

SPRAWOZDANIE
z działalności

Powiatowego Rzecznika Konsumentów
w Słupsku za 2016 rok

Sprawozdanie stanowi wykonanie obowiązku wykonującego z zapisu art.43 ust.1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2007 r. Nr 50, poz.331 z póź. zm.)na podstawie którego przedkładam Staroście Słupskiemu do zatwierdzenia roczne sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów za 2016 rok w celu zatwierdzenia.

Zatwierdzam:

STAROSTA

Zdzisław Kołodziejcki

SPIS TREŚCI

I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW

II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

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 UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.
5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.
6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.
7. Podejmowanie działań wynikających z:
 - art. 479 (38) Kpc (niedozwolone postanowienia umowne),
 - ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,
 - ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym,
 - art. 42 ust. 1 pkt 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów)
 - art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy)

III. WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJĄCYCH DO POPRAWY

REALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW

1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.
2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników.

IV. TABELE

I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW

Samorząd terytorialny działania w dziedzinie ochrony konsumentów realizuje od 1 stycznia 1999 roku, w zakresie określonym ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów oraz odrębnymi przepisami, zadania te wykonuje **Powiatowy Rzecznik Konsumentów**. Od 02 września 2015 roku funkcję tę pełni Pan Marek Kurowski wyłoniony w drodze konkursu, aktualnie zatrudniony na czas nieokreślony. W okresie sprawozdawczym Rzecznik wykonywał zadanie jednoosobowo / 3/4 etatu/ a miejscem wykonywania pracy jest Starostwo Powiatowe w Słupsku. Pod względem merytorycznym i organizacyjnym oraz zgodnie z art. 40 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów jest podporządkowany bezpośrednio Staroście Słupskiemu. Z jego pomocy korzystać mogą mieszkańcy 10 gmin Powiatu Słupskiego. Powiatowy Rzecznik Konsumentów posiada wykształcenie wyższe magisterskie o kierunku humanistycznym.

Struktura biur Rzecznika, stan kadrowy.

1. Województwo	Pomorskie
2. Powiat	Słupski
3. PRK/ MRK	PRK
4. Imię i nazwisko Rzecznika Konsumentów	Marek Kurowski
5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	Wyższe humanistyczne
6. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.	Nie

7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	3/4 etatu
8. Liczba dni/godzin w tygodniu, w których wykonywane są zadania Rzecznika Konsumentów (np. 5 razy w tygodniu po 3 godziny).	5 razy w tygodniu po 6 godz.
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.	Tak
10. Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.	Tak
11. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę).	0

II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

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

Ochrona konsumentów obejmuje działania na wielu płaszczyznach, zadania stawiane w tym zakresie wymagają bardzo dobrej znajomości przepisów prawnych z różnych dziedzin. Niejednoznaczność i częste zmiany przepisów wymagają umiejętności ciągłej ich aktualizacji i analizy. Przepisy w zakresie ochrony konsumentów i procedury wewnętrzne określają tryb i sposób postępowania w sprawach zgłaszanych przez konsumentów. Bezpośredni kontakt z konsumentem wymaga kompetencji i umiejętności stosowania różnorodnych metod i przepisów, gdyż jest to często „trudny klient” oczekujący natychmiastowej pomocy.

Głównym celem podejmowanych w tym zakresie działań jest rozwijanie świadomości konsumentów, wyrabianie ich krytycznego zmysłu, tak by mogli w sposób racjonalny dokonywać wyborów i właściwie reagować na naciski handlowe i skutecznie egzekwować swoje roszczenia.

30 maja 2014 roku Sejm RP uchwalił ustawę o prawach konsumenta, która jest realizacją dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z 25 października 2011 r. w sprawie praw

konsumentów (Dz.Urz. UE L 304 z 22.11.2011, str. 64). Nowe przepisy konsumenckie, oprócz nowelizacji dotychczasowych regulacji w zakresie ochrony konsumentów w transakcjach z przedsiębiorcami, dokonują ujednoczenia zasad rękojmi za wady rzeczy oraz gwarancji jakości. Do tej pory obowiązujące ustawy o sprzedaży konsumenckiej oraz nabywaniu towarów i usług poza lokalem przedsiębiorstwa, jak też na odległość zostały uchylone, a obowiązującymi są przepisy Kodeksu cywilnego oraz ustawy o prawach konsumenta która weszła w życie 25 grudnia 2014 roku.

W okresie sprawozdawczym udzielono ogółem 979 porad w zakresie sprzedaży i usług (522 porady w zakresie sprzedaży, w tym 47 umów zawartych poza lokalem i na odległość oraz 457 porad w zakresie usług, które polegały przeważnie na informowaniu o prawach i obowiązkach stron konkretnej umowy, analizowaniu zapisów dokumentów gwarancyjnych i pism reklamacyjnych, wniosków o mediację do Inspekcji Handlowej, wystąpień do Rzecznika Finansowego, oświadczeń o odstąpieniu od umowy, wezwań do dobrowolnego spełnienia świadczenia. Zainteresowanym udostępniono teksty odpowiednich aktów prawnych, broszur, orzecznictwa o tematyce konsumenckiej. Prowadzono też pełną informację o zadaniach, strukturze i kompetencjach wszystkich instytucji i organów działających na rzecz ochrony konkurencji i konsumentów.

Usługi - udzielono 457 porad

Udzielanie porad to nie tylko przedstawienie konsumentowi możliwości prawnych rozwiązania zgłoszonego problemu, ale także bardzo często napisanie pisma lub skierowanie do odpowiedniej instytucji. Wszystkim zainteresowanym konsumentom rzecznik udostępniał różne wzory pism, począwszy od wezwania do zapłaty po reklamację towaru. Bardzo często wystarczy dać wzór pisma, żeby konsument dalej mógł egzekwować swoje prawa. 45 porad udzielono drogą elektroniczną, gdzie bardzo często konsumenci prosili o sprawdzenie i poprawę napisanego przez siebie pisma.

Najwięcej problemów mieli konsumenci z usługami dotyczącymi mediów w tym energii elektrycznej oraz wody - 134 udzielone porady. Konsumenci skarżyli się na:

- brak faktur za zużytą energię elektryczną, wystawianych przez Energe – Obrót S.A. Czas oczekiwania wynosił od kilku miesięcy do ponad roku, taka sytuacja trwa nadal
- wprowadzanie odbiorców mediów w błąd przy zmianie dostawcy usług sugerując, że przedłużają umowę z dotychczasowym dostawcą
- zmiany sprzedawcy energii
- nieprawidłowego rozliczania zużycia energii po stwierdzonej awarii licznika
- rozliczania zużycia wody w tym bezpowrotnie zużytej
- obciążania kosztami za niedobory wody
- rozliczeń ryczałtowych wody
- długim okresem oczekiwania na podłączenie wody
- nieprecyzyjnych wskazaniach podzielników ciepła przy rozliczeniu zużycia ciepła

Dwoma pozostałymi kategoriami usług, w których udzielono dużej ilości porad są usługi telekomunikacyjne (69 udzielonych porad) oraz działalność firm ubezpieczeniowych, która w dalszym ciągu jest przedmiotem licznych skarg konsumentów, a skargi dotyczyły głównie:

- udzielanie nierzetelnej informacji przy zawieraniu umów zarówno w lokalu operatora, jak i w trakcie składania telefonicznie oferty świadczenia usług
- złą jakość świadczonych usług, szczególnie przy Internecie mobilnym
- wprowadzanie w błąd co do tożsamości operatora, przy zawieraniu umów o przeniesienie numeru telefonu.
- bezpodstawne naliczanie kar umownych
- problemy z przeniesieniem usług do innego operatora
- nienależyte wykonanie usług telekomunikacyjnych
- nie wywiązania się przez operatora z obowiązku pisemnego potwierdzenia zmiany umowy
- aktywowanie usług, których nie zamawiali
- brak zasięgu w miejscu odbierania usługi internetowej, mimo wcześniejszych zapewnień operatora o takiej możliwości
- bezpodstawne przedłużanie terminu wypłaty odszkodowania
- opóźniania działań mających na celu ocenę zdarzenia powodującego szkodę i ustalenie odpowiedzialności ubezpieczyciela oraz jej zakresu, dot. m.in. sprzętu elektronicznego
- zaniżanie wyceny szkód

W sprawach, gdzie konsument nie może poradzić sobie z ubezpieczycielem kierowany jest do Rzecznika Finansowego, który jest wyspecjalizowanym organem, mogącym mu pomóc.

W omawianym okresie należy zwrócić uwagę na usługi motoryzacyjne, 25 udzielonych porad związanych z ich świadczeniem. Skargi dotyczyły przede wszystkim wykonywanych napraw samochodów. Problemy, z jakimi zgłaszali się konsumenci wynikały z:

- żądania zapłaty, mimo nie usunięcia wszystkich usterek samochodu
- naprawy jednej usterki powodującej uszkodzenie innych części samochodu
- przekraczania zakresu zlecanej naprawy i żądania zapłaty za niezgodnione z konsumentem inne naprawy
- nieuznawanie reklamacji po wadliwie wykonanej naprawie
- odmowy wystawiania faktur za wykonaną naprawę
- brak rzetelności przy badaniu technicznym samochodów na gaz

Sprzedaż - udzielono 522 porady

Skargi konsumentów związane były z dochodzeniem przez konsumentów roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową oraz gwarancji i rękojmi. Problemy, z jakimi zgłaszali się konsumenci dotyczyły przede wszystkim:

- nie przyjmowanie reklamacji w miejscu zakupu obuwia, odsyłanie do producenta
- jakości sprzedawanych towarów, szczególnie obuwia
- odmowy przyjęcia zgłoszenia reklamacyjnego z tytułu niezgodności towaru z umową
- narzucania reżimu odpowiedzialności gwarancyjnej poprzez przekazywanie reklamacji do serwisu gwarancyjnego.
- nieprzestrzegania przez przedsiębiorców uprawnień konsumentów wynikających z tytułu niezgodności towaru z umową
- ograniczania odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru z umową do 6 miesięcy
- utrzymywania, że gwarancja jest jedynym sposobem realizacji roszczeń konsumentów
- nieskutecznego usuwania wad
- nadmiernego wydłużanie terminów napraw, zarówno w zakresie niezgodności towaru z umową, jak i rękojmi oraz gwarancji

Najwięcej porad w zakresie umowy sprzedaży, podobnie jak w latach poprzednich, dotyczyło produktów przemysłowych, w tym obuwia, sprzętu RTV i AGD, mebli, komputerów i telefonów komórkowych.

Dominującą kategorią jest obuwie, jego niska jakość, w tej dziedzinie udzielono 124 porady, co stanowi ponad 20% spraw. Jakość sprzedawanego obuwia jest bardzo niska. Wady w postaci rozklejania podeszew czy pęknięcia cholewek pojawiają się już w ciągu trzech pierwszych miesięcy od daty zakupu. Cena obuwia tu nie ma żadnego znaczenia, bo problem dotyczy zarówno taniego obuwia, jak i uznanych marek na rynku. Niepokojącym zjawiskiem jest to, że sprzedawcy obuwia nągminnie nie uznają reklamacji, licząc, że konsument nie pójdzie do sądu. Bardzo często odpowiedzią na złożoną reklamację butów jest stwierdzenie, że po oględzinach organoleptycznych nie stwierdziliśmy żadnych wad mogących stanowić podstawę do uznania reklamacji. Powstanie uszkodzenia mechanicznego, czyli przejście do stanu niezdatności, podczas typowej eksploatacji, świadczy o niedostosowaniu materiału z jakiego wykonano obuwie. Odpowiedzialność za technologię produkcji materiału ponosi producent. Brak rzetelności w rozpatrywaniu reklamacji powoduje przerzucanie odpowiedzialności za złą jakość obuwia na konsumentów.

Umowy poza lokalem i na odległość - 47 udzielonych porad

Umowy poza lokalem to umowy zawierane na pokazach i prezentacjach organizowanych w formie bezpośrednich spotkań z konsumentami. Skargi dotyczyły takich problemów jak:

- sprzedawane na pokazach poza lokalem artykuły pseudomedyczne, materace, biosymulatory które nie leczą
- posługiwanie się niezrozumiałymi wzorcami umów

- nieprzekazywanie konsumentom egzemplarza zawartej umowy w dniu podpisania i dostarczanie go pocztą po upływie 14 dni od jej zawarcia
- nieinformowanie konsumenta o pełnych kosztach kredytu oferowanego im na zakup towaru
- utrudnianie konsumentom realizację ich praw, zwłaszcza w związku z odstąpieniem konsumentów od umowy
- nieodbieranie przesyłek ze zwracanymi towarami
- braku informacji o prawie do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa
- zastrzeżenia w umowach kar lub opłat za odstąpienie od umowy
- brak formularza odstąpienia od umowy w ciągu 14 dni

Z umowami zawieranymi na odległość mamy do czynienia przede wszystkim przy sprzedaży wysyłkowej, sprzedaży towarów za pośrednictwem Internetu oraz usługami świadczonymi drogą elektroniczną. Problemy, z jakimi borykali się konsumenci w tej dziedzinie dotyczyły niedostarczenia zamówionego towaru lub trudności z odzyskaniem wpłaconych pieniędzy po odstąpieniu od umowy. W takich przypadkach Rzecznik występował w imieniu konsumenta do przedsiębiorcy o polubowne załatwienie sporu. Prawie wszystkie wystąpienia zakończyły się pozytywnie dla konsumentów.

W omawianym okresie wielu mieszkańców Powiatu Słupskiego zwracało się do Rzecznika ze swoimi problemami, niezwiązanymi z prawem konsumenckim. Zaliczały się do nich sprawy członków wspólnot mieszkaniowych, najemców mieszkań i mieszkań komunalnych w samym Słupsku, sprawy dotyczące interpretacji przepisów prawa pracy i ubezpieczeń społecznych, prawa rodzinnego, prawa spadkowego, ochrony danych osobowych, sporów z organami administracji publicznej. W takich przypadkach Rzecznik udzielał informacji i wskazywał instytucje właściwe do rozpatrzenia danej sprawy.

Ilość i rodzaj bezpłatnych porad konsumenckich i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów udzielonych przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w 2016 r. ilustruje **tabela nr 1**.

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

Rzecznik uczestniczy w każdej sesji Rady Powiatu i na bieżąco zapoznaje się uchwałami Rady Powiatu. W omawianym okresie Rzecznik nie zgłaszał projektów uchwał, ponieważ nie było takiej potrzeby. Konsumenci również nie sygnalizowali potrzeb w tym zakresie.

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

W omawianym okresie do biura Rzecznika konsumenci skierowali **74** pisemnych spraw. W roku 2015 – 45 pisemnych wniosków.

Rzecznik podejmuje 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 się zgłaszał 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 interwencje telefoniczne. Interwencje dotyczyły sfery usług, w tym usług budowlanych i serwisowych: nie realizowanie w terminie umów montażu okien i drzwi; napraw samochodów; remontów mieszkań; mebli kuchennych na zamówienie, niemożności wyegzekwowania przez konsumentów poprawy usterek usług będących przedmiotem umowy; długotrwałe naprawy gwarancyjne; nie wydawanie przedmiotu naprawy; itp. Należy podkreślić, że ta metoda jest skuteczna i załatwia sprawę konsumenta bardzo szybko. Jeden telefon rozwiązuje problem konsumenta, z którym bardzo często borykał się od dłuższego czasu.

W przypadku spraw, gdzie konsument i przedsiębiorca mają odmienne zdania co do występowania wad (szczególnie w przypadkach reklamacji, dotyczących jakości wykonanej usługi) stosowaną formą działania, mającego na celu polubowne załatwienie sporu są oględziny w mieszkaniach konsumentów z udziałem Rzecznika i przedsiębiorcy. W innych przypadkach Rzecznik organizuje spotkania w swoim biurze, doprowadzając strony do zawarcia ugody. Skuteczność tej metody jest bardzo duża, ponieważ okazuje się, że bezpośredni kontakt stron sporu sprawia, że dużo łatwiej jest osiągnąć kompromis i doprowadzić do polubownego załatwienia sporu.

W 2016 roku Rzecznik wystąpił do **74** przedsiębiorców pisemnie celem wyegzekwowania roszczeń konsumentów:

- **52** sprawy zakończyło się uznaniem roszczeń konsumentów.
- **22** sprawy załatwiono odmownie, (podtrzymanie stanowiska sprzedawcy w sprawie odmowy uznania reklamacji, nieuzasadnione roszczenia konsumentów)

1 sprawa jest w toku załatwiania.

Przedmiotową strukturę wystąpień kierowanych do przedsiębiorców w 2016 r. ilustruje **tabela nr 2**.

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

Rzecznik w roku 2016 kontynuował współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Inspekcją Handlową w zakresie ochrony praw konsumentów. Na bieżąco współpracował z następującymi instytucjami, które działają na rzecz ochrony praw konsumentów:

- Stowarzyszeniem Konsumentów Polskich
- Europejskim Centrum Konsumenckim
- Urzędem Regulacji Energetyki
- Urzędem Komunikacji Elektronicznej
- Stowarzyszeniem Rzeczników
- Rzecznikiem Finansowym
- Federacją konsumentów

W 2016 r. w ramach współpracy z instytucjami działającymi na rzecz ochrony praw konsumentów:

2 sprawy zostały skierowane do Urzędu Komunikacji Elektronicznej w Gdańsku celem przejęcia mediacji w sporze z operatorem telekomunikacji.

Z danych UOKiK wynika, że systematycznie wzrasta liczba spraw rozpatrywanych przez rzeczników konsumentów w indywidualnych sporach z przedsiębiorcami. Ze zjawiskiem tym wiąże się wzrastający poziom złożoności tych spraw, a także wzrost wartości przedmiotów sporu. Rzecznicy podejmują działania w sprawach, gdzie wartość ta sięga często kilku lub nawet kilkudziesięciu tysięcy złotych.

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

W okresie sprawozdawczym nie wytaczano powództw na rzecz konsumentów przed sądami powszechnymi i nie występowano w toczących się postępowaniach. Udzielano pomocy w przygotowywaniu pozwów do indywidualnego wniesienia sprawy przez konsumenta. W kilkunastu sprawach dotyczących reklamowanego obuwia, udzielono pomocy przy sporządzaniu wniosku o postępowanie mediacyjne przed Delegaturą Państwowej Inspekcji Handlowej w Słupsku. W jednym przypadku wystosowano sprzeciw od nakazu zapłaty wydanego w elektronicznym postępowaniu upominawczym oraz udzielono pomocy przy przygotowaniu drugiego sprzeciwu.

6. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym

W okresie sprawozdawczym Rzecznik podjął następujące działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym:

- kontynuował współpracę z Biuletynem Informacyjnym „Powiat Słupski”, mającą na celu szerzenie wiedzy konsumenckiej. W każdym wydaniu biuletynu ukazywał się artykuł napisany przez Rzecznika
- w okresie przedświątecznym udzielił wywiadu w dzienniku „Głos Pomorza” oraz w telewizji kablowej „Vectra”
- popularyzował wiedzę z zakresu prawa konsumenckiego poprzez udostępnianie broszur i ulotek z tego zakresu
- umieszczał na stronie internetowej Powiatu Słupskiego informacje z zakresu prawa konsumenckiego

W 2016 r. 32 przedsiębiorców zwróciło się do Rzecznika z prośbą o udzielenie informacji na temat obowiązujących przepisów z zakresu prawa konsumenckiego, czy też udostępnienie im stosownych przepisów prawa. Przedsiębiorcy często konsultowali z Rzecznikiem prowadzone przez siebie postępowania reklamacyjne w zakresie dotyczącym prawidłowości załatwienia reklamacji konsumentów.

Pytania dotyczyły zobowiązań jakie ciąży na sprzedawcy. Podania do wiadomości kupującego cenę oferowanego towaru (a także tzw. cenę jednostkową, czyli należność za jednostkę miary). Obowiązku udzielenia konsumentowi jasnych i zrozumiałych informacji w języku polskim o nazwie towaru, jego producencie lub importerze, kraju pochodzenia, znaku bezpieczeństwa. Ponadto, na żądanie kupującego sprzedawca ma obowiązek wyjaśnić znaczenie poszczególnych

postanowień umowy. Pytania dotyczyły również szczególnych rodzajów sprzedaży (na przykład na raty, na zamówienie) kiedy sprzedawca ma obowiązek potwierdzić na piśmie wszystkie istotne postanowienia umowy - przede wszystkim rodzaj towaru, jego cenę, datę dokonania sprzedaży. Wraz z towarem sprzedawca powinien wydać wszystkie elementy jego wyposażenia oraz sporządzone w języku polskim instrukcje obsługi, konserwacji i inne dokumenty dotyczące towaru. Na sprzedawcy ciąży także obowiązek zapewnienia w miejscu sprzedaży warunków umożliwiających dokonanie wyboru towaru i sprawdzenie jego jakości, kompletności oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów.

W 2016 roku Rzecznik uczestniczył w jednym szkoleniu.

7. Podejmowanie działań wynikających z:

- **art. 479³⁸ Kpc (niedozwolone postanowienia umowne)**

W obrocie konsumenckim większość umów zawieranych jest na podstawie gotowych wzorców umownych. Wzorce umowne w doktrynalnym ujęciu to wszelkie jednostronnie przygotowane z góry, przed zawarciem umowy, gotowe klauzule umów w postaci warunków umów, ich wzorów, regulaminów. Jako akty o ogólnym charakterze narzucane przez zwolenników, stają się zagrożeniem dla interesów drugiej strony, szczególnie dla konsumentów będących słabszą stroną na rynku gospodarczym. Niedozwolone postanowienia umowne to klauzule, które w nieproporcjonalny sposób rozkładają ryzyko (nadmierne obowiązki, uszczuplone prawa) między stronami umowy. Stosowanie takich klauzul jest zabronione prawem, szczególnie w obrocie konsumenckim.

- **Podejmowanie działań wynikających z ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.**

Praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu. Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową.

W 2016 r. Rzecznik nie podejmował działań w tym zakresie.

- **Podejmowanie działań wynikających z ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym**

W 2016 roku Rzecznik nie podejmował działań w tym zakresie, ponieważ konsumenci nie zgłaszali grupowo roszczeń do jakiegokolwiek przedsiębiorcy.

- **Podejmowanie działań wynikających z art. 42 ust. 1 pkt 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów)**

Na podstawie art. 42 ust. 4 Ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50 poz. 331 z późn. zm.), przedsiębiorca, do którego zwrócił się rzecznik konsumentów obowiązany jest udzielić rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii rzecznika. Zgodnie z art. 114 ust. 1 w/w ustawy nieudzielenie odpowiedzi Rzecznikowi jest wykroczeniem, zagrożonym karą grzywny, nie mniejszą niż 2.000 zł.

Obecnie rzadko się zdarza, żeby przedsiębiorca nie udzielił Rzecznikowi wyjaśnień. Rzecznik przy podejmowaniu decyzji o wystąpieniu do sądu z wnioskiem o ukaranie przedsiębiorcy za nie ustosunkowanie się przedsiębiorcy do jego uwag i opinii kieruje się przede wszystkim interesem konsumenta. Ukazanie przedsiębiorcy jest postępowaniem niezależnym i nie załatwia sprawy konsumenta, jak również nie ma wpływu na skuteczność egzekwowania roszczenia konsumenta. W 2016 roku Rzecznik nie wystąpił do sądu z wnioskiem o ukaranie przedsiębiorcy za nie ustosunkowanie się przedsiębiorcy do uwag i opinii rzecznika.

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

W 2016 roku Rzecznik nie podejmował działań w tym zakresie.

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

1/2. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów

Warunkiem świadomego uczestniczenia konsumentów w rynku jest zasób wiedzy z zakresu praw konsumenckich i posiadanie niezbędnych informacji, potrzebnych do dochodzenia swoich praw. Nadal świadomość przeciętnego konsumenta jest dosyć niska. Konsumenty nie znają swoich praw, nie znają instytucji, z pomocy których mogliby skorzystać przy rozwiązywaniu problemów związanych z usługami czy też sprzedażą towarów. Dlatego ważnym jest, aby na wszystkich szczeblach prowadzić szeroko zakrojoną edukację konsumencką poprzez ogólnopolskie kampanie edukacyjne, wydawanie ulotek i materiałów informacyjnych w zakresie propagowania wiedzy konsumenckiej.

Łudząco podobne opakowania, z wykorzystaniem elementów graficznych, kolorystycznych i słownych, znanych i stosowanych od kilkadziesiąt lat, mające wyglądem upodobnić wszelkie nie-masła do masła. Warto tu dodać, że prawie wszyscy producenci stosują zbliżone wzory opakowań mające konsumenta wprowadzić w błąd.

Dużą grupą skarg, stanowiły sprawy dotyczące odstąpienia od umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych oraz dostawy mediów, zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość. Konsultanci wprowadzali konsumentów w błąd, ponieważ nie informowali konsumentów, że rozmowa ma na celu zawarcie umowy i zmianę operatora.

Konsument ma również 14 dni na odstąpienie od umowy, której zmiany warunków dokonuje przez telefon, a okres 10 dni zapisany w art. 56 ust. 6 ustawy prawo telekomunikacyjne ma zastosowanie

jedynie do abonentów będących przedsiębiorcami. Także, jeśli chodzi o kwestię uruchomienia usługi przed upływem 14 dni na odstąpienie od umowy, konsument nadal ma prawo do odstąpienia z koniecznością pokrycia kosztów zużytej usługi, a nie - jak stanowi prawo telekomunikacyjne - że prawo do odstąpienia zostaje w takim wypadku wyłączone.

IV. TABELLE

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

	Ogółem
I. Usługi, w tym:	457
ubezpieczeniowa	36
finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)	29
remontowo-budowlana	16
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	134
telekomunikacja (telefony, TV)	69
turystyczno-hotelarska	28
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	11
motoryzacja	34
pralnicza	-
timeshare	-
pocztowa	12
gastronomiczna	1
przewozowa	7
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	2

medyczna	6
wyposażenie wnętrz	11
pogrzebowa	2
windykacyjne	7

inne	52
II. Umowy sprzedaży, w tym:	522
obuwie i odzież	232
wyposażenie mieszkania	30
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	90
komputer i akcesoria komputerowe	112
motoryzacja	21
artykuły spożywcze	2
artykuły chemiczne i kosmetyki	-
zabawki	5
inne	30
III. Umowy poza lokalem i na odległość	47

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

Przedmiot sprawy	Ilość wystąpień ogółem	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
I. Usługi, w tym:	42	32	10	-
ubezpieczeniowa	1	-	1	-
finansowa (inna niż ubezpieczeniowa)	1	-	1	-
remontowo-budowlana	2	2	-	-

dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	12	12	-	-
telekomunikacja (telefon, TV)	9	7	2	-
turystyczno-hotelarska	1	3	1	-
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	1	-	1	-
motoryzacja	2	1	1	-
pralnicza	-	-	-	-
timeshare	-	-	-	-
pocztowa	1	-	1	-
gastronomiczna	-	-	-	-
przewozowa	-	-	-	-
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	-	-	-	-
medyczna	1	-	1	-
wyposażenie wnętrz	1	-	1	-
pogrzebowa	1	-	1	-

windykacyjne	-	-	-	-
inne	9	7	2	-
II. Umowy sprzedaży, w tym:	32	20	11	1
obuwie i odzież	12	8	4	-
wyposażenie mieszkania i gospodarstwa domowego	5	2	3	
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	6	4	1	1
komputer i akcesoria komputerowe	1	-	1	-
motoryzacja	1	1	-	-
artykuły spożywcze	-	-	-	-
artykuły chemiczne i kosmetyki	-	-	-	-

zabawki	1	1	-	-
inne	6	4	2	-
III. Umowy poza lokalem i na odległość	-	-	-	-

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

Ip.	Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		Sprawy w toku	Ilość ogółem
		pozytywne	negatywne		

		(np. uwzględniające żądanie w zasadniczej części)			
1.	Powództwa dotyczące reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	-	-	-	-
2.	Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania usług	-	-	-	-
3.	Powództwa dotyczące uznania postanowienia umownego za niedozwolone	-	-	-	-
4.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie	-	-	-	-

	niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów *	-	-	-	-
5.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług **	-	-	-	-
6.	Inne	-	-	-	-
	RAZEM	-	-	-	-
1.	Sprawy kierowane do rozpatrzenia przez sąd polubowny	-	-	-	-
2.	Wstępowanie rzecznika konsumentów do postępowań	-	-	-	-

Należy wypełnić wyłącznie ostatnią kolumnę (ilość ogółem) *

Należy wypełnić wyłącznie ostatnią kolumnę (ilość ogółem)

Tabela nr 4: Inne zadania:

L.p	Realizacja zadań wynikających z:	Ilość
1.	Art 479 (38) Kpc - niedozwolone postanowienia umowne	-
2.	Ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	-

3.	Ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym	-
4.	Art. 42 ust.1 pkt 3uokik - występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów	-
5.	Art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc - przedstawienie sądowi istotnego poglądu dla sprawy	-

Słupsk, marzec 2017 r.

Sporządził:

Marek Kurowski