

Uchwała Nr 224/19
Zarządu Powiatu Stargardzkiego
z dnia 14 marca 2019 r.

w sprawie realizacji planu pracy Komisji Edukacji, Sportu i Turystyki
Rady Powiatu Stargardzkiego


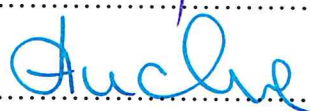
Na podstawie art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 2018 r. poz. 995 ze zm.) w związku § 1 uchwały Nr II/49/18 Rady Powiatu Stargardzkiego z dnia 19 grudnia 2018 r. w sprawie zatwierdzenia planu pracy Komisji Edukacji, Sportu i Turystyki Rady Powiatu Stargardzkiego na 2019 rok uchwała się, co następuje:

§1. Przedkłada się Komisji Edukacji, Sportu i Turystyki Rady Powiatu Stargardzkiego sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów za rok 2018, które stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Joanna Tomczak – Wicestarosta

Irena Agata Łucka – Członek Zarządu


.....

.....

Uzasadnienie:

Zgodnie z planem pracy Komisji Edukacji, Sportu i Turystyki Rady Powiatu Stargardzkiego na 2019 r. zatwierdzonym uchwałą Nr II/49/18 Rady Powiatu Stargardzkiego z dnia 19 grudnia 2018 r. w miesiącu marcu przewidziano informację z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Stargardzie za 2018 rok.

Wobec powyższego podjęcie niniejszej uchwały jest zasadne.

Powiatowy Rzecznik
Konsumentów

Edyta Domińczak

do skrzynki pocztowej Nr. 224/19
Zarząd Powiatu Stargardzkiego
z dnia 14.03.2019r.



POWIATOWY RZECZNIK KONSUMENTÓW
STAROSTWO POWIATOWE W STARGARDZIE

**SPRAWOZDANIE
Z DZIAŁALNOŚCI
POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW
za 2018 rok**

STARGARD, marzec 2019 r.

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

SPIS TREŚCI

I.	Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów.....	4
II.	Realizacja zadań wykonywanych przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów	7
	1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów	7
	2. Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	10
	3. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.....	10
	4. Współdziałanie z UOKIK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.....	12
	5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i występowanie do toczących się postępowań.....	13
	6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.....	14
	7. Podejmowanie działań wynikających z:	
	- ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.....	15
	- ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym.....	15
	- art. 42 ust. 1 pkt 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów).....	15
	- art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy).....	15
III.	Wnioski końcowe, propozycje zmian zmierzających do poprawy realizacji praw konsumentów.....	16
	1. Wnioski Rzecznika dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów	16
	2. Wnioski dotyczące pracy Rzecznika.....	16
IV.	Tabele.....	18-27

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 2018 r., poz. 995 ze zm.). Zadanie to stosownie do art. 39 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2019 r., poz. 369) 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:

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

Ponadto Rzecznik ma uprawnienia 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 jednoosobowo sprawuje Edyta Domińczak. W strukturze organizacyjnej Urzędu Rzecznik podporządkowany jest bezpośrednio Staroście Powiatu Stargardzkiego co jest zgodne z wymogiem art. 40 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Znajduje to również swój wyraz w załączniku nr 1 do uchwały nr 127/19 Zarządu Powiatu Stargardzkiego z dnia 10 stycznia 2019 r. w sprawie uchwalenia Regulaminu Organizacyjnego Starostwa Powiatowego. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat.).

Interesanci przyjmowani są w godzinach od 8.00 do 16.00 od poniedziałku do piątku w budynku Starostwa Powiatowego w Stargardzie w pok. 220. W tych godzinach porady udzielane są także telefonicznie pod numerem telefonu: (91)48-04-842 oraz pocztą elektroniczną – adres dostępny na stronie internetowej Starostwa Powiatowego w zakładce Rzecznik Konsumentów (e-mail: rzecznikkonsumenta@powiatstargardzki.pl), a także na portalu facebook pod nazwą - Powiatowy Rzecznik Konsumentów Edyta Domińczak.

Sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów za rok 2018 sporządzone zostało wg propozycji złożonej przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Sprawozdawczość oparto na klasyfikacji spraw uwzględniającej trzy kryteria klasyfikacyjne:

- 1) sposób zawarcia umowy
- 2) sektor rynku
- 3) istotę problemu

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

- 1) umowy zawarte w lokalu
- 2) umowy zawarte poza lokalem
- 3) 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 tą klasyfikację pogrupowano sektory rynku w sposób adekwatny do potrzeb rzeczników konsumentów i dotychczasowej praktyki na dziewięć grup w umowach sprzedaży:

- 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 2018 r.

1. Województwo	Zachodniopomorskie
2. Miasto/Powiat	Powiat stargardzki
3. Liczba mieszkańców miasta/powiatu	120.091 dane użyte w tym zestawieniu pochodzą z Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) i przedstawiają stan na dzień 31 grudnia 2016 roku. Więcej: http://www.polskawliczbach.pl/Powiaty
4. Imię i nazwisko rzecznika konsumentów	Edyta Domińczak
5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	Wyższe ekonomiczne
6. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.	TAK
NIE DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI „TAK” NA PYT. 6	- 3/5 etatu - 1/2 etatu
7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	- 2/5 etatu - 1/5 etatu - inne, np. dyżury
DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY	BRAK

<p>ODPOWIEDZIELI NA PYT. 7</p> <p>8. Liczba dni/godzin w tygodniu, w których wykonywane są zadania Rzecznika Konsumentów (np. 5 razy w tygodniu po 3 godziny).</p>	
<p>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.</p>	NIE
<p>10. Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.</p>	NIE
<p>11. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę).</p>	BRAK
<p>12. Budżet biura. Jeśli rzecznik nie ma własnego budżetu, proszę wpisać koszt zadania własnego „ochrona konsumentów” w budżecie powiatu/miasta. Jeśli podanie dokładnych kosztów jest niemożliwe, proszę je oszacować.</p>	84.558.000 zł, w tym koszty wynagrodzeń, pochodnych od wynagrodzeń oraz koszty szkoleń. Szacunkowe koszty utrzymania Biura Rzecznika w 2018 r. wyniosły dodatkowo 2.740 zł.

II. Realizacja zadań wykonywanych przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów

1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów. (Tabela 1) str.18

Podstawowym zadaniem Powiatowego Rzecznika Konsumentów jest bezpłatne poradnictwo konsumenckie w zakresie udzielania informacji prawnej związanej z ochroną indywidualnych interesów konsumentów. Głównym celem działalności Rzecznika jest wzmocnienie słabszej strony rynku czyli konsumenta w stosunkach z przedsiębiorcą, który jest profesjonalistą w prowadzonej działalności gospodarczej oraz zapewnienie konsumentowi pomocy w dochodzeniu roszczeń w relacjach z przedsiębiorcą.

W roku sprawozdawczym udzielono **2.291 porad** w sprawach konsumenckich i **156** o charakterze niekonsumenckim. Łącznie udzielono **2447**, w porównaniu do roku 2017 r., w którym udzielono **2240**. Były to porady osobiste, telefonicznie, mailowe i odpowiedzi składane na prowadzonym portalu społecznościowym. Polegały na analizie dokumentów, a w razie potwierdzenia racji konsumenta wskazaniu właściwego kierunku rozpoczęcia

procedury dochodzenia roszczeń. W trakcie porad przygotowywano projekty pism do przedsiębiorców w tym oświadczenia o odstąpieniu od umowy, odwołania od decyzji odrzucających reklamację, zgłoszenia reklamacyjne, przedsądowe wezwania do zwrotu zaliczek czy gotówki w razie odstąpienia od umowy sprzedaży. Udzielono **1171** porad w zakresie umów sprzedaży, **1120** w zakresie usług, **1720** porad zostało zawartych w lokalu i **164** poza lokalem przedsiębiorstwa (pokazy, akwizycja) i na odległość, (telefonicznie czy też w sklepach internetowych, za pośrednictwem portali transakcyjnych, wysyłkowo itp.) Szczegółową problematykę udzielonych porad zawiera tabela nr 1 zamieszczona na str 18 i 19.

Można zauważyć, że w roku sprawozdawczym liczba porad w zakresie umów sprzedaży jak i usług jest porównywalna. Poważny akcent stanowią spory w zakresie umów sprzedaży w kategorii odzież i obuwie. Podobnie było w 2017r., gdzie w tym zakresie udzielono 248 porad. Konsumenci reklamowali rozklejanie się obuwia, pęknięcie i łuszczenie się lica skóry, odpadanie ozdób, krzywe obcasy, odbarwienia skóry na zewnątrz czy też barwienie stóp przez wewnętrzne części obuwia, a także pęknięcie i przecieranie się podeszew. Skarżyli się na odmowę uznania ich reklamacji przez sprzedawców i przerzucanie odpowiedzialności za wady na użytkownika. Załatwianie reklamacji niezgodnie ze zgłoszonym żądaniem i długie terminy oczekiwania na rozpatrzenie reklamacji.

Wśród porad duża ilość dotyczyła zapytań o przedawnienie roszczeń. Odnotowano również cztery zapytania o upadłość konsumencką oraz o obowiązującą procedurę w postępowaniu cywilnym lub przed Stałym Sądem Polubownym.

Biorąc pod uwagę sektor rynku, najwięcej sporów bo, aż **283** powstało na tle wad w urządzeniach gospodarstwa domowego, elektronicznych (telefony i sprzęt komputerowy). W kategorii odzież i obuwie udzielono **241** porad. Trzecie miejsce zajmują porady wynikające z wad mebli, artykułów wyposażenia wnętrz i utrzymania domu – udzielono ich **98**. Najmniej porad w 2018 r., bo tylko **7** udzielono w sprawach dot. reklamacji artykułów żywnościowych.

Powodem reklamacji sprzętu gospodarstwa domowego oraz urządzeń elektronicznych i komputerów były awarie lub całkowite zaprzestanie działania telefonów komórkowych czy komputerów. Powodem reklamacji mebli było: dostarczenie uszkodzonych mechanicznie mebli, braki kompletu mebli, nierówności w uszyciu, zapadania się siedzisk prucie na szwach, deformowanie tkanin, odbarwienie, pilingowanie tapicerki, wychodzenie lub przemieszczanie się wypełnienia wewnętrznego czy uszkodzenia zamków. Według relacji konsumentów zabudowy meblowe w tym kuchnie wykonywano niestarannie. Skargi dotyczyły wykonawstwa mebli w szczególności otarć i odrapań czy też krzywizny/niespasowania poszczególnych elementów w meblach. Po odebraniu często okazywało się, że meble zamawiane na podstawie katalogów lub po uprzednim obejrzeniu na ekspozycji w lokalu przedsiębiorcy nie spełniały oczekiwań kupujących pod względem wyglądu, twardości itp.

Sprzedawcy odrzucali reklamację często argumentując, że reklamowane zmiany są wynikiem uszkodzeń mechanicznych spowodowanych przez użytkownika.

Spośród usług najwięcej porad udzielono w zakresie usług telekomunikacyjnych, bo aż **333**. Następne w kolejności są porady w zakresie usług sektora energetycznego – **276** i ubezpieczeniowego **79**. Najmniej porad udzielono w sprawach niezgodności w umowach edukacyjnych i związanych z rynkiem nieruchomości - **21**.

W przypadku usług telekomunikacyjnych konsumenci najczęściej skarżyli się na zawyżane rachunki spowodowane wprowadzaniem w błąd przez przedstawicieli czy konsultantów ofert telekomunikacyjnych. Skargi dotyczyły również wysokich rachunków związanych z roamingiem lub usługami o podwyższonej płatności. Odnotowano zgłoszenia związane z problemami przy zmianie operatora z zachowaniem numeru (naliczanie kar z powodu rozwiązania umowy przed terminem, długotrwałe przenoszenie numeru) i przerwy w świadczeniu usług spowodowane awariami. Skargi w zakresie usług sektora energetycznego wynikały z zawyżonych rachunków, nieuczciwych praktyk stosowanych przez przedstawicieli przedsiębiorstw energetycznych w zakresie oferowania swoich usług. Zwyczajnie przedstawiciele oszukują przeważnie starsze osoby posługując się wizytówką największego operatora usług dostawy energii elektrycznej na rynku zachodniopomorskim. Skargi dotyczyły również przenoszenia odbiorców usług niezgodnie z terminem wpisanym do umowy co skutkowało naliczaniem kar przez pierwotnych świadczeniodawców w przypadkach umów z określonym terminem świadczenia usług. Wciąż odnotowuje się problemy związane z podszywaniem się pod innego przedsiębiorcę w celu przejęcia klientów. Na promocyjne pakiety, tańsze usługi, które w rzeczywistości okazują się dla konsumentów niekorzystne, niechciane i znacznie droższe od dotychczasowych, choćby z tytułu doliczania opłat handlowych gwarantujących stałą cenę za kWh dają się naciągać najczęściej seniorzy. Skargi w zakresie bieżącej konserwacji, utrzymania domu, drobnych napraw i pielęgnacji dotyczyły wadliwych prac remontowych i naprawczych w mieszkaniach i domach.

Biorąc pod uwagę istotę problemu najwięcej porad udzielono w związku z wadami towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy bo aż **1592**. Kolejną grupę stanowiły porady dot. rozwiązania umowy **375**. W kategorii „nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych” udzielono **146** porad. Najmniej bo **24** udzielono w kategorii „warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne”.

Z powyższego wynika, że problemem generującym największą ilość skarg konsumenckich w 2018 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 oddalenie ich reklamacji przez sprzedawcę z powodu uszkodzeń mechanicznych. Na odmowę załatwienia reklamacji zgodnie z żądaniem konsumenta, (np.: zamiast wymiany towaru, sklep proponował naprawę, albo zamiast zwrotu gotówki - wymianę lub naprawę); na długotrwałe i wielokrotne naprawy; na pogarszanie się stanu reklamowanej rzeczy w czasie serwisowania, co najczęściej dotyczyło telefonów komórkowych. Problematyczne było również odebranie uszkodzonej mechanicznie rzeczy podczas transportu, co okazywało się dopiero po rozpakowaniu paczki.

Wiedza konsumentów w zakresie przysługujących im praw nadal jest nieduża, jednakże daje się spostrzec, że z roku na rok coraz większa zwłaszcza można to zauważyć wśród młodych ludzi. Starsze pokolenie w większości nie rozróżnia rękojmi od gwarancji i zdają się na

sprzedawcę, który spisuje zgłoszenie reklamacyjne. 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 urządzenia, żeby uchylić się od odpowiedzialności. Konsumentom nie wiadomo z jakich uprawnień mogą reklamować towar i czego mogą żądać w przypadku ich wadliwości, gdyż najczęściej nie czytają treści warunków gwarancji oraz nie znają praw przysługujących im z rękojmią.

Konsumentom są też przekonani, że kupując w stacjonarnym sklepie mają obligatoryjne prawo zwrotu towaru, co jest nieprawdą. Odstąpienie od umowy zawartej w siedzibie przedsiębiorcy uzależnione jest od dobrej woli sprzedawcy, zaś prawo takie przysługuje wyłącznie w przypadku umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa.

Należy podkreślić, że wszelkie porady udzielane były po wnikliwym zapoznaniu się z dokumentacją. 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.

Należy nadmienić, że w sprawach niekonsumenckich porad u Rzecznika szukało **156 osób** najwięcej w sprawach o zapłatę za abonament RTV. Po zapoznaniu się z problemem, osobom tym wskazywano instytucje właściwe do udzielania porad w ich sprawach, np. KRRiT, Inspekcję Pracy w sprawach ze stosunku pracy, prawników udzielających we własnym zakresie bezpłatnych porad prawnych, a także punkty w powiecie stargardzkim świadczące darmową pomoc prawną po ustaleniu miejsca zamieszkania obywatela oraz zweryfikowaniu pod kątem spełniania kryteriów takiej pomocy wymaganych w 2018 r.

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

W 2018 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. (Tabela 2) str.20

W 2018 r. Powiatowy Rzecznik Konsumentów w **175** sprawach wystąpił do przedsiębiorców.

Biorąc pod uwagę sposób zawarcia umowy, najwięcej sporów, w których Rzecznik występował do przedsiębiorców, bo aż **123**, wiązało się z umowami zawartymi w lokalu przedsiębiorstwa. W przypadku **42** wystąpień umowy zawarte zostały na odległość. Najmniejsza grupa wystąpień, bo tylko **10** dotyczyła umów zawartych poza lokalem

przedsiębiorstwa. 7 wniosków wpłynęło do Rzecznika konsumentów i po analizie dokumentacji stwierdzono, iż wnioskujący nie spełniają warunków i nie posiadają statusu konsumenta w rozumieniu prawa i nie należy im się pomoc Rzecznika Konsumentów.

Największa grupa wystąpień, bo aż 134 dotyczyła wad towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy. Z kolei 26 wystąpień dotyczyło problemów powstałych na tle rozwiązywania umów (wypowiadania lub odstępowania od umów). 3 wystąpienia dotyczyły warunków umów, w tym nieuczciwych postanowień umownych i nieuczciwych praktyk rynkowych i wad czynności prawnych. Natomiast 9 wystąpień dotyczyło różnych innych niesklasyfikowanych problemów.

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

W wystąpieniach do przedsiębiorców w sprawach wadliwości towarów i usług, Rzecznik przedstawiał 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 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.

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 mediacje i perswazje. Spór konsumencki ma charakter cywilnoprawny i jeżeli przedsiębiorca podtrzyma swoje negatywne stanowisko, spór ten może zostać rozstrzygnięty wyłącznie na drodze sądowej.

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 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.

30 spraw spośród wystąpień zakończyło się w sposób negatywny dla wnioskodawców. 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. Kilka spraw konsumenci wycofali a w 2 przypadkach Rzecznik stwierdził brak podstaw do wystąpienia w imieniu konsumenta. Często zdarza się, że konsumenci nie czytają umów, nie zwracają uwagi co podpisują nie zdając sobie sprawy z konsekwencji swoich czynów. W kilku sprawach o podobnym charakterze Rzecznik prowadząc mediacje pomiędzy stronami uzyskał efekt polubownego zakończenia sporów. Rzecznik posiada certyfikat mediatora w postępowaniach przed sądem cywilnym.

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

(Tabela 3)str.22

Współdziałanie z w/w podmiotami, podobnie jak w latach poprzednich, polegało na wzajemnej wymianie informacji dotyczących działań przedsiębiorców, które mogą naruszać prawa i zbiorowe interesy konsumentów oraz wymianie poglądów i ustalaniu jednolitej interpretacji przepisów prawnych. Wymiana informacji następowała najczęściej telefonicznie i mailowo, a także podczas udziału we wspólnych szkoleniach.

W ramach tej współpracy Rzecznik zawiadomił Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów o praktykach przedsiębiorców, których działania mogły naruszać zbiorowe interesy konsumentów i wymagać podjęcia działań w ramach zadań Urzędu. W jednej sprawie Prezes UOKiK uznał, że działalność przedsiębiorcy może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i wszczął postępowanie w zakresie nakazowym co do zaniechania stosowania praktyk naruszających interesy konsumentów. Dotyczyło to sprzedaży wśród seniorów między innymi mat wibracyjnych, odkurzaczy piorących, noży, zestawów naczyń czy materacy rehabilitacyjnych. W imieniu sprzedawcy firmy telemarketingowe posługując się wprowadzającym w błąd hasłem wywoławczym: „Dzwonię z firmy Samo Zdrowie” zapraszali na prelekcje dotyczące ochrony zdrowia pod pretekstem odebrania darmowego upominku, tj. kamerki samochodowej HD, żelazka czy wyciskarki do owoców. W rzeczywistości był to pokaz handlowy, podczas którego część produktów konsumenci rzekomo mogli otrzymać bezpłatnie, w ramach losowania „nagrody głównej”. Jednak aby otrzymać „nagrodę” trzeba było kupić oferowany produkt za kilka tysięcy złotych – najczęściej materac rehabilitacyjny. Urząd uznał, że taka praktyka może wprowadzać konsumentów w błąd. Podczas udzielanych przez Rzecznika Konsumentów porad okazywało się, że kupujący nie otrzymywali wszystkich dokumentów przy zawarciu umowy sprzedaży czy kredytu i nie wiedzieli z kim zawarli umowy. A czasem skarżyli się, że w rozmowach telefonicznych sprzedawca sugerował, że nie przysługuje im prawo do odstąpienia od umowy bo towar został wzięty na kredyt, albo przedstawiciel używał innych zastraszających metod - typu "spotkamy się w Sądzie", tylko dlatego, że klient rozmyślił się z zakupów i chciał je zwrócić. Urząd uznał, że takie działania mogą stanowić nieuczciwą praktykę rynkową.

W ramach działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów na wniosek Fundacji "DajeSiebie" z siedzibą w Poznaniu, Rzecznik udzielił jednej odpowiedzi w trybie informacji publicznej.

Z Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Komisji Nadzoru Finansowego Rzecznik otrzymywał bezpłatne publikacje i broszury dotyczące prawa konsumenckiego oraz comiesięczny newsletter przydatny w bieżącej pracy. Broszury były rozdawane konsumentom korzystającym z porad jak również wśród uczestników spotkań edukacyjnych. Edukacja konsumentów to zadanie Rzecznika wynikające z art. 38 Ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

W 2018 r. Rzecznik wziął udział w seminarium i szkoleniu zorganizowanym przez Miejskiego i Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Koszalinie. Szkolenie poświęcone było ochronie klientów usług kredytowych i ubezpieczeniowych, a także polubownemu rozpatrywaniu sporów konsumenckich. Podczas szkolenia dokonano wyboru uzupełniającego skład Rady Rzeczników spośród Rzeczników województwa pomorskiego i zachodniopomorskiego. Do Rady "weszła" Miejska Rzecznik Konsumentów w Koszalinie z 20 letnim stażem na stanowisku. Prelegentami w przedmiotowym szkoleniu byli: miejski i powiatowy Rzecznik Konsumentów w Koszalinie oraz eksperci z Biura Rzecznika Finansowego oraz Biura Rzecznika Praw Obywatelskich. W czerwcu Rzecznik wziął udział w przygotowywanym przez Rzecznika Konsumentów z Pisz seminarium, w którym uczestniczyli przedstawiciele Urzędu Komunikacji Elektronicznej oraz prelegenci firm świadczących usługi telekomunikacyjne. Tematem spotkania były zmiany w prawie pocztowym, windykacja na tle nowych terminów przedawnienia roszczeń, monitoring jakości usługi dostępu do Internetu oraz omówienie zmian w noweli prawa telekomunikacyjnego.

Większość konferencji, szkoleń i seminariów organizowane są dla Rzeczników Konsumentów bezpłatnie. Kosztem dla Urzędu jest transport i ewentualny, uzasadniony koszt delegacji.

5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań. (Tabela 4)str.24

W 10 sprawach Rzecznik udzielił konsumentom pomocy w samodzielnym dochodzeniu przez nich roszczeń przed Sądem cywilnym na łączną kwotę **49.948** zł. Przygotowano 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 przez Sąd Rejonowy w Lublinie, 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.

W 2018r. Rzecznik przygotowywał konsumentom projekty wniosków o mediację kierowane do Polubownych Sądów Konsumentckich według właściwości miejscowej dla siedziby przedsiębiorcy, z którym konsument wszedł w spór.

Biorąc pod uwagę sposób zawarcia umowy z 10 spraw sądowych prowadzonych przez konsumentów z pomocą Rzecznika 5 z nich dotyczyło umów zawartych w lokalu przedsiębiorstwa, a pozostałe były związane z umowami zawartymi na odległość.

Z kolei uwzględniając istotę problemu, najwięcej bo 4 sprawy dotyczyły sporów powstałych na tle wad towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy, a 6 rozwiązania umów.

Klasyfikując sprawy z uwagi na istotę problemu 5 z nich dotyczyło wad w kategorii meble i artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu. Drugie w kolejności były sprawy dot. wad urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych i sprzętu komputerowego – 3. Natomiast 1 sprawa dotyczyła sporu w kategorii odzież i obuwie, a druga w kategorii artykuły rekreacyjne zabawki i artykuły dla dzieci. W roku sprawozdawczym Rzecznik przygotował również sprzeciwy do spraw, w których procedowanie nie był zaangażowany. Pomagał w sprawach, w których konsumenci otrzymali nakazy zapłaty, a nie poradziłoby sobie sami z przygotowaniem sprzeciwu, np: w sprawie z powództwa Syndyka Masy Upadłości Spółdzielczej Kasy Oszczędnościowo- Kredytowej "Skarbiec" w upadłości w sprawie zasądzonej opłaty wynikającej z podwyższenia przez SKOK opłaty członkowskiej. Sprawy wytoczone zostały tysiącom członków Kasy, którzy podpisali deklarację członkowskie, a w wyniku zwiększenia przez Zarząd Kasy opłaty członkowskiej z 1zł do 94zł Syndyk dochodzi roszczeń po kilku latach od wydania Zarządzenia. Osoby, które zaciągały kredyty, albo tylko opłacały w SKOK "Skarbiec" jakiegokolwiek rachunki musiały podpisać wcześniej deklaracje członkowskie, które obliigowały do przestrzegania przepisów statutowych.

6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.

W okresie sprawozdawczym Rzecznik podjął różnorodne działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym polegające na:

- 1) przeprowadzeniu prelekcji wśród uczniów klasy I, II i III Zespołu Szkół Zawodowych nr 2 – na temat praw konsumentów i obowiązków sprzedawców, łącznie 5 godzin lekcyjnych,
- 2) kontynuacji współpracy z Głosem i Kurierem Szczecińskim oraz Dziennikiem Stargardzkim, w zakresie przekazywania materiałów poświęconych tematyce prawa konsumenckiego,
- 3) udzielaniu wywiadów w lokalnym radiu w okresach dokonywania przedświątecznych zakupów, np: przestrzegano konsumentów przed zawieraniem niekorzystnych umów w drodze na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa (w szczególności na pokazach) i w domu gdy dochodziło do zmiany operatora,

świadczonych usług dostawy energii i gazu ze szczególnym naciskiem na czytanie umów, które podpisują,

- popularyzowano wiedzę z zakresu prawa konsumenckiego poprzez udostępnianie broszur i ulotek np: „Senior w świecie finansów”, „Nie daj się nabrać, sprawdź zanim podpiszesz”, „Pomoc konsumencka”,
- 4) zamieszczano na stronie internetowej Powiatu Stargardzkiego i na facebooku bieżące informacje związane z trudnymi sprawami konsumentów popularyzując ich rozwiązania,
- 5) w dniu 15 marca zorganizowano otwarty dzień dla konsumenta. Konsumentom w tym dniu udzielano bezpłatnych porad w sprawach konsumenckich bezpośrednio przy stoisku usytuowanym przy ul. Wyszyńskiego w Stargardzie w godzinach przedpołudniowych, a w godzinach popołudniowych w pasażu Centrum handlowego Tesco. Zainteresowanych problematyką konsumencką, prawną i rynkową nie brakowało.

7. Podejmowanie działań wynikających z:

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

W 2018 r. Rzecznik nie prowadził postępowań w oparciu o przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

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

W 2018 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 2018 r. Rzecznik prowadził dwa postępowania przeciwko przedsiębiorcom o wykroczenie z art. 114 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Wobec nieudzielenia przez przedsiębiorcę odpowiedzi na wystąpienie Rzecznika, co zagrożone jest karą grzywny w wysokości nie mniejszej niż 2.000 zł. Policja zawiadomiła Rzecznika o skierowaniu do Sądu we własnym zakresie wniosków o ukaranie przedsiębiorców.

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

W 2018 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

1. Wnioski Rzecznika dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.

System ochrony prawnej konsumentów działa w Polsce od 20 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. Przykładem tu mogą być pojawiające się wciąż o innej nazwie firmy prowadzące sprzedaż bezpośrednią. Naciąganie zwłaszcza ludzi starszych na drogie towary nie może korzystać z ochrony prawa. Co z tego, że firmy o podobnej działalności poddawane są kontroli czy karom nakładanym przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów jeśli dokonują zmiany nazwy i nadal prowadzą nieuczciwą działalność bazując na manipulacji konsumentem stosując metody i środki nie mające nic wspólnego z etyką biznesu i zasadami uczciwej sprzedaży.

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 począwszy 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 ważnym jest, aby na wszystkich szczeblach prowadzić szeroko zakrojoną edukację, w szczególności poprzez media. 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 sobie manipulować.

Niewskazane są częste zmiany prawa konsumenckiego, tak jak to dzieje się w ostatnich latach. Dopiero w 2014 r. zaczęła obowiązywać nowa ustawa o prawach konsumenta, a już ma ją zastąpić „Nowy ład konsumencki”. Jest zbyt wcześnie, aby ocenić skuteczność ochrony wdrożoną w 2014 r. ustawą, zwłaszcza, że nie ma nawet wielu orzeczeń sądowych w jej kontekście, a już planuje się nowe zmiany; nie wiadomo czy na lepsze. Tak częste zmiany nie służą zarówno konsumentom, jak i przedsiębiorcom.

2. Wnioski dotyczące pracy Rzecznika.

Działalność Rzecznika cieszy się dużym uznaniem wśród osób korzystających z usług, zwłaszcza tych, którzy przy pomocy instytucji wyegzekwowali swoje roszczenia. Często składają podziękowania osobiście, telefonicznie i pisemnie, pozytywnie oceniając

zaangażowanie Rzecznika w sprawy i wracają jeśli spotka ich ponownie problem. Duża liczba osób kontaktujących się z Rzecznikiem świadczy o potrzebie tej instytucji.

Edukacja jest najlepszą formą wpływania na poprawne decyzje konsumentów. Możliwości szerszego zaangażowania się Rzecznika w działania na rzecz edukacji konsumenckiej z uwagi na konieczność pracy przy "biurku" są nieznaczne. Działalność Rzecznika jest bardzo istotna dla mieszkańców powiatu stargardzkiego, dlatego zasadnym byłoby rozważenie doetatowania tej instytucji zwłaszcza, że pozwala na to zawarty w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów przepis, mianowicie: w art. 40 pkt 4 "Rzecznika konsumentów wyodrębnia się organizacyjnie w strukturze starostwa powiatowego (urzędu miasta), a w powiatach powyżej 100tys. mieszkańców i w miastach na prawach powiatu rzecznik konsumentów może wykonywać swoje zadania przy pomocy wyodrębnionego biura". Ma to swoje uzasadnienie bowiem obsługa konsumentów byłaby pełniona w sposób ciągły, a Rzecznik mógłby realizować szerszą edukację i korzystać z organizowanych konferencji i szkoleń co idzie w parze ze zwiększaniem wiedzy wśród konsumentów jak i u Rzecznika, a przyczyni się do lepszej obsługi konsumentów, tym bardziej, że potrzeby konsumentów w zakresie "konsumpcji rynku" stale i systematycznie rosną i wszystko wskazuje na to, że będą się zwiększać.

W ocenie Powiatowego Rzecznika Konsumentów obecne regulacje są wystarczające i nie ma potrzeby tworzyć nowej ustawy o Rzeczniku. Właściwszym byłoby wprowadzenie zmian do obecnie obowiązujących przepisów, w szczególności w zakresie wyodrębnienia budżetu, etatyzacji i zastępowania Rzecznika podczas jego nieobecności. Obecne usytuowanie instytucji Rzecznika na szczeblu samorządu powiatowego jest bardzo korzystne pod względem dostępności dla konsumentów, jednakże Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów nie przewiduje możliwości powierzenia zadań Rzecznika innemu pracownikowi. Zatem nikt nie może zastąpić Rzecznika w kierowanych pismach i wystąpieniach do przedsiębiorców. Doetatowanie rozwiązałoby problem czasowej nieobecności Rzecznika w biurze, gdyż zaspokoiłoby to bieżącą obsługę konsumentów w zakresie poradnictwa w czasie związanym choćby z wykorzystaniem przysługującego Rzecznikowi urlopu czy przebywania na szkoleniach i konferencjach. Uważam, że niewskazana jest też zmiana formy nawiązywania stosunku pracy z rzecznikiem, o której szeroko dyskutowano w kręgach. Umowa o pracę i bezpośrednio podporządkowanie staroście zapewnia właściwy nadzór pracy Rzecznika.

IV. TABELE

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

Lp.	Kategorie	1.1. Osobiście i telefonicznie												Razem				
		Rozwiązanie umowy			Wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			Warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			Nieuuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych				Inne			
		W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość		W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
	SPRZEDAŻ	129	47	76	744	3	110	4		1			1	40	2	14	1171	
1.	Art. żywnościowe	2			7		2	1									1	13
2.	Ódzieź i obuwie	19		15	241	1	31	1						6				314
3.	Mebel, art. wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu	17	3	10	98	1	13	1						7		1	151	
4.	Urządzenia gosp. Domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	48	29	33	283	1	46	1		1				8	1	6	457	
5.	Samochody i środki transportu osobistego	17		2	52		1										72	
6.	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																0	
7.	Produkty związane z opieką zdrowotną	2	14	1	16		3							1	1		38	
8.	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci	13		3	18		10										44	
9.	Inne	11	1	12	29		4						1	18		6	82	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	USŁUGI	54	50	19	661	36	38	14	2	3	7	22	116	67	2	29	1120
10.	Związane z rynkiem nieruchomości	5	1	5													11
11.	Bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	5	2		19	2	2							3			33
12.	Czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia				6												6
13.	Konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu				24												24
14.	Finansowe				33	1	4	5			2		1				46
15.	Ubezpieczeniowe	10			53	1	2	3	2		1		1	4		2	79
16.	Pocztowe i kurierskie	1			21	3	7										32
17.	Telekomunikacyjne	10	16	9	255	2	12	1		1		22	2	1		2	333
18.	Transportowe	2			11		3				1			8		1	26
19.	Turystyka i rekreacja				27		0			1						1	29
20.	Sektor energetyczny i wodny	17	29	9	54	26	6	4			2		111	12	2	4	276
21.	Związane z opieką i opieką zdrowotną				5												5
22.	Edukacyjne	1	1	1	4	1	1			1							10
23.	Inne	3	1		144		1	1			1		1	39		19	210
	RAZEM	183	97	95	1405	39	148	18	2	4	7	22	117	107	4	43	2291
	Informacje ogólne																0
	Niekonsumentkie																156
																	2447

Porady udzielane osobiście lub telefonicznie

w lokalu / bez znaczenia	1720
poza lokalem	164
na odległość	407

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

Lp.	Kategorie	Rozwiązanie umowy			Wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			Warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			Nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych			Inne			Razem
		W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	SPRZEDAŻ	11	2	6	60	3	11						1				94
1.	Art. żywnościowe																0
2.	Odzież i obuwie	3			13		3										19
3.	Mebłe, art. wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu	3		2	17		2										24
4.	Urządzenia gosp. Domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	2	1	2	20	1	2						1				29
5.	Samochody i środki transportu osobistego	1			1												2
6.	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																0
7.	Produkty związane z opieką zdrowotną		1		1	1											3
8.	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci						1										1
9.	Inne	2		2	7	1		3									15

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	USŁUGI																
10.	Związane z rynkiem nieruchomości		2	5	43	3	14	3					2	6		3	81
11.	Bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja				1			3									4
12.	Czyszczanie i naprawa odzieży i obuwia																0
13.	Konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu				4												4
14.	Finansowe				3												4
15.	Ubezpieczeniowe				2		1							1			4
16.	Pocztowe i kurierskie																3
17.	Telekomunikacyjne		1	2	18			2									2
18.	Transportowe				4												26
19.	Turystyka i rekreacja				5		2										4
20.	Sektor energetyczny i wodny		1	2		3	2						2	1		1	8
21.	Związane z opieką i opieką zdrowotną																12
22.	Edukacyjne																0
23.	Inne			1	6		2										0
	RAZEM	11	4	11	103	6	25	3	0	0	0	0	3	6	0	3	175
	Informacje ogólne																0
	Niekonsumentkie																7
	RAZEM																182

Występowanie do przedsiębiorców

w lokalu / bez znaczenia	123
poza lokalem	10
na odległość	42

Tabela 3. Współdziałanie z innymi instytucjami

Lp.	Kategorie	Rozwiązanie umowy									Warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			Nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych			Razem	
		Wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			Wady umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			Nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych			Inne							
		W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
	SPRZEDAŻ											1						1
1.	Art. żywnościowe																	0
2.	Odzież i obuwie																	0
3.	Mebles, art. wyposażenia wnętrza, utrzymanie domu																	0
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
	USŁUGI																
10.	Związane z rynkiem nieruchomości																0
11.	Bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																0
12.	Czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																0
13.	Konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																0
14.	Finansowe																0
15.	Ubezpieczeniowe																0
16.	Pocztowe i kurierskie																0
17.	Telekomunikacyjne																0
18.	Transportowe																0
19.	Turystyka i rekreacja																0
20.	Sektor energetyczny i wodny																0
21.	Związane z opieką i opieką zdrowotną																0
22.	Edukacyjne																0
23.	Inne																0
	RAZEM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	Informacje ogólne								0								0
	Niekonsumentkie								0								0
	RAZEM																1

Tabela 4. Pomoc konsumentom w samodzielnym dochodzeniu roszczeń przed sądami

Lp.	Kategorie	4.1. Pomoc konsumentom w samodzielnym dochodzeniu roszczeń przed sądami																		Razem						
		Rozwiązanie umowy						Wady towarów i nienależyte wykonanie umowy						Warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne							Nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych					
		W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18									
SPRZEDAŻ																										
1.	Art. żywnościowe	2		4			1											10								
2.	Odzież i obuwie						1											0								
3.	Meble, art. wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu	1		1	3													1	5							
4.	Urządzenia gosp. Domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy				3														3							
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	1																	1							
9.	Inne																		0							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18									

Lp.	Kategorie	4.2. Udział Rzecznika Konsumentów w postępowaniach sądowych																		Razem									
		Rozwiązanie umowy						Wady towarów i nienależyte wykonanie umowy						Warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne							Nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych						Inne		
		W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	0											
SPRZEDAŻ																													
1.	Art. żywnościowe																												
2.	Odzież i obuwie																												
3.	Mebel, art. wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu																												
4.	Urządzenia gosp. Domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																												
5.	Samochody i środki transportu osobistego																												
6.	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																												
7.	Produkty związane z opieką zdrowotną																												
8.	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																												
9.	Inne																												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	0											
USŁUGI																													
10.	Związane z rynkiem																												

