawa Rzecznik Konsumentów wskazuje przedsiębiorcy właściwy sposób załatwienia spornej sprawy oraz wnosi o jego realizację lub – w przypadku wątpliwości lub niejasności - zwraca 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 są niekiedy długotrwałe i bardzo pracochłonne.

Realizując zadania Rzecznik Konsumentów opiera się na wielu regulacjach prawnych dotyczących ochrony praw konsumentów. W szczególności są to ustawy: *Kodeks cywilny, o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego, o prawach konsumenta, o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, 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 dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym,*

o Inspekcji Handlowej, o kosztach sądowych w sprawach cywilnych oraz szereg innych aktów wykonawczych.

W 2015 roku Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Chojnicach udzielił **1254** 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. Nie wliczono także osób zgłaszających się do Rzecznika w czasie nieobecności spowodowanej przebywaniem na urlopie wypoczynkowym. W tym czasie stażysta informował interesantów, iż w sprawach pilnych można zgłosić się do rzecznika w Człuchowie lub Kościerzynie. Można było także skorzystać z porady prawników poprzez Infolinię konsumencką.

Nadal w wielu życiowych sytuacjach konsumenci nie radzą sobie z zaistniałym problem na skutek braku znajomości własnych praw. Dotyczy to szczególnie osób starszych powyżej 70 r.ż. W starciu z profesjonalistą wykorzystującym naiwność oraz łatwowierność seniorów - są oni całkowicie bezradni i czują się zagubieni w gąszczu przepisów prawnych oraz nie potrafią zrozumieć warunków umowy czy regulaminu. Z każdym rokiem nasila się zjawisko prowadzenia sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa w sposób nieuczciwy, na co najbardziej są narażeni seniorzy. 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 pozostawili konsumentom kopii podpisywanych dokumentów, co jest niezgodne z *ustawą o prawach konsumenta*.

W przypadku, gdy konsument posiada kopię podpisanej umowy, to najczęściej nie zapoznaje się z jej treścią. Dlatego też po przeanalizowaniu przez rzecznika warunków umowy okazuje się, iż zastrzeżenia konsumenta są nieuzasadnione, gdyż umowa wyraźnie precyzuje obowiązki i uprawnienia stron – czyli zawiera pouczenie o przysługujących konsumentowi prawach.

Konsumenci zgłaszali do Rzecznika Konsumentów także sprawy o charakterze niekonsumenckim, jak np. zakup towaru od osoby fizycznej, wywozu śmieci, z zakresu prawa pracy, egzekucji komorniczej, KRD, pracy policji 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 wskazywano właściwe komórki lub instytucje właściwe do rozwiązania zgłaszanego problemu.

Nie wszystkim konsumentom można skutecznie pomóc tak, jak tego oczekują. Niejednokrotnie brak do tego podstaw prawnych, albo roszczenie jest przedawnione, lub jest na to po prostu za późno z powodu upływu terminów do podjęcia skutecznych działań. Często zdarza się, że konsumenci nie zwracają uwagi na to, co podpisują i nie zdają sobie sprawy z konsekwencji takiego działania. Powyższe zaniechania powodują konieczność wytłumaczenia konsumentowi, iż brak jest podstaw do dochodzenia roszczeń. Najczęściej towarzyszy temu nerwowa atmosfera, gdyż konsument czuje rozczarowanie i niechętnie przyjmuje do wiadomości negatywną informację.

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. Udzielanie bezpłatnych porad i informacji prawnej jest głównym zadaniem Rzecznika Konsumentów. Zapewnienie realizacji tego zadania, jak już wspomniano, polega zarówno na bezpośredniej (poprzez udzielanie konsumentom porad konsumenckich osobiście w biurze rzecznika, za pośrednictwem poczty elektronicznej lub telefonicznie), jak i pośredniej (prowadzenie kampanii na rzecz ochrony konsumentów, wydawanie poradników i broszur konsumenckich) formie udzielania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego. Właściwa informacja jest skutecznym środkiem prewencyjnej ochrony interesów konsumentów.

W 2015 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, rezygnacji 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) zapewnienie konsumentom pomocy prawnej w trakcie toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów,
- 12) przekazywanie konsumentom materiałów edukacyjnych,
- 13) informowanie i zawiadamianie właściwych organów oraz instytucji o podejmowaniu i prowadzeniu przez przedsiębiorców działalności niezgodnej z przepisami prawa,

Wszystkie pisma i wystąpienia Rzecznik Konsumentów przygotowuje samodzielnie. Dotychczas nie było sytuacji, że prowadzono jakąkolwiek sprawę w sposób niewłaściwy. Rzecznik Konsumentów ma świadomość ciężącej odpowiedzialności w ramach udzielanych porad czy informacji i w sytuacji jakichkolwiek wątpliwości lub niejasności informuje o tym stronę zgłaszającą sprawę. Każda sprawa jest indywidualna zarówno pod względem proceduralnym jak i charakteru zgłoszenia. Trzeba wyraźnie wskazać, iż porady telefoniczne są udzielane wyłącznie na podstawie relacji przedstawianych przez konsumentów. Jeżeli konsument pominie istotną dla sprawy kwestię lub ją zatai, rzecznik nie ma możliwości weryfikacji przedstawianych okoliczności. Zdarzają się też sytuacje, że przedsiębiorcy którzy posiadają wiedzę o tym, iż nie mogą uzyskać porady prawnej od Rzecznika Konsumentów przedstawiają swoją sprawę z punktu widzenia konsumenta, czym szkodzą sobie gdyż prawdopodobnie udzielona porada będzie nieprzydatna – różne przepisy stosuje się w sporze między przedsiębiorcami, a inne gdy stroną jest konsument i przedsiębiorca.

Największą ilość zgłoszeń stanowiły zapytania i porady udzielane w zakresie umów sprzedaży – 449. Dużo zgłoszeń dotyczyło umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość – 412. oraz z zakresu usług – 384.

Złożoność spraw powoduje, że analiza zgłoszonego problemu jest coraz bardziej czasochłonna, co powoduje, iż znacznie wydłuża się czas oczekiwania na przygotowanie wystąpienia, pisma, pozwu czy wniosku - co nie zawsze jest pozytywnie odbierane przez konsumentów. Jednakże przy tak dużej ilości spraw i ich złożoności pełniąc funkcję jednoosobowo nie ma możliwości szybszego rozpatrywania zgłaszanych spraw lub podejmowania interwencji. Każdy konsument był informowany o wydłużonym czasie oczekiwania na interwencję czy przygotowanie pisma oraz o przyczynach tego stanu rzeczy.

Z oczywistych względów wyjątkiem są 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 jest wysoka, Rzecznik Konsumentów prowadząc poradnictwo konsumenckie musi dokonać bardzo szczegółowej analizy zasadności skargi lub problemu przedstawionego przez konsumenta. Oczywiście jest, iż wymaga to czasu i skupienia - tym bardziej, gdy sprawa jest wieloaspektowa. Dopiero wówczas przedstawia się konsumentowi możliwości prawne rozwiązania zgłoszonego problemu. W roku ubiegłym sporządzono 395 pism i wystąpień do przedsiębiorców.

Rzecznik Konsumentów w ramach udzielanych porad informował konsumentów o ich prawach i obowiązkach, analizował zapisy umów, kart gwarancyjnych, regulaminów, Ogólnych Warunków Ubezpieczenia, przygotowywał szereg różnego rodzaju pism. Oprócz tego konsultował i wyjaśniał jak wypełnić wniosek do sądu polubownego, czy formularze do sądów powszechnych oraz eksplikował zapisy poszczególnych aktów prawnych. Sporządzał także pisma do komorników oraz firm windykacyjnych.

W roku sprawozdawczym odnotowano zwiększoną ilość reklamacji dot. wyposażenia wnętrz – reklamacje mebli. Przedsiębiorcy coraz częściej rozpatrują reklamacje mebli nierzetelnie, odrzucając reklamacje jako niezasadne lub dokonując nieskutecznych napraw. W takich przypadkach konsumenci decydują się na zlecenie rzeczoznawcy wydania opinii nt. jakości danego towaru. Z opinii specjalistów wynika jednoznacznie, iż reklamacje były odrzucane bezpodstawnie a reklamowane produkty zawierają wady produkcyjne. Mimo to w dwóch przypadkach przedsiębiorcy nie zgadzają się na polubowne rozstrzygnięcie sporu i zostaną przygotowane pozwы do sądu powszechnego.

Nadal największym problemem jest zawieranie umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość – drogą telefoniczną. Najczęściej skarżą się osoby starsze, które uważają, że zostały wprowadzone przez konsultantów w błąd. Podawanie przez sprzedawców informacji wprowadzających w błąd w zakresie oferty czy promocji jest dosyć poważnym problemem, który się nasila. Jak już wspomniano niepokojącą praktyką jest brak pozostawiania konsumentom kopii umów i regulaminów, co utrudnia skorzystanie z prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa. Przedstawiciele niektórych operatorów telekomunikacyjnych podszywają się pod inne firmy i to przyczynia się do pozyskiwania nowych klientów, którzy są nieświadomi prowadzonej wobec nich manipulacji. Poza tym konsumenci nadal nie są rzetelnie informowani przez konsultantów o prawie odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem lub na odległość w terminie 14 dni.

Sprawy, którymi zajmował się Rzecznik Konsumentów w roku 2015 r. z zakresu umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa były skomplikowane a ich analiza wymagała czasu. W związku z tym przygotowano bardzo dużą ilość różnego rodzaju pism, aby pomóc konsumentom w dochodzeniu roszczeń. W roku 2015 odnotowano brak współpracy i możliwości negocjacji z niektórymi firmami telekomunikacyjnymi (PTS S.A., Telekomunikacja dla Domu sp. z o.o.), energetycznymi (Polska Energetyka Pro Sp. z o.o.) oraz Polskim Centrum Telemedycznym sp. z o.o. świadczącymi usługi telemedyczne (TeleEKG). Jako przykład wskażę skargi, które dotyczyły operatora telekomunikacyjnego Telekomunikacja dla Domu i PTS S.A.

Sprawy z PTS S.A. zakończyły się pozytywnie – co prawda firma windykacyjna wystąpiła w imieniu spółki przeciwko konsumentom do e-sądu w Lublinie, ale Rzecznik Konsumentów przygotował poszkodowanym konsumentom sprzeciwy od wydanych nakazów zapłaty. Sprawy zostały przekazane do Sądu Rejonowego w Chojnicach. Z informacji uzyskanych od konsumentów wynika, że postępowanie zostało umorzone. Natomiast w imieniu Telekomunikacji dla Domu występuje do konsumentów firma windykacyjna dochodząc zapłaty należności. Rzecznik przygotował konsumentom pisma odrzucające roszczenia firmy windykacyjnej. W chwili obecnej oczekuje się na ewentualny dalszy ruch Spółki Telekomunikacja dla Domu.

23 grudnia 2015 r. Prezes UKE nałożył na Telekomunikację dla Domu sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, dwie kary pieniężne: za pobieranie od konsumentów opłaty wyrównawczej, w przypadku wypowiedzenia przez konsumenta umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub wypowiedzenia umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez Spółkę z winy konsumenta przed rozpoczęciem świadczenia Usługi WLR oraz wykonywanie połączeń telefonicznych, w trakcie których oferowane były usługi świadczone przez Spółkę oraz uzgadniany był termin wizyty przedstawiciela Spółki, do użytkowników końcowych, którzy nie wyrazili zgody określonej w art. 172 ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (t.j. Dz. U. z 2014 r., poz. 243 ze zm.), w związku z art. 174 Pt.

Natomiast Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął postępowanie mające na celu wyjaśnienie, czy przedstawiciele handlowi Telekomunikacji dla Domu wprowadzali konsumentów w błąd, sugerując iż reprezentują dotychczasowego operatora. Wprowadzanie konsumentów w błąd jest nieuczciwą praktyką rynkową, a obowiązkiem każdego przedsiębiorcy jest pełne i rzetelne informowanie o swojej ofercie.

Przedstawiciele spółek podszywali się pod dotychczasowego operatora z którego usług korzystali konsumenci, w efekcie czego dochodziło do podpisywania umów na czas określony. Konsumenci byli przekonani o tym, że podpisują umowę z dotychczasowym operatorem, a nie z zupełnie nowym podmiotem. Problem polegał na tym, iż konsumenci posiadali już umowy na czas określony u innego operatora i za zerwanie umowy także groziła kara finansowa. W związku z tym, poprzez działanie

przedstawicieli spółki PTS S.A. oraz Telekomunikacji dla Domu konsumenci dysponowali dwiema umowami o świadczenie usług telekomunikacyjnych na czas określony. Wobec tego trudno nie dostrzec, że poprzez wprowadzenie w błąd, doprowadzono te osoby do niekorzystnego rozporządzenia mieniem. Przykre jest to, iż przedstawiciele spółek działają na szkodę osób w podeszłym wieku wykorzystując ich niepełnosprawność czy łatwowierność. Jest to wysoce nieetyczny sposób prowadzenia działalności, sprzeczny z zasadami współżycia społecznego. W efekcie seniorzy zamiast spędzania jesieni życia w spokoju, muszą zmagać się ze stresem i niepewnością na skutek zastosowanych wobec nich nieuczciwych praktyk rynkowych. Osoby starsze bardzo przeżywają tego typu sytuacje, nie mogą pogodzić się z tym, że tak bezwzględnie wykorzystano podeszły wiek i wszelkie związane z tym niedogodności.

Przedstawiciele Spółki Telekomunikacja dla Domu podsuwali także konsumentom do podpisu umowę o świadczenie usług TeleEKG – w tym przypadku konsumenci zgłaszający problem nie dysponowali kopią umowy. Konsumenci zaczęli zgłaszać sprawy do rzecznika dopiero po otrzymaniu pierwszej faktury od Polskiego Centrum Telemedycznego. Tym samym nie mieli świadomości podpisania umowy o świadczenie tego typu usług. Rzecznik Konsumentów przekazał do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie dokumentację zgromadzoną w tej sprawie. Urząd prowadzi przeciwko przedsiębiorcy postępowanie w zakresie zatajania przez osoby reprezentujące przedsiębiorcę faktu działania w jego imieniu i na jego rzecz, stosowania niedopuszczalnego nacisku w celu podpisania umowy, nie wydawania dokumentów, obciążania konsumentów dodatkowymi kosztami w związku z odstąpieniem od umowy.

Przykładem najgorszej praktyki stosowanej wobec konsumentów jest jedna z firm energetycznych, której przedstawiciele odwiedzili Chojniczan na przełomie września i października 2015 r. Podszywając się pod spółkę Enea S.A. zdobyli zaufanie konsumentów, aby pozyskać od nich dane osobowe oraz podpisanie podsuwanych im dokumentów. W sprawie doszło także do podrabiania podpisów niektórych konsumentów. Gdy konsumenci zgłaszali do rzecznika skargi w październiku 2015 r. nie było wiadomo z jaką spółką dany konsument miał do czynienia, gdyż nie pozostawiono konsumentom żadnych dokumentów na podstawie których można by określić, kto zaproponował nową ofertę. Sprawy były także zgłaszane do Komendy Powiatowej Policji w Chojnicach, która obecnie prowadzi postępowanie. Sprawa była także nagłośniona w lokalnym tygodniku Czas Chojnic. Dopiero pod koniec grudnia 2015 r. i na początku stycznia 2016 r. wyjaśniło się, przedstawiciele której spółki działali w tak nieuczciwy sposób. Rzecznik przygotował konsumentom dotychczas 36 pism. Niestety Spółka utrudnia konsumentom odstąpienie od umowy oraz nie przyznaje się do nie pozostawienia kopii umów i podrabiania podpisów przez ich przedstawicieli. Sprawy są w toku.

W tym przypadku konsumenci nie mieli świadomości, że podpisują umowę w innym dostawcę prądu. Nie można było zweryfikować informacji przekazywanych przez przedstawiciela, który przekazywał skarżącym się konsumentom, iż jest z Enei i zmienia się tylko zasady opłaty za prąd – od stycznia 2016 r. płatność miała być regulowana co miesiąc. Zdarzały się także sytuacje, że przedstawiciel namawiał konsumenta do oszczędności oferując rzekomo tańszy prąd, co w rzeczywistości było nieprawdą (przeprowadzono analizę kosztów). Rzadko kiedy konsumenci byli informowani o tym, iż w przypadku zmiany dostawcy prądu, będą ponosić opłaty z tytułu dystrybucji.

Należy jednak przyznać, że 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, Multimedia Polska Energia, Polski Prąd. Z tymi spółkami można było rzetelnie wyjaśnić wszystkie zgłaszane sprawy, które w efekcie kończyły się pozytywnie dla konsumentów.

Jak wynika z powyższego opisu sprawy z zakresu umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa są bardzo czasochłonne. Na jednej wizycie konsumenta dana sprawa się nie kończy, trzeba wnikliwie przeanalizować dokumenty i najczęściej przygotować różnego rodzaju wystąpienia. Prowadzenie tych spraw zajmuje kilka lub nawet kilkanaście miesięcy i jest to spowodowane wyłącznie tym, iż przedsiębiorcy nie zamierzają ustąpić i doprowadzają do eskalacji konfliktu zamiast do polubownego zakończenia sporu.

Poważny problem nadal stanowi brak zainteresowania konsumentów co do tego z kim podpisali umowę – dotyczy to sytuacji, gdy konsument otrzymuje kopię umowy, lecz nie zapoznaje się z jej treścią wrzucając dokument do szuflady. Reakcja następuje dopiero, gdy przychodzi pierwsza faktura za daną usługę, a i z tym bywa różnie, gdyż zdarzają się sytuacje, gdy konsument otrzymuje co miesiąc faktury i ich nie opłaca a zgłasza się do rzecznika dopiero, gdy następuje wypowiedzenie umowy z winy konsumenta. I w takim przypadku konsument również oczekuje skutecznej pomocy rzecznika, co nie zawsze jest możliwe.

Kolejna ze spraw, w której zgromadzono obszerny materiał dowodowy dotyczy umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa – na tzw. pokazie - przez osobę w podeszłym wieku. Sprzedawcą była spółka Eco Vital Sp. z o.o. Spółka prawdopodobnie już nie funkcjonuje mimo, że jeszcze figuruje w KRS. Podstępem doprowadzono starszą panią do podpisania umowy informując, iż podpis jest tylko potwierdzeniem odbioru prezentu w postaci czajnika bezprzewodowego. Kredytu udzielił bank Santander Consumer Bank. Sprawa została zgłoszona do Prokuratury Rejonowej w Chojnicach, która umorzyła

postępowanie. Złożono zażalenie do sądu powszechnego, także bez pozytywnego rezultatu. W tej sprawie Rzecznik Konsumentów wspiera konsumentkę od ponad dwóch lat, w tym czasie przygotowano szereg pism. Bank w spornej sprawie przyjął antykonsumencką postawę. Obecnie Komornik Sądowy w Słupsku na wniosek Santander Consumer Bank prowadzi postępowanie egzekucyjne. Rzecznik pomógł konsumentce przygotować wniosek do komornika oraz powództwo przeciwegzekucyjne. Sprawa cały czas jest w toku. Prawdopodobnie Prokuratura Rejonowa w Chojnicach wystosowała powództwo cywilne przeciwko spółce.

W opisanej sprawie przykre jest to, że bank który współpracował z nieuczciwym przedsiębiorcą nie podjął mediacji w celu polubownego zakończenia sporu. Bank w ogóle nie poczuwa się do winy, mimo iż jego przedstawiciel współdziałał w sprawie. Zabronione jest wprowadzanie konsumentów w błąd oraz wykorzystywanie sytuacji, w której dana osoba nie jest zdolna właściwie ocenić oferty sprzedaży. Pracownicy byli szkoleni w taki sposób, aby skupiać się na niekomercyjnych aspektach spotkania (np. występach artystycznych czy wykładach o zdrowym żywieniu).

W ocenie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów spółka Eco-Vital nie ujawniała handlowego celu prezentacji i nienależycie informowała konsumentów o ich uprawnieniach. Należy ubolewać nad tym, że mimo stwierdzenia nieprawidłowości przez uprawniony do tego Urząd, ta istotna informacja jest ignorowana przez poszczególne instytucje, w szczególności przez banki, które w pewnym sensie współuczestniczą w zawieraniu tego typu umów udzielając kredytu na zakup towaru.

Przedsiębiorcy oferujący konsumentom zawarcie umowy poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość nadal nie przestrzegają prawa obowiązującego w tego rodzaju sprzedaży, co przekłada się na to, iż wzrasta ilość prowadzonych przeciwko nim postępowań z zakresu naruszania zbiorowych interesów konsumentów. Coraz więcej jest przypadków, gdy przedstawiciele nie pozostawiają konsumentom kopii podpisywanych dokumentów. Tym samym dochodzi do pozbawienia danego konsumenta prawa do zapoznania się z treścią podpisanej umowy, a przede wszystkim możliwości odstąpienia od tak zawartej umowy w terminie 14 dni. Takie działanie ma na celu uniemożliwienie lub utrudnienie w odstąpieniu od umowy w ustawowym terminie. W przypadku prowadzenia negocjacji z przedsiębiorcą ten niezmiennie twierdzi, że konsument został pouczony o prawie odstąpienia od umowy, co potwierdza złożony przez niego podpis na umowie.

Opisywane przypadki, gdy przedsiębiorca utrudnia a w zasadzie uniemożliwia konsumentowi wykonywanie jego praw umownych, w tym prawa do odstąpienia od umowy - 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 przeciwdziałaniu nieuczciwym*

praktykom rynkowym 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 posiada umowę, znacznie ogranicza zdolność przeciętnego konsumenta do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej umowy.

Należy zauważyć, iż nie ma możliwości odstąpienia od umowy bez konsekwencji finansowych bez uprawnających do tego podstaw prawnych lub ujawnieniem się szczególnych okoliczności. Rzecznik Konsumentów nie podejmuje interwencji w każdej zgłaszanej sprawie, tylko w tych przypadkach w których stwierdza naruszenie prawa, wprowadzenie w błąd lub zawarcie umowy przez osobę tego nieświadomą.

Zakupy w sklepach internetowych stają się coraz bardziej powszechną formą nabywania 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 2015 skala problemów w tej dziedzinie jest znacznie mniejsza niż w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa. Można przyjąć, iż albo konsumenci stali się bardziej ostrożni w zawieraniu tego rodzaju umów, albo firmy zajmujące się sprzedażą na odległość działają w zdecydowanej większości uczciwie i dlatego nie dochodzi do poważnych sporów na tym tle. Wyjątkiem są sprawy, gdy konsumentom oferowano w trakcie rozmowy telefonicznej odebranie prezentu lub wygranej w postaci maszynki do golenia lub damskiej bielizny. Konsumenci zgadzali się na to, aby przesłać im dany produkt, a później ku ich zaskoczeniu byli za niego obciążani rachunkami.

Zawsze należy mieć na uwadze, iż sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość łączy się z ryzykiem i bardzo łatwo można zostać oszukany 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 2015 r. nie podejmowano działań w zakresie zmiany przepisów prawa miejscowego.

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

W okresie sprawozdawczym udzielono 1245 porad prawnych i informacji (konsultacji, wyjaśnień), przygotowano 395 pism i wystąpień, wysłano 55 e-maili, wydano 83 wnioski do sądu polubownego.

Zanim zostanie podjęta decyzja o interwencji do przedsiębiorcy, rzecznik pomaga konsumentom redagować pisma, aby uczyć samodzielnego dochodzenia roszczeń w sporze z przedsiębiorcą. Przy okazji rzecznik poucza konsumenta o przysługujących prawach i wskazuje linię obrony, przedstawia podstawę prawną i możliwości wyegzekwowania swoich praw. W większości pisma przygotowane przez rzecznika, które konsumenci wysyłają samodzielnie do przedsiębiorców przynoszą pozytywne rezultaty. Dopiero w sytuacji, gdy przedsiębiorca nie reaguje na pismo lub podtrzymuje negatywną dla konsumenta decyzję - do sporu włącza się Rzecznik Konsumentów. W 2015 roku wystąpiono z pisemnymi interwencjami w następujących sprawach:

- 1/ usług telekomunikacyjnych (Orange Polska, Netia, Novum, Telekomunikacja dla Domu),
- 2/ zakupu na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa (Eco Vital, Alibiostar, Allegro, poczta kwiatowa, kurs językowy),
- 3/ TV kablowej,
- 4/ umów kredytowych,
- 5/ umów turystycznych,
- 6/ umowy ubezpieczeniowej,
- 7/ mebli,
- 8/ przewozu,
- 9/ przedłużania się procedury reklamacyjnej,
- 10/ nieskutecznych napraw w ramach gwarancji,
- 11/ odrzuconej reklamacji,
- 12/ dostawcy energetycznego,
- 13/ nie wykonania usługi zdjęć ślubnych,
- 14/ umowy o szkolenie lotnicze.

W wyjaśnieniu zgłaszanych spraw wpływ na ich wydłużenie nie zawsze ma 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. Na skutek takiej informacji jeden przedsiębiorca udzielił pisemnych wyjaśnień w danej sprawie.

W myśl art. 42 ust. 4 ustawy 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 nie udzielił wyjaśnień, konieczne będzie rozważenie wystąpienia do sądu o ukaranie karą grzywny. Jednak nawet gdyby przedsiębiorca został ukarany grzywną za naruszenie obowiązku udzielenia rzecznikowi wyjaśnień – nie wpłynie to na sposób zakończenia sporu konsumenckiego.

Polemiki i mediacje prowadzone z przedsiębiorcami są niekiedy długotrwałe i pracochłonne, ale dzięki temu osiągnęte są pozytywne rezultaty.

Zdarzają się sytuacje, w których przedsiębiorca nie zgadza się na żadne ustępstwa lub strony przedstawiają odmienny stan faktyczny – wówczas nie jest możliwe polubowne zakończenie sporu. Należy podkreślić, że Rzecznik Konsumentów nie został wyposażony w instrumenty prawne umożliwiające zmuszenie przedsiębiorcy do uznania roszczeń konsumenta. W takiej sytuacji jedyną możliwością wyegzekwowania praw konsumenta jest wytoczenie powództwa cywilnego. Wówczas rzecznik pomaga konsumentowi w przygotowaniu pozwu i służy wsparciem prawnym w trakcie toczącego się postępowania.

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

Współpraca z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Inspekcją Handlową 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 Konsumentów spotyka 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.

W zakresie działań profilaktycznych, mających na celu ochronę interesów konsumentów, Powiatowy Rzecznik Konsumentów przygotował komplet dokumentów dotyczących podejrzenia naruszenia zbiorowego interesów konsumentów przez Polskie Centrum Telemedyczne Sp. z o.o. w Warszawie. Zebrany materiał w sprawie został przekazany do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie.

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

W 2015 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 chciały się porozumieć Rzecznik Konsumentów proponował poddanie sporu pod rozstrzygnięcie sądu polubownego, a dopiero jako ostateczne rozwiązanie - skierowanie sprawy do sądu powszechnego. Z pomocy Stałego Polubownego Sądu Konsumentckiego w Chojnicach w ubiegłym roku skorzystało 83 konsumentów. Przygotowano także 10 sprzeciwów od wydanych nakazów zapłaty (9 spraw zakończonych jest pozytywnie, 1 negatywnie – konsumentka przekazała rzecznikowi złą datę odbioru pisma z sądu, co wpłynęło na odrzucenie sprzeciwu złożonego po terminie), 3 pozwy do sądu rejonowego (2 sprawy zakończyły się pozytywnie, w 1 brak informacji ze strony konsumentki) i 1 odpowiedź na złożony sprzeciw.

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. Niestety w większości konsumenci nie informują rzecznika o wyniku rozstrzygnięcia spraw wniesionych do sądu.

6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.

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

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

W czerwcu 2015 r. Rzecznik Konsumentów otrzymał zaproszenie na piknik obywatelski. Wówczas rozdano szereg materiałów informacyjnych, szczególnie skierowanych do najmłodszych uczestników rynku, co spotkało się z dużym zainteresowaniem.

Broszury i ulotki, które Rzecznik otrzymuje z UOKiK i Stowarzyszenia Konsumentów Polskich są rozpowszechniane podczas udzielanych porad, a także dostępne w miejscach do tego przeznaczonych na terenie urzędu.

Propagowanie wiedzy konsumenckiej doprowadza do tego, że konsument jest świadomy swych praw, a uzyskane informacje wpływają korzystnie nie tylko wobec niego, ale mają pozytywny wpływ na ogólny interes gospodarczy.

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. Konsumenty 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. Wyсіtek i stres towarzyszy każdego dnia. Szczególnie w sytuacji, gdy zgłaszana sprawa jest bezpodstawną lub przedawnioną. Wówczas bardzo trudno wytłumaczyć konsumentowi, iż jego roszczenia są bezzasadne.

Rok 2015 był znaczący dla prawa konsumenckiego, gdyż wprowadzone zostały nowe instrumenty prawne, a także przyjęto dokumenty strategiczne wskazujące kierunki polityki konsumenckiej na najbliższe lata. Należy podkreślić, że rok 2015 był pierwszym rokiem obowiązywania nowych przepisów wprowadzonych ustawą z dnia 30 maja 2014 r. *o prawach konsumenta*. Przepisy te mają zastosowanie do umów zawartych od dnia 25 grudnia 2014 r. *Ustawa o prawach konsumenta* wprowadziła nowe zasady zawierania z konsumentami umów poza lokalem przedsiębiorstwa oraz umów na odległość, znacząco rozszerzyła obowiązki informacyjne przedsiębiorców wobec konsumentów, zmieniła zasady prawa do odstąpienia od umowy a także zasady i koszty związane ze zwrotem świadczeń po odstąpieniu od umowy. Ponadto, dokonując reimplementacji dyrektywy o sprzedaży konsumenckiej, znowelizowano przepisy Kodeksu cywilnego dotyczące umowy sprzedaży, w szczególności rękojmi i gwarancji.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów przyjął strategiczny dokument „Polityka Ochrony Konkurencji i Konsumentów” dotyczący programu rozwoju konkurencji, a także rządowej polityki konsumenckiej. W jego ramach UOKiK realizuje zadania polegające na eliminowaniu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, kontroli wzorców umownych oraz zapewnieniu bezpieczeństwa produktów i jakości usług.

W trakcie obowiązywania *ustawy o prawach konsumenta* pojawiły się różne problemy i pytania dotyczące jej stosowania.

Ustawa o prawach konsumentów wymogła także wprowadzenie znaczących zmian w procedurach reklamacyjnych - konsument ma możliwość zgłaszania od razu każdego z czterech uprawnień reklamacyjnych tj. naprawy, wymiany, obniżenia ceny lub odstąpienia od umowy (oczywiście, gdy wada jest istotna). W obecnym stanie prawnym konsument może skorzystać z prawa odstąpienia

od umowy lub żądania obniżenia ceny, przy braku możliwości sprzedawcy przeciwstawienia się temu żądaniu, gdy rzecz była już wymieniana lub naprawiana.

Nowe regulacje prawne polepszyły sytuację konsumenta ograniczając ilość napraw w sytuacji, gdy wada jest istotna.

Działalność Rzecznika Konsumentów cieszy 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 jest łatwym zadaniem. Wiele spraw dotyczy nie tyle konkretnego przypadku, co udzielania informacji nt. obowiązującego prawa i przysługujących uprawnień. Nie zawsze można określony temat przedstawić w załączonych tabelach. Zapewnienie konsumentom efektywnego dochodzenia roszczeń było także realizowane poprzez podejmowanie interwencji na rzecz konsumentów i prowadzenie mediacji z przedsiębiorcami. Zakres i formy tej pomocy były bardzo zróżnicowane, dostosowane do charakteru i okoliczności danej sprawy.

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 i telefoniczny nie tylko z konsumentami, ale też z przedsiębiorcami oraz sprzedawcami. Z perspektywy kolejnego roku pracy można stwierdzić, że Rzecznik jest instytucją zaufania publicznego.

Na powierzonym odcinku zadań samorządu powiatowego nie można skupiać się jedynie na problemach związanych i wynikających z przepisów prawa konsumenckiego. Znajomość

innych dziedzin prawa, w tym między innymi prawa cywilnego, postępowania cywilnego, prawa gospodarczego, prawa karnego umożliwia znalezienie porozumienia między konsumentem, a przedsiębiorcą - szczególnie przy rozwiązywaniu problemu poprzez mediację. Mediacja jest trudną sztuką prowadzenia rozmów i przekonywania poprzez siłę argumentacji. 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, co znajduje zrozumienie u Starosty który nadzoruje pracę Rzecznika Konsumentów i wie jak bardzo złożony jest charakter tej pracy. Biorąc pod uwagę wzrost zainteresowania poradami rzecznika oraz w celu poprawy dostępności dla osób starszych i niepełnosprawnych - Starosta podjął decyzję o przeniesieniu biura rzecznika na parter. Starosta wspiera pracę rzecznika i jest na bieżąco informowany o sposobie prowadzenia poradnictwa konsumenckiego.

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 dobrze postrzegana, biorąc pod uwagę trudności związane z narastającym kryzysem gospodarczym i wzrostu skali prowadzenia przez przedsiębiorców bardziej agresywnej polityki utrudniającej konsumentom dochodzenie roszczeń. Osoby będące w trudnej sytuacji życiowej (materialnej) mają możliwość uzyskania bezpłatnej pomocy prawnej nie tylko w zakresie prawa konsumenckiego.

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

Na przełomie czerwca i sierpnia 2015 r. przeprowadzono kontrolę pracy Powiatowego Rzecznika Konsumentów przez NIK Delegatura w Gdańsku. Była to już druga kontrola przeprowadzona przez NIK w trakcie pełnienia funkcji przez rzecznika. Kontrolę prowadzono w zakresie przeciwdziałania nieuczciwym praktykom w sprzedaży bezpośredniej w okresie od 1 stycznia 2012 r. do 31 maja 2015 r.

Wyniki kontroli są pozytywne – *„Ocenę pozytywną uzasadnia prawidłowe usytuowanie i powołanie Rzecznika, jego dostępność dla obywateli, a także niezwłoczne i skuteczne udzielanie porad oraz rzetelne*

rozpatrywanie spraw zgłoszonych przez konsumentów dotyczących sprzedaży bezpośredniej oraz prowadzenie działań w zakresie edukacji konsumenckiej." W działalności Starostwa w przedstawionym zakresie nie stwierdzono nieprawidłowości. Najwyższa Izba Kontroli m.in. oceniła pozytywnie identyfikowanie i monitorowanie w Starostwie zagadnień związanych ze sprzedażą bezpośrednią, organizację poradnictwa konsumenckiego w Starostwie oraz działania Rzecznika na rzecz ochrony praw klientów.

Powiatowy Rzecznik w Chojnicach pełni funkcję od 31 maja 1999 r. W tym czasie udzielono konsumentom prawie 11000 porad, informacji i konsultacji. Przez 16 lat pełnienia funkcji Rzecznika Konsumentów nie wpłynęła żadna skarga dotycząca sposobu rozpatrywania spraw, czy udzielaniu porad.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI POWIATOWYCH (MIEJSKICH) RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW ZA 2015R.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Chojnicach

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

	Ogółem
I. Usługi, w tym:	364
<u>ubezpieczeniowa</u>	42
<u>finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)</u>	82
<u>remontowo-budowlana</u>	30
<u>dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości</u>	4
<u>telekomunikacja (telefony, TV)</u>	98
turystyczno-hotelarska	2
<u>deweloperska, pośrednictwo nieruchomości</u>	1
<u>motoryzacja</u>	11
pralnicza	0
timeshare	0
<u>pocztowa</u>	4
gastronomiczna	0
<u>przewozowa</u>	3
<u>edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa</u>	1

<u>medyczna</u>	0
<u>wyposażenie wnętrz</u>	4
pogrzebowa	0
<u>windykacyjne</u>	38
inne	44
II. Umowy sprzedaży, w tym:	436
<u>obuwie i odzież</u>	194
<u>wyposażenie mieszkania</u>	71
<u>sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)</u>	40
<u>komputer i akcesoria komputerowe</u>	32
<u>motoryzacja</u>	19
<u>artykuły spożywcze</u>	2
artykuły chemiczne i kosmetyki	0
<u>zabawki</u>	1
inne	77
III. Umowy poza lokalem i na odległość	406

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

Przedmiot sprawy	Ilość wystąpień ogółem	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku/ Bezzasadne
I. Usługi, w tym:	20	12	2	6
ubezpieczeniowa	1		1	
finansowa (inna niż ubezpieczeniowa)	1		1	
remontowo-budowlana				
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości				
telekomunikacja (telefon, TV)	11	9		2
turystyczno-hotelarska	1	1		
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości				
motoryzacja				
pralnicza				
timeshare				
pocztowa				
gastronomiczna				

przewozowa	1	1		
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	2	1		1
medyczna	1			1
wyposażenie wnętrz				
pogrzebowa				
windykacyjne				
inne	2			2
II. Umowy sprzedaży, w tym:	13	8	1	4
obuwie i odzież	6	5		1
wyposażenie mieszkania i gospodarstwa domowego	4	1		3
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	2	2		
komputer i akcesoria komputerowe	1		1	
motoryzacja				
artykuły spożywcze				
artykuły chemiczne i kosmetyki				
zabawki				
inne				
III. Umowy poza lokalem i na odległość	6	3	1	2

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

lp	Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		Sprawy w toku	Ilość ogółem
		pozytywne (np. uwzględniające żądanie w zasadniczej części)	negatywne		
1.	Powództwa dotyczące reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	----	---	---	---
2.	Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania usług	---	----	---	---

3.	Powództwa dotyczące uznania postanowienia umownego za niedozwolone	----	----	----	----
4.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów *	----	----	3	3
5.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług **	----	----	----	----
6.	Inne			11	11
	RAZEM			10	10
1.	Sprawy kierowane do rozpatrzenia przez sąd polubowny				83
2.	Wstępowanie rzecznika konsumentów do postępowań	----	----	----	----

Tabela nr 4: Inne zadania:

L.p	Realizacja zadań wynikających z:	Ilość
1.	Art. 479 (38) Kpc - niedozwolone postanowienia umowne	----
2.	Ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	----
3.	Ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym	----
4.	Art. 42 ust.1 pkt 3 uokik – występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów	----
5.	Art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc - przedstawienie sądowi istotnego poglądu dla sprawy	----

Powiatowy Rzecznik
Konsumentów
mgr Joanna Gierszewska