

**Zarządzenie Nr 51/20  
Starosty Stargardzkiego  
z dnia 19 marca 2020 r.**

**w sprawie zaopiniowania sprawozdania  
z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Stargardzie za 2019 rok**

Na podstawie z art. 43 ust.1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2019 r. poz. 369 z późn. zm.) zarządza się, co następuje:

§ 1. Opiniuje się bez uwag sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Stargardzie za 2019 rok, stanowiąc załącznik do niniejszego zarządzenia

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

§ 3. Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

STAROSTA  
Iwona Wiśniewska  




Załącznik  
do zaopiniowania nr 51/20  
Starosty Stargardzkiego  
z dnia 18.03.2020r.



POWIATOWY RZECZNIK KONSUMENTÓW  
STAROSTWO POWIATOWE W STARGARDZIE

**SPRAWOZDANIE  
Z DZIAŁALNOŚCI  
POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW  
za 2019 rok**

**STARGARD, marzec 2020 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 2019

## SPIS TREŚCI

I.	Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów.....	4
II.	Realizacja zadań wykonywanych przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów .....	8
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.....	16
3.	Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.....	16
4.	Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.....	19
5.	Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.....	20
6.	Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.....	22
7.	Podejmowanie działań wynikających z:	
-	ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.....	23
-	ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym.....	23
-	art. 42 ust. 1 pkt 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów).....	23
-	art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy).....	23
III.	Wnioski końcowe, propozycje zmian zmierzających do poprawy realizacji praw konsumentów.....	23
1.	Wnioski Rzecznika dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów .....	23
2.	Wnioski dotyczące pracy Rzecznika.....	26
IV.	Tabele.....	28-37

## **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 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 Edyta Domińczak. Uchwałą nr 375/19 Zarządu Powiatu Stargardzkiego z dnia 19 czerwca 2019 r. 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. Od 1 września 2019 r. Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu ustawowych zadań pomaga Pani Ewa Skórczyńska - specjalista. 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 2019 r. poz. 369) 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. Nadmienić należy, że w dniach od 1.04.2019 r. do 7.07.2019 r. w czasie usprawiedliwionej nieobecności Powiatowego Rzecznika Konsumentów obowiązki pełnił Pan Robert Szauman.

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 w pok. numer 118. W tych godzinach porady udzielane są także telefonicznie pod numerami telefonów: (91)48-04-842, (91) 48-04-822 oraz pocztą elektroniczną – adres dostępny na stronie internetowej Powiatu Stargardzkiego w zakładce Powiatowy Rzecznik Konsumentów (e-mail: [rzecznikkonsumenta@powiatstargardzki.pl](mailto:rzecznikkonsumenta@powiatstargardzki.pl)), a także przez portal społecznościowy (fb) pod nazwą - Powiatowy Rzecznik Konsumentów Edyta Domińczak.

Sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów za rok 2019 sporządzone zostało wg proponowanej przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów formy. 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 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 2019r.**

<b>1. Województwo</b>	Zachodniopomorskie
<b>2. Miasto/Powiat</b>	Powiat stargardzki
<b>3. Liczba mieszkańców miasta/powiatu</b>	120.043 dane użyte w tym zestawieniu pochodzą z Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) i przedstawiają stan na dzień 31 grudnia 2017 roku. Więcej: <a href="https://www.polskawliczbach.pl/powiat_stargardzki">https://www.polskawliczbach.pl/powiat_stargardzki</a>
<b>4. Imię i nazwisko rzecznika konsumentów</b>	Edyta Domińczak
<b>5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)</b>	Wyższe ekonomiczne
<b>6. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.</b>	TAK

<p><b>NIE DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI „TAK” NA PYT. 6</b></p> <p><b>7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.</b></p>	<p>- <math>\frac{3}{5}</math> etatu</p> <p>- <math>\frac{1}{2}</math> etatu</p> <p>- <math>\frac{2}{5}</math> etatu</p> <p>- <math>\frac{1}{5}</math> etatu</p> <p>- inne, np. dyżury</p>
<p><b>DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI NA PYT. 7</b></p> <p><b>8. Liczba dni/godzin w tygodniu, w których wykonywane są zadania Rzecznika Konsumentów (np. 5 razy w tygodniu po 3 godziny).</b></p>	<p>BRAK</p>
<p><b>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.</b></p>	<p>TAK</p>
<p><b>10. Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.</b></p>	<p>TAK</p>
<p><b>11. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę).</b></p>	<p>1</p>

## **II. Realizacja zadań wykonywanych przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów**

- 1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów. (Tabela 1) str.28i29**

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 **2116 porad** w sprawach konsumenckich i **147** o charakterze niekonsumenckim, łącznie udzielono **2263** porady (porównawczo w 2018 r. - 2447). Były to porady osobiste, telefoniczne, mailowe i odpowiedzi udzielane na prowadzonym portalu społecznościowym. 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 **1160** porad, a w zakresie usług **956**. **278** dotyczyło sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa (pokazy, akwizycja), a **186** zakupów na odległość, (tj. przez telefon czy też w sklepach internetowych za pośrednictwem portali transakcyjnych, wysyłkowo itp.) Szczegółową problematykę udzielonych porad zawiera tabela nr 1 zamieszczona na str.28i29.

Można zauważyć, że w roku sprawozdawczym liczba porad w zakresie umów sprzedaży jak i usług jest porównywalna. Poważny akcent (324) stanowią spory w zakresie umów sprzedaży w kategorii związanej z usterkami urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych i sprzętu komputerowego. W 2019 r., w tym zakresie udzielono 457 porad czyli o ponad 100 więcej. Powodem reklamacji sprzętu gospodarstwa domowego oraz urządzeń elektronicznych i komputerów były ich awarie lub całkowite zaprzestanie działania pralek, lodówek, zmywarek, mopów parowych, odkurzaczy, ekspresów do kawy, telewizorów, parownic, generatorów pary do prasowania, telefonów komórkowych czy komputerów. W kategorii odzież i obuwie udzielono **324** porady. Konsumenci reklamowali pęknięcie materiału

cholewki, rozklejanie się obuwia, pęknięcie i łuszczenie się łożyska skóry, odpadanie ozdób, krzywe obcasy, odbarwienia skóry na zewnątrz czy też barwienie stóp przez wewnętrzne wyściółki w obuwiu, a także pęknięcie i przecieranie się podeszew. 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 według nich zasadnych roszczeń. Bardzo często 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 rękopisami sprzedawca. Najczęściej właśnie konsumenci skarżyli się na odmowę uznania ich reklamacji przez sprzedawców i przetrzymywanie 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/rzeczoznawcy 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 **211** w roku sprawozdawczym. W ubiegłym roku przy intensywnie działającym rynku nieruchomości znajdują również swoją wysoką pozycję wady produktów wyposażania mieszkań i domów.

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, pilingowanie tapicerki, wychodzenie materiału ze szwów lub przemieszczanie się gąbki czy innego wypełnienia wewnętrznego. Zgłaszano uszkodzenia

zamków w poduszkach wypoczynku. Według relacji konsumentów zabudowy meblowe w tym kuchni wykonywano niestarannie i nieestetycznie. Skargi dotyczyły niechlujnego wykonawstwa mebli w szczególności zgłaszano niezliczoną liczbę otarć i odrapań, 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 oparcí 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 2019 r. bo tylko **4** udzielono w sprawach dot. reklamacji kosmetyków, środków czyszczących i konserwujących.

Spośród usług najwięcej porad udzielono w zakresie usług telekomunikacyjnych, bo aż **266**. Następne w kolejności to porady w zakresie usług sektora energetycznego – **117** i ubezpieczeniowego **115**. Najmniej porad udzielono w sprawach niezgodności w umowach edukacyjnych i pralniczych bo łącznie **28 w tym 19** w kategorii czyszczenie odzieży. Jest to spora liczba przy usytuowaniu tylko jednej pralni w Stargardzie. W 2019 r. było ich tylko 6. Konsumenci skarżyli się, że rzeczy odebrane po wykonaniu usługi są zniekształcone, zmechacone, fizycznie uszkodzone i pozbawione walorów estetycznych. Skarżyli się również że personel w pralni nie chce przyjmować reklamacji, odsyła klientów do zgłoszenia reklamacji w innym terminie z powodu braku pracownika odpowiedzialnego za przyjęcie zgłoszenia reklamacyjnego działając tym samym na zniechęcenie klienta. Skarżyli się również na niskie kwoty odszkodowań za zniszczenie odzieży.

W przypadku wiodącej grupy skarg o charakterze telekomunikacyjnym, konsumenci najczęściej skarżyli się na wprowadzanie ich w błąd przez przedstawicieli operatorów. Przedstawiciele firm telekomunikacyjnych namawiali do podpisywania umów oferując niższe ceny. Okazywało się de facto, że rachunki były wyższe niż u macierzystych operatorów. Zwiększone opłaty były spowodowane doliczaniem dodatkowych opłat handlowych.

Natarczywe spotkania w domach konsumentów kończyły się zazwyczaj podpisaniem umowy. Konsumentów podpisywali czasem w przekonaniu, że nie dotyczy to zmiany operatora telekomunikacyjnego, następnie chowali dokumenty do szuflady. Orientowali się, że popełnili błąd dopiero w trakcie rozmów telefonicznych z macierzystym operatorem którzy pytali o powody zerwania umów. Takie działania przedstawicieli firm telekomunikacyjnych fałowo spotkamy na niektórych obszarach powiatu stargardzkiego. Pomimo ostrzeżeń Rzecznika w prasie i na łamach strony internetowej czy portali społecznościowych oraz prowadzonej profilaktyki takich przypadków ciągle jest dużo. Konsumentów są ufni, łatwowierni podatni na manipulację i to często jest przyczyną ich problemów i dramatów. Zazwyczaj bowiem dotyczy to rencistów i emerytów, którzy szukają oszczędności.

Odnotowano zgłoszenia konsumentów związane z problemami przy zmianie operatora. 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.

Z rozmów z konsumentami wynikało, że przedstawiciele firm tzw. domokrażcy oszukują pozyskiwanych klientów posługując się wizytówką największego operatora sprzedażowego energii elektrycznej na rynku powiatu stargardzkiego. Skargi na firmy energetyczne również dotyczyły przenoszenia usług niezgodnie z terminem wpisanym do umowy co skutkowało równocześnie 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 tak zwane promocyjne pakiety, które w rzeczywistości okazują się dla konsumentów niekorzystne i znacznie droższe od tych co mieli czego powodem jest doliczanie opłat handlowych gwarantujących stałą cenę za kWh ciągle dają naciągać się konsumenci zwłaszcza z grupy seniorów. Dużo skarg w ub. roku odnotowano właśnie w zakresie usług sektora energetycznego naszego rodzimego dystrybutora i sprzedawcy usług. Wynikały one z reklamacji otrzymanych przez konsumentów dodatkowych faktur, mianowicie: na podstawie otrzymanych danych sprzedawca - Enea SA dokonała rozliczeń za usługę kompleksową dostawy energii elektrycznej do lokali swoich odbiorców. W wyniku stwierdzenia błędów Operatora Systemu Dystrybucyjnego związanych z wadliwym montażem i odczytem układu

pomiarowo rozliczeniowego obciążono konsumentów dodatkową opłatą. Opłaty dodatkowe wahały się w granicach od 300 do 1000zł. Wartość ta wynikała z nieprawidłowego odczytu przez inkasentów i nie przekazania danych z jednej grupy taryfowej G12, sprzedawcy do rozliczenia. Mianowicie, wymieniane przez dystrybutora liczniki zostały wadliwie zaprogramowane do rejestrowania poboru energii elektrycznej w dwóch strefach grup taryfowych, zamiast w jednej zgodnie z umową posiadaną przez odbiorców. Każda z przejrzanych przez Rzecznika umów zobowiązywała do rejestracji poboru energii i rozliczania jej w jednostrefowej taryfie G11. Enea zorientowała się dopiero po upływie dwóch lat i problem w tym, że obciążenia wysłano za kilkadziesiąt miesięcy wstecz. Odpowiedzialność za wadliwy montaż liczników i błędnie przekazywane odczyty ciążyła po stronie operatora systemu dystrybucyjnego. Konsumenty zgłosili reklamację sprzedawcy jako podmiotowi odpowiedzialnemu za wystawianie dodatkowych rachunków. Enea-dystrybutor odpowiada za instalowanie, obsługę, kontrolę i odczytywanie wskazań układów pomiarowo-rozliczeniowych. Niestety reklamacje były oddalane i nieuwzględniono roszczeń konsumentów z tego też powodu w kilkudziesięciu sprawach przygotowano konsumentom wnioski do koordynatora ds negocjacji przy Prezesie Urzędu Regulacji Energetyki. Operator jednakże nie zareagował pozytywnie na zgłoszenia kierowane przez koordynatora. Enea utrzymała negatywne stanowisko. Uzasadnienie odmowy oparto na zapisach umownych pomiędzy stronami oraz zgodnie z art. 106j ust.1,pkt 5 Ustawy z 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. 2004 Nr 54 poz.535 z późn. zm.) - "w przypadku gdy po wystawieniu faktury podwyższono cenę lub stwierdzono pomyłkę w cenie, stawce, kwocie podatku lub jakiegokolwiek innej pozycji faktury - podatnik wystawia fakturę korygującą".

Biorąc pod uwagę istotę problemu najczęściej porad udzielono w związku z wadami towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy bo aż **1486**. Kolejną grupę stanowiły porady dot. rozwiązania umowy **392**. W kategorii „warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne” udzielono **44** porady. Najmniej bo **14** porad udzielono w kategorii „nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych”.

Z powyższego wynika, że problemem generującym największą ilość skarg konsumenckich w 2019 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 załatwienia 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. Najczęściej dotyczyło to telefonów komórkowych. 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.

Należy podkreślić, 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 **147 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 nieopłacany 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.

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

W 2019 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.30i31**

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 2019r.,poz. 369) do przedsiębiorców podejmowane na skutek wnoszonych przez konsumentów skarg i wniosków o pomoc dotyczących naruszeń praw i indywidualnych interesów konsumentów przez przedsiębiorców.

W 2019 r. Powiatowy Rzecznik Konsumentów w **272** sprawach wystąpił do przedsiębiorców. Biorąc pod uwagę sposób zawarcia umowy, najwięcej sporów, w których Rzecznik występował do przedsiębiorców, bo aż **175** przypadków wiązało się z umowami zawartymi w lokalu przedsiębiorstwa. W przypadku **53** wystąpień umowy zawarte zostały poza lokalem, a **44** dotyczyła umów zawartych na odległość. **2** wnioski wpłynęły do biura Rzecznika Konsumentów i po analizie dokumentacji stwierdzono, iż wnioskujący nie spełniają warunków i nie posiadają statusu konsumenta w rozumieniu prawa więc nie udzielono bezpłatnej porady.

Największa grupa wystąpień, bo aż **156** dotyczyła wad towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy. Z kolei **56** wystąpień dotyczyło problemów powstałych na tle rozwiązywania umów (wypowiadania lub odstępowania od umów). **7** wystąpień dotyczyło

warunków umów, w tym nieuczciwych postanowień umownych i nieuczciwych praktyk rynkowych oraz wad czynności prawnych. Natomiast 53 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 Rzeczoznawców.

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 zwłaszcza, że w 2019 r. podwyższono opłaty sądowe.

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.

**38** spraw spośród wystąpień tj. ok 14 % zakończyło się negatywnie 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. Nadal 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 konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.**

*(Tabela 3)str.32i33*

Rzecznik kierował wnioski o rozpatrzenie spraw oraz konsultował tematyczne sprawy z koordynatorem ds. negocjacji przy Prezesie Urzędu Regulacji Energetyki, Arbitrem Bankowym, Urzędem Regulacji Energetyki, Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Rzecznikiem Finansowym, Rzecznikiem Praw Pacjenta, Urzędem Komisji Nadzoru Finansowego i Policją.

Podobnie jak w latach poprzednich współpraca z ww. podmiotami polegała 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 i konferencjach.

W ramach współpracy Rzecznik zawiadomił Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów o stosowanych przez przedsiębiorców nieuczciwych praktykach, których działania wskazywały na naruszanie zbiorowych interesów konsumentów. 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 zbiorowe interesy konsumentów. Dotyczyło to sprzedaży wśród seniorów między innymi mat wibracyjnych, odkurzaczy piorących, noży, zestawów naczyń czy materacy rehabilitacyjnych.

Wymieniano poglądy i informacje w sprawach sporów z przedsiębiorcami zgłoszonych przez konsumentów w ramach mediacji i polubownego sądownictwa konsumenckiego z Zachodniopomorską Inspekcją Handlową oraz organizacjami konsumenckimi Stowarzyszeniem Aquila czy Federacją Konsumentów.

Rzecznik kontaktował się z Europejskim Centrum Konsumenckim w przypadkach udzielenia pomocy konsumentom w sporach transakcji transgranicznych między konsumentami a przedsiębiorcami, którzy posiadają swoją siedzibę poza granicą naszego kraju, a należą do grupy państw UE.

Rzecznik utrzymuje bieżącą współpracę z Rzecznikami z sąsiednich powiatów i miast w celu wymiany doświadczeń, informacji w zakresie prewencyjnej i interwencyjnej ochrony praw konsumentów, a także sygnalizowania występujących na rynku konsumenckim zagrożeń.

W imieniu sprzedawcy firmy telemarketingowe posługując się wprowadzającym w błąd hasłem wywoławczym: "wygrała Pan/Pani nagrodę w postaci darmowego vouchera na skorzystanie z wyjazdu..." zapraszali na prezentację drogich towarów. W rzeczywistości odbywał się pokaz sprzedażowo-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, matę, garnki, czy pościel. 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.

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.

#### **5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań. (Tabela 4)str.34i35**

W **10** sprawach Rzecznik udzielił konsumentom pomocy w samodzielnym dochodzeniu przez nich roszczeń przed Sądem Powszechnym na łączną kwotę **24.101,30** 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.

W 2019 r. Rzecznik przygotowywał konsumentom projekty wniosków o mediację kierowane do Polubownych Sądów Konsumenckich 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 **4** z nich dotyczyło umów zawartych w lokalu przedsiębiorstwa, a pozostałe były związane z umowami zawartymi poza lokalem i na odległość.

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

Klasyfikując sprawy z uwagi na istotę problemu **2** z nich dotyczyły wad w kategorii meble i artykuły wyposażenia wnętrza i utrzymania domu. Drugie w kolejności to były sprawy dot. wad urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych i sprzętu komputerowego. Natomiast **1** sprawa dotyczyła sporu w kategorii odzież i obuwie, a dwie 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 poradziliby sobie sami z przygotowaniem sprzeciwu.

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

W marcu ub.roku Rzecznik wziął udział w Kongresie - pod nazwą "Konsument 2019" na temat Budowania długofalowych relacji – z perspektywy konsumenta i przedsiębiorcy z okazji Światowego Dnia Praw Konsumenta. W kwietniu 2019 r. Rzecznik zorganizował spotkanie, w świetlicy w Suchaniu dla słuchaczy członków związku emerytów i rencistów, na którym

głównym prelegentem byli przedstawiciele Delegatury zachodniopomorskiego Urzędu Komunikacji Elektronicznej. W listopadzie 2019 r. Rzecznik uczestniczył w spotkaniu z przedstawicielami Organizacji Konsumentckich oraz Urzędu Komunikacji Elektronicznej poświęconym zagadnieniom Obsługi Klienta w Orange w Warszawie.

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 zadań.

Rzecznik udzielając konsumentom różnego rodzaju pomocy prawnej, podejmował tego typu działania poprzez:

- 1) uświadamianie konsumentom przysługujących im praw, wskazując na konkretne przepisy, mające zastosowanie w danej sprawie po uprzednim zapoznaniu się z pełną dokumentacją,
- 2) prowadzenie zajęć warsztatowych i prelekcji wśród uczniów klasy I, II i III - I LO i ZSZ nr 2 w Stargardzie – na temat praw konsumentów i obowiązków sprzedawców,

W 2019 r. edukacja konsumencka była realizowana w następujący sposób:

- współpraca z lokalnymi mediami (prasa, informacyjne portale internetowe),
- edukacja poprzez stronę internetową prowadzoną przez Starostwo Powiatowe oraz portalu fb, na którym na bieżąco Rzecznik odpowiada na zadawane pytania konsumentów,
- na bieżąco zamieszczano na stronie internetowej Powiatu Stargardzkiego i na facebooku informacje związane z trudnymi sprawami konsumentów wskazując na właściwe i zgodne z prawem rozwiązania, - popularyzowano wiedzę z zakresu prawa konsumenckiego poprzez udostępnianie broszur i ulotek np: „Seniorze uważaj”, rękojmia - jak reklamować wadliwy towar czy jak nie dać się oszukać akwizytorowi.

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

## **7. Podejmowanie działań wynikających z:**

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



W 2019 r. Rzecznik nie prowadził postępowań w oparciu o przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

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

W 2019 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 2019 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 2019 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.**

Mamy prawo do bezpłatnej pomocy prawnej już od ponad 20 lat. W ciągu ostatnich 10 lat Rzecznicy Konsumentów udzielili 4,5 mln porad. Jeżeli porównamy to do liczby mieszkańców Polski, to okazuje się, że co ósmy Polak skorzystał już z porady Rzecznika. Natomiast w tym samym okresie w powiecie stargardzkim udzielono 24.554 porad, tzn. że co piąty mieszkaniec powiatu otrzymał poradę.

Podniesienie standardów obsługi konsumentów, a jednocześnie dbałość o interes konsumenta z pewnością zapewniłoby:

1) wprowadzenie dla potrzeb rzecznika konsumentów możliwości uzyskania bezpłatnej opinii rzeczoznawcy wpisanego na listę Inspekcji Handlowej,

- 2) przywrócenie zapisu uprawniającego konsumenta do uzyskania nowego terminu biegu odpowiedzialności sprzedawcy za wady towaru w przypadku jego wymiany z rękojmi - taki zapis funkcjonował w Ustawie o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej,
- 3) wyraźne wskazanie maksymalnego terminu w jakim sprzedawca zobowiązany będzie do wykonania naprawy, (pod rygorem wymiany towaru na nowy) reklamowanego produktu, bowiem często sprzedawcy uzasadniając długie terminy wykonywania reklamacji zasłaniają się pracą serwisu gwarancyjnego,
- 4) dopuszczenie Rzecznika do grupy podmiotów uprawnionych do uzyskiwania informacji objętych tajemnicą bankową w imieniu konsumenta - w ostatnim okresie wszystkie banki odmawiają udzielenia rzecznikowi wyjaśnień, żądając przedstawienia upoważnienia klienta do udostępnienia informacji bankowych objętych tajemnicą. W odniesieniu do firm ubezpieczeniowych funkcjonuje podobna procedura, również żądają upoważnień. Odrzucają wniosek konsumenta jako upoważniający Rzecznika do występowania w jego imieniu,
- 5) wprowadzenie obowiązku doręczenia zmian wynikających m.in. z regulaminów, tabel opłat i prowizji, w formie listu poleconego lub w innej formie za wyraźnym potwierdzeniem odbioru przez konsumenta,
- 6) nieograniczone dostęp i wyposażenie rzeczników w materiały w postaci broszur i ulotek w celu realizacji zadań o charakterze edukacyjno-informacyjnym,
- 7) emisja w ogólnodostępnych mediach programów popularyzujących uprawnienia konsumenta przy zgłaszaniu reklamacji oraz reklamy w formie ostrzeżeń dla grupy seniorów,
- 8) potrzeba nowelizacji, dzięki której rzecznicy konsumentów mieliby prawo żądać od przedsiębiorców nagrań rozmów telefonicznych przeprowadzanych z konsumentami w zakresie nie tylko spraw obejmujących zawarcie bądź zmianę umowy, ale również reklamację.
- 9) Rzecznicy powinni zostać wyposażeni w realne sankcje wobec podmiotów, które uchylają się od przedstawienia rzecznikowi żądanych informacji i wyjaśnień, zgodnie z art. 42 ust. 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2019 r., poz. 369). Sankcja nakładana w drodze postępowania w sprawach o wykroczenia tylko wobec przedsiębiorców prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą nie jest sankcją właściwą (art. 114 ust. 1 ww. ustawy). Należy rozważyć możliwość przeniesienia wskazanej odpowiedzialności przedsiębiorców z prawa karnego do dziedziny prawa administracyjnego i

w drodze decyzji mógłby orzekać nie sąd powszechny, ale Prezes UOKiK. Takie rozwiązanie wzmocniłoby pozycję Rzecznika.

Dzięki zaangażowaniu pracowników biura pomoc oferowana potrzebującym jest skuteczna. Oprócz Rzecznika Konsumentów w biurze pracuje dodatkowa osoba i konsumenci mogą uzyskać najbardziej wszechstronne i fachowe wsparcie ze strony pracowników specjalizujących się w zakresie prawa konsumenckiego. 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 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 nowe zmieniające tylko nazwę firmy prowadzące nadal tę sama 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 ważne 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 sobą manipulować.

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

Na podstawie praktyki w codziennej pracy Rzecznika i analizy spraw stwierdzić można, że liczba konsumentów korzystających z pomocy Rzecznika jest porównywalna jak w latach ubiegłych. Wiedza konsumentów o swoich prawach wzrasta, ale wciąż jest niewystarczająca. Konsumenti 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 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.

Edukacja jest najlepszą formą wpływania na poprawne decyzje konsumentów. Obecnie dzięki doetatowaniu w biurze rzecznika zwiększyły się możliwości szerszego zaangażowania się Rzecznika w działania na rzecz edukacji konsumenckiej. Rzecznik może realizować szerszą edukację i korzystać z organizowanych konferencji i szkoleń co z pewnością 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 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, pisemnie 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.

Powiatowy Rzecznik  
Konsumentów  
  
Edyta Domińczak

















Tabela 4. pomoc na drodze sądowej

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





