

**Zarządzenie Nr 50/24**  
**Starosty Stargardzkiego**  
**z dnia 15 marca 2024 r.**

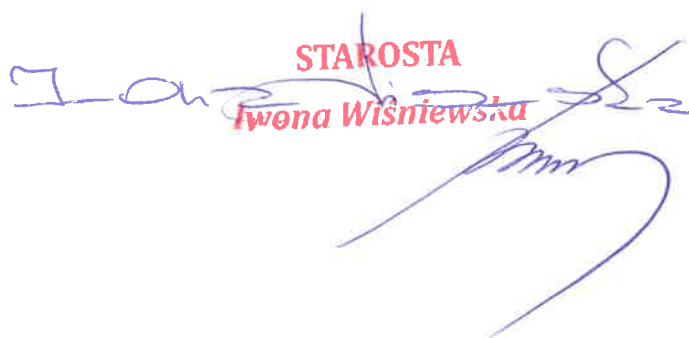
**w sprawie zaopiniowania sprawozdania z działalności**  
**Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Stargardzie za 2023 rok**

Na podstawie art. 43 ust.1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023 r. poz. 1689) zarządza się, co następuje:

§1. Opiniuje się bez uwag sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Stargardzie za 2023 rok, stanowiące załącznik do niniejszego zarządzenia.

§ 2. Sprawozdanie, o którym mowa w § 1 Powiatowy Rzecznik Konsumentów przekazuje właściwej miejscowo delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku.

§ 3. Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

  
**STAROSTA**  
**Iwona Wisniewska**

zapewnić  
do zarządzenia nr 50/24  
Starosty Stargardzkiego  
z dnia 15.03.2024.



**POWIATOWY RZECZNIK KONSUMENTÓW  
STAROSTWO POWIATOWE W STARGARDZIE**

**SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI  
POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW**

**za 2023 rok**

**Stargard, marzec 2024 r.**

Sprawozdanie stanowi wykonanie art. 43 ust. 1 Ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2023r. poz.1689) na podstawie, której przedkładam w terminie do dnia 31 marca Staroście Stargardzkiemu do zatwierdzenia roczne sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w roku 2023

## Spis treści

<b>I.</b>	Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów .....	4
<b>II.</b>	Realizacja zadań wykonywanych przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów ..	7
	1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów .....	8
	2. Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	13
	3. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów .....	14
	4. Współdziałanie z UOKIK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami Konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.....	16
	5. Wytyczanie powództw na rzecz konsumentów i występowanie do toczących się postępowań .....	17
	6. Działania o charakterze edukacyjno - informacyjnym .....	17
<b>III.</b>	Wnioski końcowe .....	18
	1. Zmiany w przepisach dotyczących ochrony praw konsumentów.....	21
<b>IV.</b>	Tabele dodatkowe zalecane przez UOKIK .....	25

## **I. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów**

Ochrona praw konsumentów to jedno z zadań samorządu powiatowego wynikające z art. 4 ust. 1 pkt 18 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz.U. z 2014r. poz.107) zadanie to stosownie do art. 39 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023r. poz. 1689) wykonuje powiatowy/ miejski rzecznik konsumentów.

Zadania i uprawnienia Powiatowego Rzecznika Konsumentów określa art. 42 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Należą do nich:

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

Rzecznik posiada fakultatywne uprawnienie do wytaczania powództw na rzecz konsumentów lub wstępowania, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów oraz uprawnienia oskarżyciela publicznego w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów. Jeżeli Rzecznik nie uczestniczy w sprawie, może przedstawić sądowi istotny dla sprawy pogląd, jednak nie jest on dla Sądu wiążący.

Funkcję Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Starostwie Powiatowym sprawuje Ewa Skórczyńska. Uchwałą nr 375/19 Zarządu Powiatu Stargardzkiego z dnia 19 czerwca 2019r. w sprawie zmiany uchwały w sprawie uchwalenia Regulaminu Organizacyjnego Starostwa Powiatowego wprowadzono zmiany w Regulaminie Organizacyjnym w następujący sposób, mianowicie: od dnia 1 lipca 2019 r. utworzono Biuro Powiatowego Rzecznika Konsumentów. Utworzenie biura znajduje swoje uzasadnienie w art.40. ust.5 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2023r. poz. 1689) tj: "W powiatach powyżej 100tys. mieszkańców i w miastach na prawach powiatu rzecznik konsumentów może wykonywać swoje zadania przy pomocy wyodrębnionego biura" oraz w uzasadnieniu ww. uchwały. W strukturze organizacyjnej Urzędu Biuro Rzecznika Konsumentów podporządkowane jest bezpośrednio Staroście Powiatu Stargardzkiego co jest zgodne z zapisami art. 40 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Biuro jest czynne w godzinach pracy Urzędu. Interesanci przyjmowani są od 8.00 do 16.00 od poniedziałku do piątku w budynku Starostwa Powiatowego w Stargardzie pok. 05. W tych godzinach porady udzielane są także telefonicznie pod numerem telefon: (91)48-04-842 oraz pocztą elektroniczną – adres dostępny na stronie internetowej Powiatu Stargardzkiego w zakładce Powiatowy Rzecznik Konsumentów.

Sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów za rok 2023 sporządzone zostało wg proponowanej przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów formy. Sprawozdawczość oparto na klasyfikacji spraw uwzględniającej trzy kryteria klasyfikacyjne:

sposób zawarcia umowy,  
sektor rynku,  
istotę problemu.

W kryterium klasyfikującym sprawy wg sposobu zawarcia umowy wyróżniono trzy grupy spraw:

umowy zawarte w lokalu,  
umowy zawarte poza lokalem,  
umowy zawarte na odległość.

Z kolei biorąc pod uwagę sektor rynku wykorzystano klasyfikację sektorów ustaloną zaleceniami Komisji Europejskiej z dnia 12 maja 2010 r. w sprawie zharmonizowanej metodologii klasyfikacji i zgłaszania skarg i zapytań konsumentów (Dz.U. UE 2.6.2010). W oparciu o tę klasyfikację pogrupowano sektory rynku w sposób adekwatny do potrzeb rzeczników konsumentów i dotychczasowej praktyki w umowach sprzedaży na dziewięć grup:

- 1) art. żywnościowe
- 2) odzież i obuwie
- 3) meble, artykuły wyposażenia wnętrz i utrzymania domu
- 4) urządzenia gospodarstwa domowego i urządzenia elektroniczne, sprzęt komputerowy
- 5) samochody, środki transportu osobistego, części i akcesoria
- 6) kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące
- 7) produkty związane z opieką zdrowotną
- 8) artykuły rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci
- 9) inne

oraz czternaście grup w umowach o świadczenie usług:

- 1) usługi związane z rynkiem nieruchomości
- 2) bieżąca konserwacja, utrzymania domu, naprawy, pielęgnacja
- 3) czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia,
- 4) konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu
- 5) finansowe
- 6) ubezpieczeniowe
- 7) pocztowe i kurierskie
- 8) telekomunikacyjne
- 9) transportowe

- 10) turystyka i rekreacja
- 11) sektor energetyczny i wodny
- 12) związane z opieką i opieką zdrowotną
- 13) edukacyjne
- 14) inne.

Według istoty problemu rozumianej jako najważniejszej, głównej przyczyny skargi konsumenta podziału dokonano wg pięciu grup:

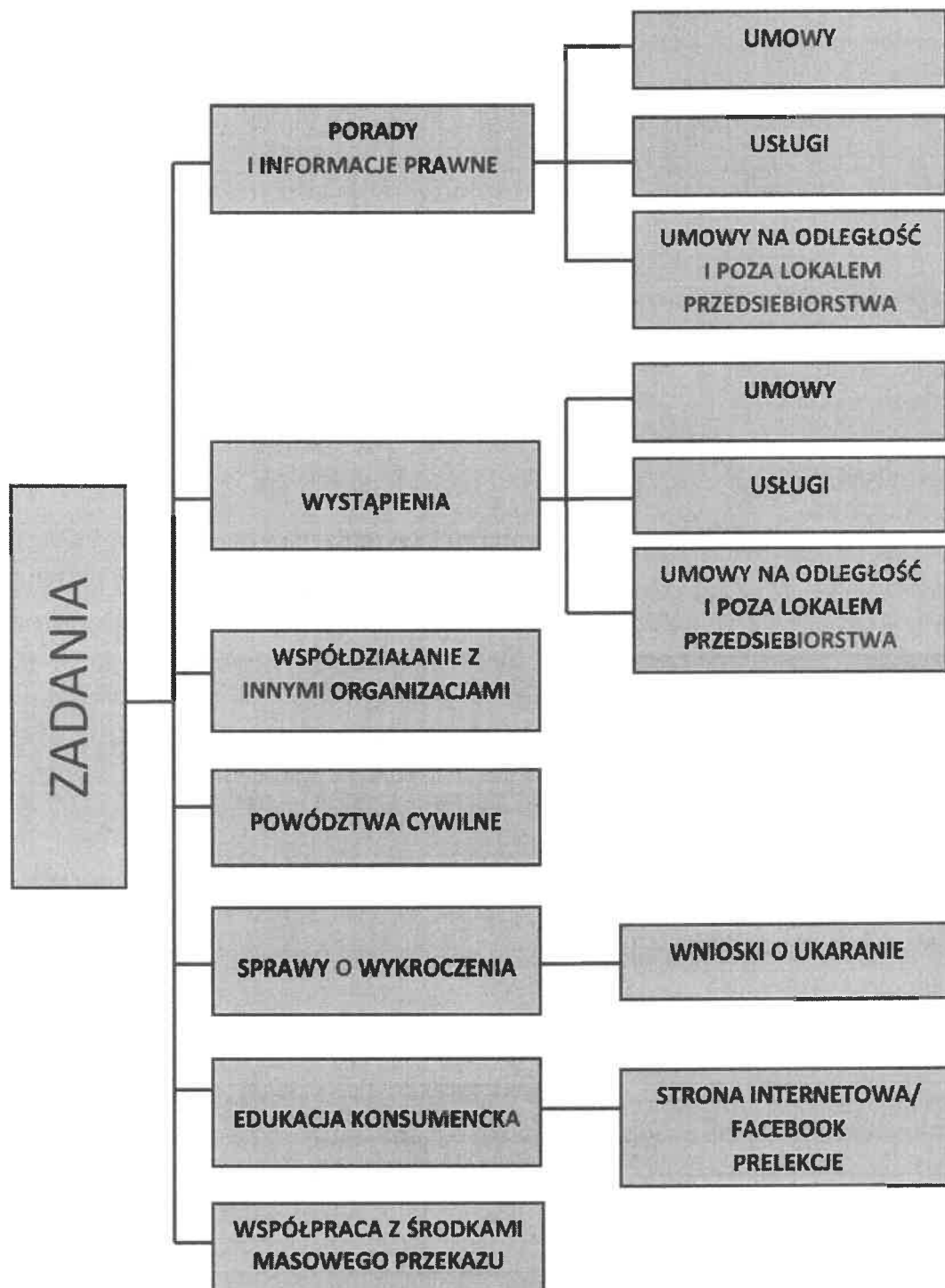
- 1) rozwiązanie umowy (odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie),
- 2) wady towarów / nienależyte wykonanie umowy,
- 3) nieuczciwe praktyki rynkowe / wady czynności prawnych,
- 4) warunki umów / niedozwolone postanowienia umowne,
- 5) inne.

Ponadto w sprawozdaniu wyodrębniono porady w ogólnych sprawach konsumenckich, a także sprawy o charakterze niekonsumenckim, w których mieszkańcy powiatu stargardzkiego szukali pomocy u Rzecznika.

#### **Struktura Biura Powiatowego Rzecznika Konsumentów stan kadrowy w 2023 r.**

<i>Województwo</i>	<i>Zachodniopomorskie</i>
<i>Miasto/Powiat</i>	<i>powiat stargardzki</i>
<i>Liczba mieszkańców Powiatu</i>	<i>119 128</i>
<i>Imię i nazwisko rzecznika konsumentów</i>	<i>Ewa Skórczyńska</i>
<i>Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)</i>	<i>Wyższe ekonomiczne</i>
<i>Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.</i>	<i>TAK</i>
<i>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.</i>	<i>TAK</i>
<i>Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.</i>	<i>TAK</i>
<i>Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę).</i>	<i>1</i>

II. Realizacja zadań wykonywanych przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów  
Schemat opracowania sprawozdania:





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

Podstawowym zadaniem Rzecznika jest udzielanie bezpłatnych porad i informacji prawnych w zakresie ochrony interesów konsumentów. Realizacja tego zadania wymaga znajomości przepisów prawnych z różnych dziedzin oraz profesjonalnego i życzliwego podejścia do konsumenta, oczekującego najczęściej natychmiastowej pomocy. Po porady zgłaszają się konsumenci o różnym profilu wiekowym.

Rzecznik udziela poradnictwa i informacji prawnej konsumentom **osobiście, telefonicznie, mailowo**. Podkreślić należy, że udzielanie porad konsumentom polega nie tylko na odpowiedzi na proste, standardowe pytania i poinformowaniu o stanie prawnym, ale często w przypadku porad udzielanych osobiście, obejmuje szereg podjętych przez Rzecznika czynności, gdyż poza wysłuchaniem przedstawianych problemów, wymaga analizy dokumentów: umów, regulaminów, gwarancji oraz korespondencji reklamacyjnej.

Pomoc konsumentom w wielu sprawach wiązała się również z przygotowaniem pism - zgłoszeń reklamacyjnych, oświadczeń o odstąpieniu od umów zawartych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, czy odwołań od odmownych decyzji. Konsumenci konsultowali również z Rzecznikiem treść samodzielnie sporządzanych pism do przedsiębiorców. Przygotowanie konsumentom pism przez Rzecznika pozwalało na samodzielne załatwienie sprawy, bez konieczności oficjalnego występowania Rzecznika do przedsiębiorcy. W niektórych sprawach konsumenci nie podejmowali uprzednio samodzielnie żadnych czynności (np. nie składali reklamacji czy odstąpienia od umowy) prosząc o pomoc Rzecznika. Realizując zadania z zakresu poradnictwa konsumenckiego - Rzecznik niejednokrotnie podejmował interwencje u przedsiębiorców w formie telefonicznej lub mailowej, które skutkowały szybkim rozwiązaniem zgłoszonego problemu.

Rzecznik w ramach poradnictwa udostępniał także konsumentom broszury i ulotki informacyjne oraz informował o możliwości skierowania sprawy do innej instytucji tj. Inspekcji Handlowej, Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Rzecznika Finansowego czy Prokuratury lub Policji. Głównym celem podejmowanych w tym zakresie działań jest rozwijanie świadomości konsumentów oraz zapewnienie pomocy w egzekwowaniu roszczeń wobec przedsiębiorców.

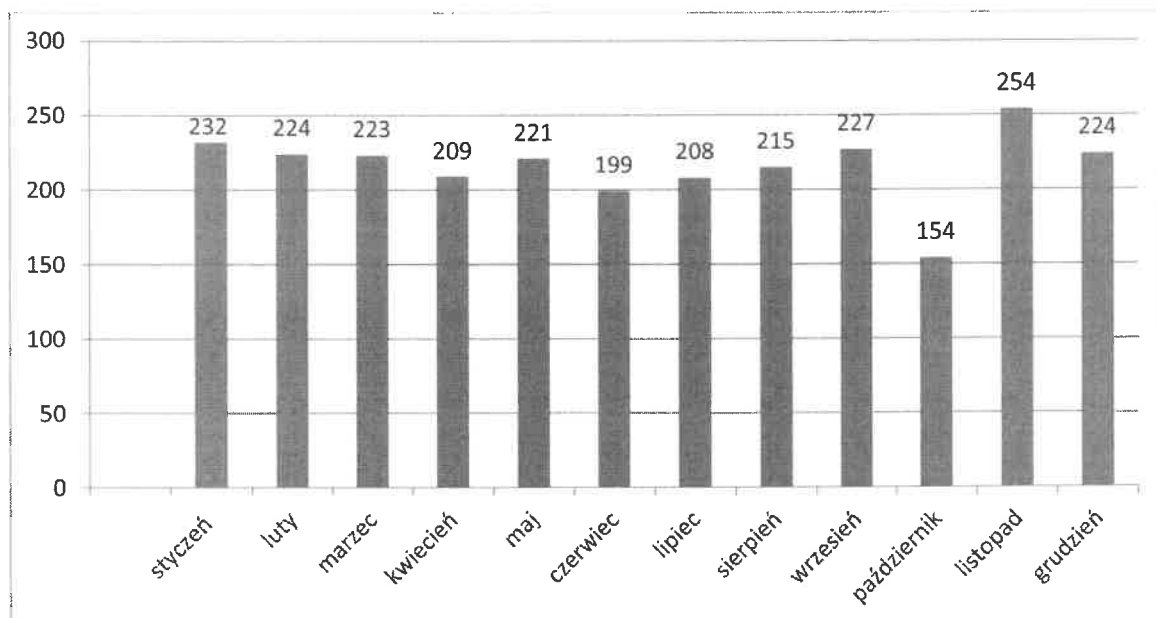
W omawianym okresie sprawozdawczym wielu mieszkańców powiatu stargardzkiego zwracało się do rzecznika ze swoimi problemami niemającymi charakteru konsumenckiego. Sprawy dotyczyły członków wspólnot i spółdzielni mieszkaniowych, interpretacji przepisów prawa pracy i ubezpieczeń społecznych, prawa spadkowego, egzekucji, w tym komorniczej, opłat abonamentowych RTV. W takich przypadkach rzecznik oprócz porady, wskazywał instytucje właściwe do rozpatrzenia danej sprawy. Wśród porad niemających charakteru konsumenckiego, były porady dotyczące umów zawartych pomiędzy podmiotami gospodarczymi. Zaznaczyć również należy, że po porady do Rzecznika zgłaszali się również przedsiębiorcy i rolnicy.

Analizując zgromadzone dane pod kątem ilości udzielanych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy 2023 roku **średniomiesięcznie** odnotowano **215 skarg**, co stanowi **11 skarg obsługiwanych** przez biuro każdego dnia.

miesiąc	porady pisemne/mailowe	porady ustne/telefoniczne	wystąpienia	RAZEM
styczeń	33	174	25	<b>232</b>
luty	41	152	31	<b>224</b>
marzec	37	145	41	<b>223</b>
kwiecień	23	156	30	<b>209</b>
maj	35	155	31	<b>221</b>
czerwiec	25	140	34	<b>199</b>
lipiec	33	145	30	<b>208</b>
sierpień	33	154	28	<b>215</b>
wrzesień	38	165	24	<b>227</b>
październik	33	102	19	<b>154</b>
listopad	38	190	26	<b>254</b>
grudzień	33	170	21	<b>224</b>
<b>suma</b>	<b>402</b>	<b>1848</b>	<b>340</b>	<b>2590</b>

*Tabela nr 1: Ilość skarg w 2023 roku*

Źródło: Opracowanie własne



*Wykres nr 1: Ilość skarg w 2023 roku*

Źródło: Opracowanie własne

W roku sprawozdawczym udzielono **2415 porad** w sprawach konsumenckich i **175** o charakterze niekonsumenckim, łącznie udzielono **2590** porady (porównawczo w 2022 r. - 2304). Były to porady osobiste, telefoniczne, mailowe. W większości polegały na analizie dokumentów, a w razie potwierdzenia racji konsumentów wskazaniu im właściwego kierunku rozpoczęcia procedury dochodzenia roszczeń, albo przyjęcie sprawy do sporządzenia wystąpienia do przedsiębiorcy. W trakcie wykonywanych zadań przygotowywano zgłoszenia reklamacyjne, projekty pism, reklamacji, odpowiedzi na pisma otrzymane od przedsiębiorców jak również oświadczenia o odstąpieniu od umów zawartych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa, odwołania od decyzji odrzucających reklamację, pisma procesowe, przedsądowe wezwania do zwrotu zaliczek czy zwrotu ceny towaru w razie odstąpienia od umowy sprzedaży w ustawowym terminie. W zakresie umów sprzedaży udzielono **1423** porad, a w zakresie usług **992**. **103** dotyczyło sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa (pokazy, akwizycja), a **263** zakupów na odległość, (tj. przez telefon czy też w sklepach internetowych za pośrednictwem portali transakcyjnych, wysyłkowo itp.).

Można zauważyć, że w roku sprawozdawczym liczba porad w zakresie umów sprzedaży jak i usług jest porównywalna. Poważny akcent **479** stanowią spory w zakresie umów sprzedaży w kategorii związanej z usterkami urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych i sprzętu komputerowego. Powodem reklamacji sprzętu gospodarstwa domowego oraz urządzeń elektronicznych i komputerów były ich awarie lub całkowite zaprzestanie działania pralek, lodówek, zmywarek, odkurzaczy, ekspresów do kawy, telewizorów, telefonów komórkowych czy komputerów.

W kategorii odzież obuwie udzielono **424** porady. Konsumenci reklamowali pęknięcie materiału cholewki, rozklejanie się obuwia, pęknięcie i łuszczenie się łożyska skóry a także pęknięcie i przecieranie się podeszw. Nie ma żadnego znaczenia cena obuwia, gdyż problem dotyczy zarówno taniego obuwia, jak i uznanych na rynku marek. Niepokojącym zjawiskiem jest to, że sprzedawcy obuwia nagminnie nie uznają reklamacji, licząc, że konsument zniechęci się i nie pójdzie do sądu dochodzić swoich roszczeń. Bardzo częstą odpowiedzią na złożoną reklamację butów jest stwierdzenie, że po oględzinach organoleptycznych nie stwierdzono żadnych wad mogących stanowić podstawę do uznania reklamacji, a uszkodzenia są mechaniczne i nimi sprzedawcy obarczają samych użytkowników. Powstanie uszkodzenia mechanicznego, czyli przejście do stanu niezdatności, podczas typowej eksploatacji, zazwyczaj świadczy o niedostosowaniu materiału z jakiego wykonano obuwie. Odpowiedzialność za technologię produkcji materiału ponosi producent, a z rękojmi sprzedawca. Najczęściej właśnie konsumenci skarżyli się na odmowę uznania ich reklamacji przez sprzedawców i przerzucanie na nich odpowiedzialności za powstanie wady. Nie zawsze jest tak, że za uszkodzenia, które powstają odpowiada użytkownik dlatego w celu dalszego dochodzenia roszczeń ważną dla oceny jakości jest tu opinia fachowca/rzecznawcy ds. jakości obuwnictwa/szewstwa. Jeśli opinia rzeczoznawcy jest pozytywna dla Konsumenta i dochodzi do uznania przez rzeczoznawcę wady, za którą ponosi odpowiedzialność producent/sprzedawca wówczas Rzecznik Konsumentów kieruje wystąpienie do sprzedawcy posiłkując się argumentacją rzeczoznawcy. W okresie sprawozdawczym konsumenci skarżyli

się również na załatwianie reklamacji niezgodnie ze zgłoszonym żądaniem i długie terminy oczekiwania na jej rozpatrzenie.

Trzecie miejsce zajmują porady wynikające z tytułu zakupionych mebli, artykułów wyposażenia wnętrz i utrzymania domu – udzielono ich **244** w roku sprawozdawczym.

Powodem reklamacji np. mebli były: usterki zauważone zaraz po dostarczeniu towarów. Inne zauważone podczas użytkowania wady to: braki kompletności elementów do złożenia mebli, nierówności w uszyciu tapicerowanych mebli, zapadanie się siedzisk prucie na szwach, deformowanie i odbarwienie tkanin, wychodzenie materiału ze szwów lub przemieszczanie się gąbki czy innego wypełnienia wewnętrznego. Według relacji konsumentów zabudowy meblowe w tym kuchni wykonywano niestarannie i nieestetycznie. Skargi dotyczyły niechlujnego wykonawstwa mebli w szczególności zgłaszano niezliczoną liczbę otarć, przekręcenia gwintów podczas łączenia elementów czy też krzywizny/niespasowania elementów w meblach. Po odebraniu mebli często okazywało się, że towary zamawiane na podstawie katalogów lub po uprzednim obejrzeniu na ekspozycji w lokalu przedsiębiorcy nie spełniały oczekiwań kupujących pod względem wyglądu, twardości siedzisk i oparcie czy też estetyki wykonania.

Sprzedawcy odrzucali reklamację argumentując, że reklamowane zmiany są wynikiem uszkodzeń mechanicznych spowodowanych przez użytkownika, a kupujący twierdzili, że wady te są wynikiem niechlujnego wykonania przez producenta. Cena towarów niekiedy osiągała kwotę kilkudziesięciu tysięcy złotych. W tych okolicznościach konsumenci oczekiwali towaru zgodnego z umową, ale również estetyki w ich wykonaniu zwłaszcza, że nie kupowali mebli na okres roku lub dwóch.

Najmniej porad w 2023 r. bo tylko **7** udzielono w sprawach dot. reklamacji kosmetyków, środków czyszczących i konserwujących.

Spośród usług najwięcej porad udzielono w zakresie usług telekomunikacyjnych, bo aż **196**. Następne w kolejności to porady w zakresie usług sektora ubezpieczeniowego – **120** i bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy i pielęgnacja **109**. Najmniej porad udzielono w sprawach niezgodności w umowach edukacyjnych **11**. Często dochodzi do naliczania kar z powodu rozwiązania umowy terminowej przed jej upływem. Czasem naliczenie jest zasadne, gdyż konsumenci podpisując umowę z nowym operatorem czynią to nieuważnie bo okazuje się, że posiadają umowy terminowe u macierzystych operatorów.

Biorąc pod uwagę istotę problemu najwięcej porad udzielono w związku z wadami towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy bo aż **1574**. Kolejną grupę stanowiły porady dot. rozwiązania umowy **611**. W kategorii „warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne” udzielono **43** porad. Najmniej bo **7** porad udzielono w kategorii „nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych”.

Z powyższego wynika, że problemem generującym największą ilość skarg konsumenckich w 2022 r. była zła jakość towarów i usług, oraz wprowadzanie w błąd konsumentów co do oferowanych produktów.

Podobnie jak w latach ubiegłych, konsumenci skarżyli się na oddalanie ich reklamacji przez sprzedawców z powodu wskazywania przez serwisy gwarancyjne uszkodzeń mechanicznych reklamowanych produktów spowodowanych przez użytkowników. Kwestionowali odmowę

załatwiania reklamacji zgodnie z żądaniem, (np.: zamiast wymiany towaru, sklep proponował naprawę, albo zamiast zwrotu gotówki - wymianę lub naprawę). Długotrwałe i wielokrotne naprawy były przedmiotem skarg. Skarżono się również na pogarszanie się stanu reklamowanej rzeczy po odbiorze. Kontrowersje konsumentów wzbudzało odebranie reklamowanej rzeczy, która okazywała się dodatkowo uszkodzona w transporcie. Uszkodzenia zewnętrzne, mechaniczne zauważano dopiero po rozpakowaniu paczki. W takich sytuacjach przygotowywano konsumentom pisma reklamacyjne.

Problematyczne jak w ubiegłych latach jest to, że wiedza konsumentów w zakresie przysługujących im praw nadal jest nieduża, jednakże daje się spostrzec, że z roku na rok coraz większa. Progres ten można zauważyć jednak wśród młodych ludzi. Zdarzają się jeszcze przypadki zapytań o przysługujące im prawo do zwrotu towaru zakupionego w sklepach stacjonarnych, które dawniej było obligatoryjne, ale już coraz mniej. Osobom w wieku +60 wydaje się, że sprzedawcy zobowiązani są do przyjmowania zwrotów - a tak nie jest. Młodzi ludzie już wiedzą, że zwrot towaru zakupionego w sklepie stacjonarnym zależy od prowadzonej w tym zakresie polityki sklepu - czyli od dobrej woli sprzedawcy. Starsze pokolenie w większości nie rozróżnia rękojmi od gwarancji i podczas zgłaszania reklamacji zdają się na sprzedawców, którzy spisują zgłoszenia reklamacyjne. Sprzedawcom zawsze wygodniej jest przyjąć reklamację z gwarancji, bowiem wówczas są wyłącznie pośrednikiem w przekazaniu reklamowanego towaru do gwaranta. Wtedy reklamacja rozpatrywana jest na podstawie warunków gwarancji, której treść redaguje producent towaru. Należy pamiętać, że z gwarancji można skorzystać tylko wtedy kiedy została ona udzielona. Wpisując w podstawie dochodzenia roszczeń "gwarancja" w efekcie sprzedawcy wykorzystują niewiedzę konsumentów. Wówczas reklamowany towar naprawiany jest wielokrotnie. Sprzedawcy często też odsyłają konsumentów bezpośrednio na infolinię producenta i serwisu gwarancyjnego z uwagi wyłączonej swojej odpowiedzialności o czym konsumenci nie wiedzą zgłaszając reklamację w sklepie. Konsumenci nie posiadają szerokiej wiedzy na przykład z jakich uprawnień mogą reklamować towar i czego mogą żądać w przypadku ich wadliwości, jakie są zasady i terminy obowiązujące w każdym przypadku gdyż najczęściej nie czytają treści warunków gwarancji oraz nie znają praw przysługujących im z rękojmi. Nie wiedzą jakie są konsekwencje przekroczenia przez sprzedawcę terminu ustosunkowania się do żądania reklamującego. Jakie prawa przysługują konsumentowi a jakie są obowiązki sprzedawcy. Wyłącznie od konsumenta zależy czy reklamację złoży z gwarancji czy z rękojmi. Sprzedawca nie może decydować za konsumenta. Zazwyczaj lepiej jest składać reklamację z rękojmi. Przy rękojmi korzystamy z rocznego domniemania istnienia wady lub jej przyczyny w pierwszym roku od wydania rzeczy.

Jak wyżej wspomniałam, konsumenci są też przekonani, że kupując w stacjonarnym sklepie mają obligatoryjne prawo zwrotu towaru, co jest nieprawdą. Jest to fakultatywne uprawnienie, a sprzedawca reguluje to we własnym zakresie tak terminy jak i formę zwrotów. Odstąpienie od umowy zawartej w siedzibie przedsiębiorcy uzależnione jest od dobrej woli sprzedawcy, zaś obligatoryjnie konsumentowi takie prawo przysługuje w przypadku umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa.

Konsument powinien dokonywać świadomych i przemyślanych wyborów, dlatego nie można wymagać od sprzedawcy przyjęcia towaru, ponieważ ten np. przestał się podobać lub okazał się nieprzydatny.

Niektórzy sprzedawcy przewidują możliwość zwrócenia kupionego towaru w sklepie stacjonarnym w konkretnym terminie i pod określonymi warunkami. Wynika to z regulaminu konkretnej firmy, a nie z przepisów. Sprzedawca może w takim wypadku samodzielnie ustalać zasady zwrotu i posiada tutaj dużą elastyczność. Jeśli kupiony produkt ma wadę to można go zareklamować.

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

Należy nadmienić, że w sprawach niekonsumenckich porad u Rzecznika szukało **175 osób**. Zaliczały się do nich sprawy członków wspólnot mieszkaniowych, najemców mieszkań spółdzielczych, komunalnych np. w sprawach rozliczeń za centralne ogrzewanie. W sprawach dotyczących interpretacji przepisów prawa pracy i ubezpieczeń społecznych, prawa rodzinnego, prawa spadkowego, ochrony danych osobowych, sporów z organami administracji publicznej, zasadności wprowadzanych podwyżek za dostawę wody lub wywóz śmieci jak również zasadności dochodzonych roszczeń za nieopłacony abonament radio i telewizja mieszkańców kierowano do innych instytucji. Rzecznik Konsumentów nie ma uprawnień do podejmowania interwencji w takich sporach. Zgłaszali się również przedsiębiorcy, którzy szukali pomocy w sporach z przedsiębiorcami, albo osoby uczestniczące w sporach powstałych w wyniku prowadzenia transakcji pomiędzy osobami fizycznymi.

W takich przypadkach Rzecznik udzielał informacji i wskazywał instytucje właściwe do udzielania pomocy. Kierowano ich do punktów świadczących darmową pomoc prawną w powiecie stargardzkim.

W 2023 roku w kilku przypadkach udzielano też pomocy w sprawach oszustw polegających na przełamaniu przez osoby nieuprawnione zabezpieczeń informatycznych oraz kradzieży środków z bankowych kont internetowych.

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

W 2023 r. Powiatowy Rzecznik Konsumentów nie składał wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów, gdyż nie było takiej potrzeby.

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

Ważnym instrumentem prawnym, wykorzystywanym w wykonywaniu ustawowych zadań Rzecznika są wystąpienia - art. 42 ust.1 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2021r.poz. 275) do przedsiębiorców podejmowane na skutek wnoszonych przez konsumentów skarg i wniosków o pomoc dotyczących naruszeń praw i indywidualnych interesów konsumentów przez przedsiębiorców.

W 2023 r. Powiatowy Rzecznik Konsumentów w **340** sprawach wystąpił do przedsiębiorców.

Biorąc pod uwagę sposób zawarcia umowy, najwięcej sporów, w których Rzecznik występował do przedsiębiorców, bo aż **197** przypadków wiązało się z umowami zawartymi w lokalu przedsiębiorstwa. W przypadku **18** wystąpień umowy zawarte zostały poza lokalem, a **120** dotyczyła umów zawartych na odległość. **5** wniosków wpłynęło do biura Rzecznika Konsumentów w sprawach niekonsumenckich.

Największa grupa wystąpień, bo aż **172** dotyczyła wad towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy. Z kolei **71** wystąpień dotyczyło problemów powstałych na tle rozwiązywania umów (wypowiadania lub odstępowania od umów). **5** wystąpień dotyczyło warunków umów, w tym nieuczciwych postanowień umownych i nieuczciwych praktyk rynkowych oraz wad czynności prawnych. Natomiast **92** wystąpienia dotyczyły różnych innych niesklasyfikowanych tabelarycznie problemów.

Analogicznie jak w przypadku porad, najwięcej wystąpień dotyczyło złej jakości towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy.

W razie zasadności złożonego przez konsumenta wniosku podejmowano działania o charakterze mediacyjnym w celu polubownego zakończenia sporu, przedstawiając przedsiębiorcy mające zastosowanie w sprawie przepisy prawa oraz propozycje polubownego zakończenia sporu. Stosowane przez Rzecznika metody działania wynikały z charakteru sprawy z jaką zgłaszał się konsument.

Podstawową formą działania Rzecznika są wystąpienia pisemne do przedsiębiorcy. W sprawach konsumenckich, gdzie reklamacja i roszczenie w stosunku do przedsiębiorcy nie budziły wątpliwości Rzecznik podejmował również interwencje telefoniczne. Interwencje dotyczyły sfery usług budowlanych, serwisowych na przykład: nie realizowanie w terminie umów montażu mebli kuchennych na zamówienie, remontów mieszkań, napraw samochodów, niemożności wyegzekwowania przez konsumentów usunięcia usterek będących przedmiotem umowy, nie wydawanie przedmiotu naprawy, długotrwałe naprawy gwarancyjne itp. Należy podkreślić, że ta metoda jest skuteczna i załatwia sprawę konsumenta bardzo szybko. Czasami jeden telefon rozwiązuje problem konsumenta, z którym bardzo często borykał się od dłuższego czasu.

W wystąpieniach do przedsiębiorców w sprawach wadliwości towarów i usług, Rzecznik przedstawiał stan sprawy przedstawiany przez konsumenta czyli twierdzenia i argumenty konsumentów, a czasem opinie rzeczoznawców, wnosząc o ponowne rozpatrzenie sprawy.

Rzecznik Konsumentów nie posiada uprawnień rzeczoznawczych, nie dysponuje wiedzą specjalistyczną z zakresu budowy i funkcjonowania poszczególnych towarów i urządzeń, czy prawidłowości wykonywanych usług nie może więc ustosunkować się do kwestii istnienia bądź nie wady w towarze, ani co do sposobu jej powstania. Nie ma zatem kompetencji do oceny przyczyn wadliwości towarów czy wykonywanych usług. Dlatego wykorzystuje opinie Rzeczników.

Z kolei, gdy działania przedsiębiorcy naruszały obowiązujące przepisy prawa, Rzecznik w wystąpieniach wskazywał naruszone przepisy oraz wzywał przedsiębiorcę do podjęcia działań zgodnych z prawem. Należy podkreślić, że Rzecznik Konsumentów nie posiada ustawowych uprawnień władczych i nakazowych wobec przedsiębiorcy (nadzorczych i kontrolnych) i nie może nakazać mu zachowania się w sposób oczekiwany przez konsumenta, ani też wymusić zachowania zgodnego z obowiązującymi przepisami. Rzecznik działa poprzez wskazywanie obowiązujących przepisów prawa, mediacje i perswazje. Spór konsumencki ma charakter cywilnoprawny i jeżeli przedsiębiorca utrzyma swoje negatywne stanowisko to spór ten może zostać rozstrzygnięty na drodze w polubownym postępowaniu. Postępowania polubowne (w skrócie ADR od angielskiej nazwy Alternative Dispute Resolution) wprowadziła ustawa o pozasądowym rozwiązywaniu sporów konsumenckich, która weszła w życie na początku 2017 r. Trwają one dużo krócej niż sprawy w Sądzie Powszechnym, są mniej sformalizowane i przeważnie bezpłatne. Udział w nich jest dobrowolny, a w rozstrzygnięciu sporu pomagają bezstronni eksperci. Droga sądowa w postępowaniu cywilnym jest ostatecznym rozwiązaniem i kosztownym dla konsumenta.

Interwencje Rzecznika mogą kończyć się dla konsumenta pozytywnie lub negatywnie. Przedsiębiorca może uznać roszczenie konsumenta w całości, w części, lub w ogóle nie uznać. W zależności od żądania przedstawionego przez konsumenta i rodzaju sprawy zgodnie z przepisami prawa kodeksu cywilnego przedsiębiorca może naprawić lub wymienić towar na nowy wolny od wad, obniżyć jego cenę lub rozwiązać umowę sprzedaży jeśli wada towaru jest istotna pod warunkiem uznania reklamacji za uzasadnioną.

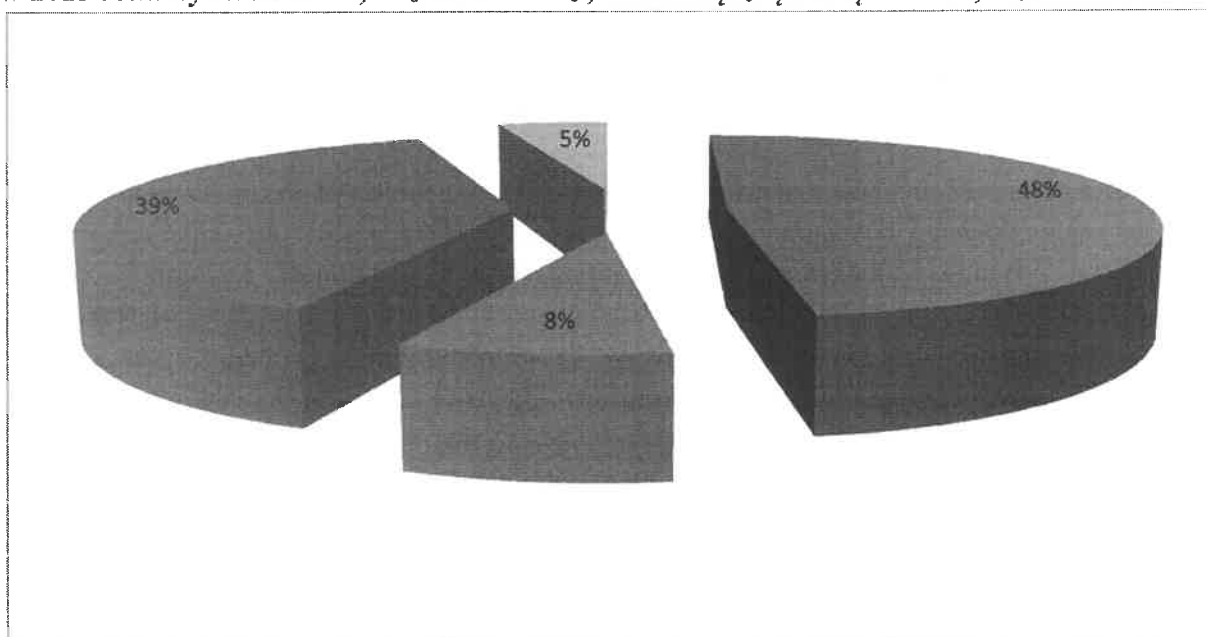
Zadowolający jest wynik prowadzonych spraw. W roku sprawozdawczym interwencje doprowadziły do **polubownego zakończenia sporu z przedsiębiorcą w 48%** spraw zakończonych na dzień sporządzenia sprawozdania. W 39 % postępowań podjęte działania nie przyniosły pozytywnego dla konsumentów. W skład tych spraw wchodziły nie tylko sprawy, w których konsumenci nie mieli racji, a również takie, w których działania mediacyjne Rzecznika nie odniosły zamierzonego skutku.

W wielu przypadkach zdarzało się, że konsumenci pojawiali się z problemem u Rzecznika kiedy było już za późno na jakąkolwiek pomoc z powodu upływu terminów np. do odstąpienia od umowy czy upływu terminu na złożenie sprzeciwu od nakazu zapłaty. Wynika to niekiedy z faktu przekroczenia terminów ustawowych do dochodzenia swoich roszczeń lub też zaakceptowania warunków umowy poprzez złożenie oświadczenia woli. Nadal często zdarza się, że konsumenci nie czytają umów, nie zwracają uwagi co podpisują nie zdając sobie sprawy z konsekwencji swoich czynów. 5% spraw nadal jest w toku,



natomiast w kolejnych 8% skarg odmówiono interwencji z uwagi na brak właściwości miejscowej bądź rzeczowej rzecznika.

*Wartość przedmiotu sporu w sprawach, w których Rzecznik występował do przedsiębiorców w 2023 roku wynosiła od 12,99 zł do 14 990 zł, co dało łączną kwotę 105 165,70zł.*



**Wykres 2: Wynik postępowań prowadzonych w 2023 roku**

Źródło: Opracowania własne

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

We wnoszonych przez konsumentów w roku 2023 sprawach, w celu prawidłowego ich rozpatrzenia, udzielano informacji o właściwości, zakresie kompetencji i danych adresowych UOKiK, Inspekcji Handlowej oraz organizacji konsumenckich i innych instytucji działających

w zakresie ochrony konsumentów. Świadczone pomoc w przygotowaniu i złożeniu do tych organów stosownych wniosków. Dotyczyło to zwłaszcza problemów wymagających specjalistycznej wiedzy (wskazywano np. na możliwość złożenia skargi czy wniosku o pozasądowe rozwiązanie sporu do Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Rzecznika Finansowego czy Urzędu Regulacji Energetyki) oraz potrzeby przeprowadzenia - także wobec przedsiębiorców zagranicznych postępowania polubownego (np. przez Inspekcję Handlową lub Europejskie Centrum Konsumenckie). Telefonicznie konsultowano z pracownikami w/w organów i instytucji zgłaszane przez mieszkańców powiatu sprawy i problemy konsumenckie.

W 2023r. zostały skierowane do UOKiK 4 sprawy o podejrzeniu naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

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

W 4 sprawach Rzecznik udzielił konsumentom pomocy w samodzielnym dochodzeniu przez nich roszczeń przed Sądem Powszechnym na łączną kwotę **105 000,00 zł**. Przygotowywano konsumentom projekty pozwów wraz z kompletem załączników. Udzielano informacji na temat procedury sądowej. Ustalano numery kont i przekazano konsumentom informację o wielkości opłaty z tytułu wniesienia powództwa do Sądu.

Rzecznik na bieżąco przygotowywał konsumentom pisma procesowe oraz sprzeciwy od nakazu zapłaty. W większości były to nakazy wydane w postępowaniu elektronicznym, a roszczenia wierzycieli wielokrotnie okazywały się przedawnione. Przygotowywano również konsumentom pisma związane z podniesieniem zarzutu przedawnienia roszczeń w odpowiedzi na pisma otrzymywane od firm windykacyjnych dla roszczeń dochodzonych po terminie wymagalności.

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

Podczas prowadzonej w 2023 roku działalności udostępniano zgłaszającym się konsumentom oraz przedsiębiorcom materiały informacyjne, teksty przepisów dotyczące uprawnień konsumentów, udzielano informacji o zakresie działania i kompetencjach rzecznika konsumentów oraz innych organów i podmiotów zajmujących się ochroną praw konsumentów. Powiatowy Rzecznik Konsumentów uczestniczyła w spotkaniu z Seniorami oraz młodzieżą z I Liceum Ogólnokształcącego w Stargardzie, jak również byłam Gościem Dnia w Twoim Radiu.

Biorąc pod uwagę wciąż niewystarczającą, aczkolwiek stale wzrastającą świadomość prawną polskich konsumentów, brak prawidłowych nawyków rynkowych, niedostrzeganie zagrożeń płynących z różnych źródeł rynku - edukacja konsumentów w opinii Rzecznika jest jednym z ważniejszych zdań.

### **Podjęmowanie działań wynikających z:**

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

W 2023 r. Rzecznik nie prowadził postępowań w oparciu o przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

#### **ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym**

W 2023 r. Rzecznik nie podejmował działań wynikających z ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym, gdyż nie było takiej potrzeby.

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

W 2023 r. Rzecznik nie prowadził postępowań w sprawach o wykroczenie na szkodę konsumentów.

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

W 2023 r. nie wpłynął do Rzecznika żaden wniosek o przedstawienie sądowi istotnego poglądu dla sprawy.

### **III. Wnioski końcowe, propozycje zmian zmierzających do poprawy realizacji praw konsumentów.**

#### **Wnioski Rzecznika dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.**

Na podstawie analizy zgłaszanych w 2023 roku spraw konsumenckich w dalszym ciągu uzasadniony jest wniosek dotyczący szczególnej ochrony grupy konsumentów wrażliwych tzn. osób starszych (konsumentów tacy są często wprowadzani w błąd przez przedsiębiorców co do właściwości i nabywanych towarów oraz warunków umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość; często narażeni są też na uciążliwe lub mogące wprowadzić w błąd praktyki reklamowe i marketingowe). Promowanie dobrych praktyk przedsiębiorców oraz edukacja seniorów mogłaby przyczynić się do poprawy sytuacji w tym zakresie.

Podobnie jak w latach wcześniejszych liczne skargi konsumentów dotyczą niskiej jakości reklamowanych produktów. Utrudnieniem dla konsumentów w dochodzeniu swoich roszczeń w takich sytuacjach są m. in. częsty brak zgody przedsiębiorców na polubowne rozwiązanie sporu, właściwość miejscowa sądu, którego siedziba jest nierzadko znacznie oddalona od miejsca zamieszkania konsumenta, wysokie koszty opinii rzeczoznawców (często przewyższają one wartość reklamowanego towaru). Wobec często zgłaszanych spraw dotyczących przedłużających się napraw reklamowanych produktów (z tytułu rękojmi i gwarancji), niedotrzymywania terminów wykonania usług (m.in. remontowo - budowlanych, naprawczych, ubezpieczenia pogwarancyjnego sprzętu RTVi AGD) oraz trudności w wyegzekwowaniu od przedsiębiorców szybkiej realizacji ich zobowiązań, wprowadzenie ustawowej stawki zryczałtowanego minimalnego odszkodowania za zwłokę, mogłoby pomóc w ograniczeniu skali tego uciążliwego dla konsumenta problemu.

Dzięki zaangażowaniu pracowników biura pomoc oferowana potrzebującym jest skuteczna. Oprócz Rzecznika Konsumentów w biurze pracuje dodatkowa osoba i konsumenci mogą uzyskać wsparcie ze strony pracowników. W biurze udzielamy porady prawnej, pomagamy sporządzić pisma reklamacyjne, a w razie konieczności z upoważnienia konsumenta Rzecznik występuje do przedsiębiorców. Znajomość lokalnego rynku i jego problemów oraz potrzeb lokalnych konsumentów stanowi kolejny atut tej instytucji.

System ochrony prawnej konsumentów działa w Polsce od 25 lat i ciągle jest ulepszany i rozbudowywany. Pomimo, że zaangażowanych jest w to szereg organów, instytucji państwowych i samorządowych wymaga jednak ciągłego dopracowywania. Przedsiębiorcy nierzadko nie przestrzegają obowiązujących przepisów prawa, zasad współżycia społecznego często bez żadnych konsekwencji prowadząc nadal działalność gospodarczą przez wiele lat wyrządzając konsumentom szkodę.

Zasób wiedzy z zakresu przysługujących praw konsumentowi i posiadanie niezbędnych informacji potrzebnych do dochodzenia roszczeń jest warunkiem świadomego uczestniczenia konsumentów w rynku. W tej dziedzinie wskazane jest podejmowanie jak największej ilości działań edukacyjnych poczynając od młodzieży, aż po seniorów podnosząc w ten sposób niski poziom kultury prawnej tak konsumentów jak i przedsiębiorców. Multum osób nie zna jeszcze wielu instytucji, do których można zgłosić się po poradę i rozwiązanie problemów w sprawach konsumenckich. Dlatego tak ważne jest, aby na wszystkich szczeblach prowadzić szeroko zakrojoną edukację. Zwłaszcza, że potrzeby i oczekiwania konsumentów rosną i będą stale się zwiększać. Jest to po części związane z ciągłym wzrostem świadomości prawnej konsumentów. Rozsądny, uważny i świadomy swoich praw i obowiązków wynikających z przepisów prawa i umów konsument staje się osobą, która w sposób zamierzony eliminuje z rynku nieuczciwe podmioty i nie pozwala sobą manipulować.

### **Wnioski dotyczące pracy Rzecznika.**

Działalność rzecznika cieszy się dużą popularnością wśród mieszkańców Powiatu stargardzkiego. Świadczy o tym duża liczba mieszkańców kontaktujących się z biurem rzecznika. Wśród negatywnych zjawisk i przyczyn sporów między konsumentami a przedsiębiorcami można wymienić nierespektowanie lub niekorzystne interpretowanie praw konsumentów przez sprzedawców i usługodawców, ograniczanie swojej odpowiedzialności. Wiedza konsumentów o swoich prawach wzrasta, ale wciąż jest niewystarczająca. Konsumenty znają instytucję Rzecznika, zwłaszcza ci którzy wielokrotnie korzystali z pomocy. Inni mają dostęp do Internetu, forów społecznościowych i korzystają z informacji i podpowiedzi w internecie. Natomiast osoby starsze w większości są wykluczone elektronicznie. Najczęściej są manipulowane i wykorzystywane przez nieuczciwych przedsiębiorców pozostaje w zasadzie tylko pomoc Rzecznika lub najbliższej rodziny pod warunkiem, że zostaną powiadomieni o zdarzeniu.

W roku sprawozdawczym kontynuowane były różnorodne formy i metody udzielania pomocy konsumentom. Wiąże się to z jednej strony z wielością wnoszonych problemów jak i często wyjątkowością spraw. Część z nich nie mieści się w zakresie działania rzecznika, lecz starano się ukierunkować wnioskodawcę co do dalszych możliwości pozytywnego dla niego rozstrzygnięcia.

Skuteczna i aktywna działalność rzecznika sprzyja dobremu wizerunkowi Powiatu, jako przyjaznego mieszkańcom, podejmującego ich problemy. Dlatego istotną sprawą jest umiejętne i cierpliwe wnikanie w treść spraw oraz staranie się spełnienia oczekiwań poszkodowanych. Zaznaczyć tutaj należy, iż praca ta wymaga szczególnego obiektywizmu tak, aby żądania konsumentów miały charakter rzeczowy i uzasadniony i nie naruszały dobrych obyczajów w relacjach sprzedawca - konsument, z czym także Rzecznik się spotyka. Rosnąca ilość spraw powoduje, że należy również bardzo wnikliwie monitorować przepisy prawne.

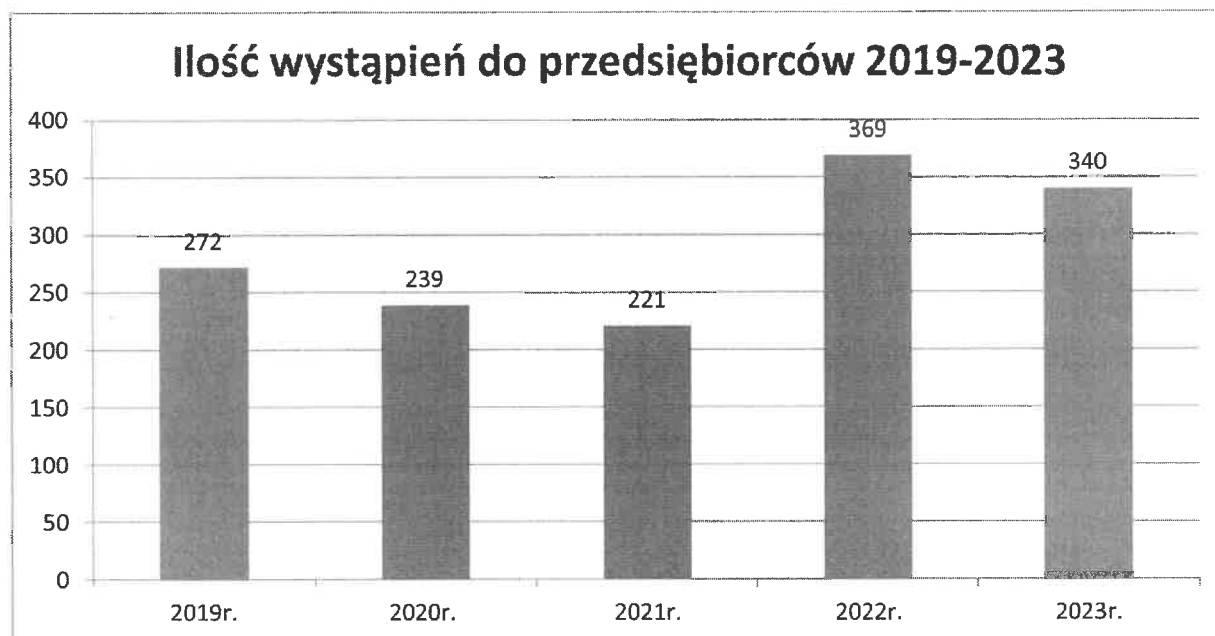
W związku z pojawiającymi się nowymi, nieznanymi dotąd zagrożeniami, z którymi spotkać się mogą konsumenci, istnieje potrzeba stałego podnoszenia kwalifikacji poprzez uczestnictwo Rzecznika w różnego rodzaju szkoleniach, seminariach i konferencjach dotyczących rozwiązywania sporów konsumenckich. Zmiany przepisów

powodują konieczność stałego kształcenia, monitorowania orzecznictwa oraz uczestniczenia w szkoleniach. Zwłaszcza szkolenia prowadzone przez doświadczonych praktyków są bardzo pożądane i potrzebne, a jest ich niestety coraz mniej.

Bardzo pomocna w pracy Rzecznika jest również możliwość uczestnictwa w konferencjach, seminariach, debatach za pośrednictwem transmisji on-line, z takich udogodnień Rzecznik korzystał.

W ocenie Powiatowego Rzecznika Konsumentów właściwszym byłoby wprowadzenie zmian do obecnie obowiązujących przepisów, w szczególności w zakresie wyodrębnienia budżetu Rzecznika Konsumentów.

Działania Powiatowego Rzecznika Konsumentów mają pozytywny wydźwięk, gdyż udzielanie bezpłatnej fachowej pomocy prawnej i skuteczność w dochodzeniu roszczeń przyczynia się do tworzenia dobrego wizerunku Urzędu. Konsumenci wyrażają swoje zadowolenie telefonicznie lub osobiście dziękując za pozytywne załatwienie sprawy, co daje ogromną satysfakcję w codziennej pracy Rzecznika. Działalność Rzecznika cieszy się dużym uznaniem wśród osób korzystających z usług, zwłaszcza tych, którzy przy pomocy instytucji wyegzekwowali swoje roszczenia. Zakres prowadzonej przez Rzecznika działalności jest bardzo szeroki i stale się zwiększa z uwagi na fakt iż z dnia na dzień skala problemów, z którymi zwracają się konsumenci rozszerza się. Konsumenci są coraz bardziej roszczeniowi, niecierpliwi i radykalni w swych działaniach. Duża liczba osób kontaktujących się z Rzecznikiem świadczy o potrzebie tej instytucji.



**Wykres 3: Ilość wystąpień w latach 2019-2023**

Źródło: Opracowanie własne Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Stargardzie

## 1. Zmiany w przepisach dotyczących ochrony praw konsumentów.

**1 stycznia 2023 r.** weszły w życie dwie nowelizacje ustawy o prawach konsumenta. Obie nowelizacje są skutkiem implementacji do polskiego porządku prawnego dyrektyw Unii Europejskiej zwiększających poziom ochrony konsumenta.

Ustawą znowelizowano Kodeks cywilny w ten sposób, że usunięto z niego zapisy dotyczące rękojmi za wady rzeczy ruchomej odnoszące się do konsumentów i **przeniesiono je do ustawy o prawach konsumenta**. W kwestii wyjaśnienia wskazuję, iż chodzi tutaj zarówno o wady fizyczne jak i o wady prawne. Ustawa o prawach konsumenta **nie posługuje się już pojęciem „rękojmi”, ale „niezgodności towaru z umową”**.

*Oznacza to, że od 1 stycznia 2023 r.* przepisy kodeksu cywilnego dotyczące rękojmi nie znajdą zastosowania do umów zawieranych z konsumentami, z wyłączeniem umów dotyczących nieruchomości – w stosunku do tych umów w dalszym ciągu będą stosowane przepisy kodeksu cywilnego.

Istotnie **wydłużono termin przedawnienia** roszczeń przysługujących konsumentowi. Dotychczas można powiedzieć, że przedawnienie następowało po łącznie maksymalnie 3 latach, w tym 2 lata przypadły na stwierdzenie wady oraz 1 rok na zgłoszenie sprzedawcy swoich roszczeń. Ponadto istniał przepis wprowadzający domniemanie, że w razie stwierdzenia wady przed upływem roku od dnia wydania rzeczy, wada lub jej przyczyna istniała już w tym dniu.

Od 2023 roku przedawnienie roszczeń **może nastąpić nawet po około 8 latach od sprzedaży**, gdyż konsument będzie miał 2 lata na stwierdzenie wady oraz 6 lat na skorzystanie ze swoich uprawnień (które to przedawnienie kończy się z końcem roku kalendarzowego, w którym upływa 6 lat). Zmieniono także okres związany z w/w domniemaniem z 1 roku na 2 lata. W takim wypadku to na przedsiębiorcy będzie ciążył obowiązek udowodnienia, że brak zgodności z umową nie istniał w chwili wydania towaru, względnie, że domniemania tego nie można pogodzić ze specyfikacją towaru lub charakterem braku jego zgodności z umową.

### **Zmiana (skrócenie) terminu na udzielenie odpowiedzi na reklamację**

Dotychczas, o ile odrębne przepisy nie stanowiły inaczej, przedsiębiorca miał 30 dni na udzielenie odpowiedzi na reklamację konsumenta, liczone od dnia jej otrzymania. Jeżeli w tym terminie przedsiębiorca nie udzielił odpowiedzi przyjmowano, że przedsiębiorca uznał reklamację konsumenta.

Od 1 stycznia 2023 r. termin ten został **zmieniony na 14 dni**, chyba że przepis szczególny wskazuje odmienne terminy. Innymi słowy skrócono termin na udzielenie odpowiedzi na reklamację na korzyść konsumenta.

Należy wspomnieć, iż dotychczasowy 30 dniowy termin na udzielenie odpowiedzi znajdował swoje ograniczenia, np. w przypadku wykonania uprawnień z tytułu rękojmi za wady rzeczy sprzedanej (dot. wymiany rzeczy, usunięcia wady, obniżenia ceny) termin ten wynosił 14 dni.

### **Przepisy przejściowe**

Należy jeszcze wspomnieć o przepisach przejściowych, tj. przepisach wskazujących na czas, od którego obowiązują znowelizowane przepisy lub do jakich umów mają one zastosowanie. Ustawodawca określił, iż **przepisy dotychczasowe** należy stosować do umów zobowiązujących **do przeniesienia własności towaru, zawartych przed dniem wejścia w życie niniejszej ustawy**, to jest przed dniem 1 stycznia 2023 r. Innymi słowy, decydująca jest data zawarcia umowy i ona przesądza o tym, które przepisy powinny mieć zastosowanie w danej sytuacji.

### **Nowe definicje**

Od 1 stycznia 2023 r. uległa **zmiana definicji umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa**. Od tego momentu oznacza ona również umowę z konsumentem zawartą podczas pokazu zorganizowanego przez przedsiębiorcę, w którym uczestniczy zaproszona bezpośrednio lub pośrednio określona liczba konsumentów, w którego trakcie ma miejsce promocja, składanie ofert sprzedaży lub sprzedaż towarów lub usług, bez względu na to czy został na niego zorganizowany transport.

Nowelizacja wprowadziła również definicję **internetowej platformy handlowej**, tj. usługi korzystającej z oprogramowania (w tym ze strony internetowej, z części strony internetowej lub aplikacji) obsługiwanej przez przedsiębiorcę lub w jego imieniu, w ramach której umożliwia się:

- konsumentom zawieranie z innymi przedsiębiorcami umów na odległość lub
- osobom fizycznym niebędącymi przedsiębiorcami zawieranie umów na odległość z innymi osobami fizycznymi niebędącymi przedsiębiorcami.

### **Umowy dotyczące usług zdrowotnych zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość**

Dotychczas przepisy ustawy o prawach konsumenta nie były stosowane do **umów dotyczących usług zdrowotnych świadczonych przez pracowników służby zdrowia** pacjentom w celu oceny, utrzymania lub poprawy ich stanu zdrowia, łącznie z przepisywaniem, wydawaniem i udostępnianiem produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych, bez względu na to, czy są one oferowane za pośrednictwem placówek opieki zdrowotnej. Wyłączenie to od 1 stycznia 2023 r. dalej będzie miało zastosowanie jednak z pewnymi ograniczeniami.

Niektóre przepisy będą stosowane do w/w umów, które będą zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość. W stosunku do takich umów będą stosowane m.in. przepisy dotyczące: obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy, pouczeniu o prawie odstąpienia od umowy, konieczności sformułowania informacji w sposób czytelny i prostym

językiem, wydania konsumentowi dokumentów umowy, prawa odstąpienia od umowy (z wyjątkami).

### **Umowy dotyczące usług finansowych**

Dotychczas przepisy ustawy wyłączały jej zastosowanie do umów dotyczących usług finansowych (np. czynności bankowych, kredytu konsumenckiego, czynności ubezpieczeniowych itd.) z zastrzeżeniem, iż ustawa była jednak stosowana do umów dotyczących usług finansowych zawieranych na odległość.

Nowelizacja przewiduje **rozszerzenie jej stosowania częściowo także do umów dotyczących usług finansowych zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa**. Wprowadzony przepis art. 7ab ust. 1 wskazuje, iż umowa dotycząca usług finansowych nie może zostać zawarta podczas pokazu lub wycieczki. Co więcej zakaz ten obejmuje również zawarcie umowy dotyczącej usług finansowych, związanej bezpośrednio z ofertą złożoną podczas pokazu lub wycieczki w celu realizacji umowy sprzedaży. Ustawodawca przewidział tutaj jednak wyłączenie, które wskazuje na możliwość zawarcia takich umów, ale tylko w sytuacji, gdy pokaz został zorganizowany na wyraźne zaproszenie konsumenta w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu. Ciężar dowodu dotyczącego wyraźnego zaproszenia spoczywa na przedsiębiorcy.

Umowa zawarta z naruszeniem w/w przepisu jest **z mocy prawa nieważna**.

### **Zmiana obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy**

Nowelizacja wprowadziła szereg zmian w obowiązkach informacyjnych przedsiębiorcy. Jako przykład można podać:

- obowiązek podania **numeru telefonu**, pod którym konsument może szybko i efektywnie skontaktować się z przedsiębiorcą – dotychczas ten obowiązek informacyjny był fakultatywny,
- możliwość podania innego środka komunikacji online,
- obowiązek podania przewidzianej przez prawo odpowiedzialności przedsiębiorcy za zgodność świadczenia z umową.

Nałożono również obowiązki informacyjne na dostawcę internetowej platformy handlowej w przypadku zawarcia z konsumentem umowy na odległość.

### **Ograniczenia związane z zawieraniem umowy poza lokalem przedsiębiorstwa – nowy termin odstąpienia oraz brak możliwości przyjęcia zapłaty przez przedsiębiorcę**

Dotychczas termin na odstąpienie od umowy przez konsumenta w przypadku umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa wynosił 14 dni od dnia jej zawarcia.

Nowelizacja wprowadza nowy termin na odstąpienie od umowy **wynoszący 30 dni**. Termin ten będzie dotyczył **wyłącznie zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa podczas nieumówionej wizyty przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta albo wycieczki**.



Co więcej przedsiębiorca **nie może przyjąć płatności przed upływem** w/w terminów w przypadku zawarcia umowy podczas wycieczki albo nieumówionej wizyty przedsiębiorcy w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta, albo pokazu, chyba że pokaz został zorganizowany w miejscu zamieszkania lub zwykłego pobytu konsumenta na jego wyraźne zaproszenie.

Przyjęcie pieniędzy przez przedsiębiorcę wbrew w/w zakazowi stanowić będzie **wykroczenie**, zagrożone karą grzywny.

#### **Zmiana ustawy o informowaniu o cenach towarów i usług**

Należy również wspomnieć o zmianie ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (Dz.U. 2014 poz. 915 ze zm.), a konkretnie na zmianę art. 4 oraz 6 w/w ustawy.

W art. 4 doprecyzowano sposób uwidaczniania cen w przypadku zastosowania obniżek. Jak wynika z treści znowelizowanego przepisu:

- w każdym przypadku informowania o obniżeniu ceny towaru lub usługi należy podać obok informacji o obniżonej cenie również informację o najniższej cenie tego towaru lub usługi, jaka obowiązywała w okresie 30 dni przed wprowadzeniem obniżki,
- w odniesieniu do towarów, które są oferowane do sprzedaży krócej niż 30 dni, obok informacji o obniżonej cenie, należy podać również informację o najniższej cenie tego towaru lub usługi, która obowiązywała w okresie od dnia oferowania tego towaru lub usługi do sprzedaży do dnia wprowadzenia obniżki,
- w przypadku towarów, które ulegają szybkiemu zepsuciu lub mają krótki termin przydatności, należy podać informację o obniżonej cenie oraz informację o cenie sprzed pierwszego zastosowania obniżki,
- analogiczne zasady uwidaczniania cen towarów i usług, jak wskazane powyżej, obowiązują także w reklamach, w których przedsiębiorca podaje cenę reklamowanego towaru lub usługi.

Za niewykonanie powyższych obowiązków przez przedsiębiorcę przewidziano w art. 6 karę pieniężną nakładaną przez Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej w wysokości do 20.000 zł, natomiast w przypadku niewykonania ich co najmniej trzykrotnie w okresie 12 miesięcy (licząc od dnia, w którym stwierdzono naruszenie tych obowiązków po raz pierwszy) kara pieniężna może zostać nałożona do 40.000 zł.

Tabela 1. Porady udzielane osobiście, telefonicznie i mailowo

Lp.	Kategorie	1.1. Osobiście, telefonicznie i mailowo																		razem
		rozwiązanie umowy			wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne						
		w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem				
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.			
	<b>SPRZEDAŻ:</b>	<b>212</b>	<b>154</b>	<b>41</b>	<b>799</b>	<b>106</b>	<b>48</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>1423</b>			
1	Art. żywnościowe	6	0	0	9	0	3	1	0	0	0	0	0	7	0	2	28			
2	Odzież i obuwie	58	72	0	221	42	28	1	0	0	0	0	0	2	0	0	424			
3	Mebłe, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymania domu	32	21	1	171	1	5	2	0	2	0	0	1	5	2	1	244			
4	Urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	55	47	7	314	47	1	2	0	1	0	0	0	3	0	2	479			
5	Samochody i środki transportu osobistego	5	0	7	25	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	40			
6	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące	0	0	5	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7			
7	Produkty związane z opieką zdrowotną	3	13	0	8	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	27			
8	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci	7	0	4	24	7	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	46			
9	Inne	46	1	17	26	9	4	0	0	0	0	0	1	21	0	3	128			
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.			

USŁUGI:		147	38	19	554	24	43	25	5	4	9	2	3	83	3	33	992
10	Związane z rynkiem nieruchomości	33	0	0	37	0	0	8	0	0	0	0	0	8	0	0	86
11	Bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	32	0	0	74	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	109
12	Czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia	0	0	0	28	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	31
13	Konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu	0	0	0	23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23
14	Finansowe	17	1	1	19	1	7	3	0	0	4	1	1	12	2	9	77
15	Ubezpieczeniowe	7	0	0	91	1	2	3	2	0	1	0	0	7	0	6	120
16	Pocztowe i kurierskie	9	0	0	44	7	7	0	0	1	0	0	1	2	0	0	71
17	Telekomunikacyjne	21	17	5	119	2	9	6	3	1	0	2	0	9	0	2	196
18	Transportowe	2	0	0	5	0	5	0	0	0	1	0	0	8	0	1	22
19	Turystyka i rekreacja	14	6	7	26	0	7	0	0	1	0	0	0	1	0	1	63
20	Sektor energetyczny i wodny	5	9	4	28	11	3	2	0	0	1	0	0	9	1	3	76
21	Związane z opieką i opieką zdrowotną	2	3	1	11	0	0	2	0	0	1	0	0	2	0	0	22
22	Edukacyjne	2	1	1	3	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	11
23	inne	3	1	0	46	0	1	1	0	0	1	0	0	21	0	11	85
	<b>RAZEM</b>	<b>359</b>	<b>38</b>	<b>19</b>	<b>554</b>	<b>24</b>	<b>43</b>	<b>25</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>83</b>	<b>3</b>	<b>33</b>	<b>2415</b>
	niekonsumentckie							175									175
		<b>RAZEM</b>															
	w lokalu/bez znaczenia	1856															
	poza lokalem	205															
	na odległość	335															
		2396															

**Tabela UOKIK nr 1: Porady udzielane osobście i telefonicznie**  
 Źródło: Opracowanie własne Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Stargardzie

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

Lp.	Kategorie	1.2. sprawy rozpatrywane pisemnie																	
		rozwiązanie umowy			wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			razem		
		w lokalu	na odległość	poza lokalem	w lokalu	na odległość	poza lokalem	w lokalu	na odległość	poza lokalem	w lokalu	na odległość	poza lokalem	w lokalu	na odległość	poza lokalem			
3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.				
1.	2.	3	84	31	1	0	0	0	0	0	0	10	7	0	183				
	SPRZEDAŻ:																		
1	Art. żywnościowe															0			
2	Odzież i obuwie	1	26		31	6							1			65			
3	Meble, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymywanie domu	1	5	12	2							1	2			23			
	Urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	3	2	1	31	17	1					3	1			59			
4	Samochody i środki transportu osobistego	1	1	1												3			
5	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące		1													1			
6	Produkty związane z opieką zdrowotną			1	1								1			3			
7	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci		2		1	4										7			
8	Inne	2	2	1	7	2						6	2			22			
9	1.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.		
	2.																		



Tabela 3. Współdziałanie z innymi Instytucjami

L.p	Kategorie	RAZEM															
		rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			
		3 w lokalu bez znaczenia	4 na odległość	5 poza lokalem	6 w lokalu bez znaczenia	7 na odległość	8 poza lokalem	9 w lokalu bez znaczenia	10 na odległość	11 poza lokalem	12 w lokalu bez znaczenia	13 na odległość	14 poza lokalem	15 w lokalu bez znaczenia	16 na odległość	17 poza lokalem	18
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	SPRZEDAŻ:	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
1.	Art. żywnościowe																0
2.	Odzież i obuwanie																0
3.	Mebel, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymania domu																0
	Urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																0
4.	Samochoody i środki transportu osobistego																0
5.	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																0
6.	Produkty związane z opieką zdrowotną																0
7.	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																0
8.	Inne									2							2
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.
	USŁUGI:	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
10.	Związane z rynkiem nieruchomości				1												1



Tabela 4. Pomoc na drodze sądowej

Lp	Kategorie	4.1. pomoc konsumentom w samodzielnym dochodzeniu roszczeń przed sądami																	
		rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			RAZEM		
		w lokalu	na odległość	poza lokalem	znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu	na odległość	poza lokalem	w lokalu	na odległość	poza lokalem	w lokalu	na odległość	inne	poza lokalem	RAZEM	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
	<b>SPRZEDAŻ:</b>	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	
1	Art. żywnościowe																	0	
2	Odzież i obuwie																	0	
3	Meble, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymania domu				1													1	
4	Urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy				1													1	
5	Samochody i środki transportu osobistego																	0	
6	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																	0	
7	Produkty związane z opieką zdrowotną																	0	
8	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																	0	
9	Inne																	0	



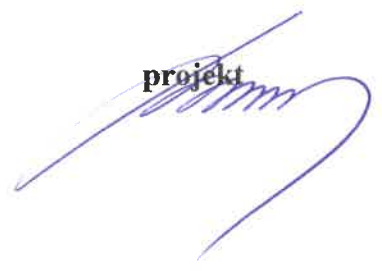
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
10	<b>USŁUGI:</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
11	Związane z rynkiem nieruchomości																0
12	Bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja					1											1
13	Czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																0
14	Konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																0
15	Finansowe													1			1
16	Ubezpieczeniowe																0
17	Pocztowe i kurierskie																0
18	Telekomunikacyjne																0
19	Transportowe																0
20	Turystyka i rekreacja																0
21	Sektor energetyczny i wodny																0
22	Związane z opieką i opieką zdrowotną																0
23	Edukacyjne																0
24	Inne																0
	<b>RAZEM</b>																4
	sprawy o ukaranie								4								4
									<b>RAZEM</b>								<b>8</b>

Tabela UOKiK nr 4: Pomoc na drodze sądowej

Źródło: Opracowanie własne Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Stargardzie

50/24

projekt



**Zarządzenie Nr  
Starosty Stargardzkiego  
z dnia**

**w sprawie zaopiniowania sprawozdania z działalności  
Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Stargardzie za 2023 rok**

Na podstawie art. 43 ust.1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U.z 2023r. poz. 1689) zarządza się co następuje:

§1. Opiniuje się bez uwag sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Stargardzie za 2023 rok, stanowiące załącznik do niniejszego zarządzenia.

§ 2. Sprawozdanie, o którym mowa w § 1 Powiatowy Rzecznik Konsumentów przekazuje właściwej miejscowo delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku.

§ 3. Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

ADWOKAT  
MICHAŁ K... UWSKI

