

SPRAWOZDANIE
z działalności

Powiatowego Rzecznika Konsumentów
w Słupsku za 2018

**Sprawozdanie stanowi wykonanie obowiązku
wynikającego 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 2018 rok w celu zatwierdzenia.**

Zatwierdzam:

STAROSTA

Paweł Lisowski

SPIS TREŚCI

I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO (MIEJSKIEGO) RZECZNIKA KONSUMENTÓW

Struktura biur rzecznika, stan kadrowy.

1. Województwo	Pomorskie
2. Powiat	Słupsk
3. Liczba mieszkańców miasta/powiatu	98 737
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
NIE DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI „TAK” NA PYT. 6	
7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	- 3/4 etatu
DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI NA PYT. 7	
8. Liczba dni/godzin w tygodniu, w których wykonywane są zadania Rzecznika Konsumentów (np. 5 razy w tygodniu po 3 godziny).	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.	Nie
11. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę)	0
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.	56 150,00 zł

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.

W okresie sprawozdawczym udzielono ogółem 859 porad w zakresie sprzedaży i usług (495 porad w zakresie sprzedaży, w tym 178 umów zawartych poza lokalem i na odległość oraz 364 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, Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Urzędu Regulacji Energetyki, 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 364 porady

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. 34 porady 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 i wody oraz telekomunikacji - 159 udzielonych porad. Konsumenci skarżyli się na:

- błędy w wystawianych fakturach po wymianie licznika zużycia energii elektrycznej.
- wprowadzanie odbiorców mediów w błąd przy zmianie dostawcy usług sugerując, że przedłużają umowę z dotychczasowym dostawcą.
- zmiany sprzedawcy energii, m.in. po ogłoszonej upadłości dostawcy prądu elektrycznego

- nieprawidłowego rozliczania zużycia energii po stwierdzonej awarii
- nieinformowanie klientów o dodatkowej opłacie handlowej przy zmianie umowy z gwarancją stałej ceny
- 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
- niewywiązywanie się przez operatora z obowiązku pisemnego potwierdzenia zmiany umowy
- aktywowanie usług, których abonenci 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 niską jakość usług motoryzacyjnych, 21 udzielonych porad było związane z ich świadczeniem. Skargi dotyczyły przede wszystkim wykonywanych napraw samochodów i motocykli. Problemy, z jakimi zgłaszali się konsumenci wynikały z:

- żądania zapłaty mimo, że nie usunięto wszystkich usterek samochodu lub motocykla
- naprawy jednej usterki powodującej uszkodzenie innych części samochodu
- przekraczania zakresu zlecanej naprawy i żądania zapłaty za nieuzgodnione z konsumentem dodatkowe naprawy
- nieuznawanie reklamacji po wadliwie wykonanej naprawie
- odmowy wystawiania faktur za wykonaną naprawę
- przedłużanie terminów naprawy pojazdów

Sprzedaż - udzielono 495 porad

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
- niska jakość sprzedawanych towarów, szczególnie obuwia i odzieży
- odmowa 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
- odmowa uznania reklamacji uzasadniana uszkodzeniem mechanicznym mimo, że wada tkwiła w towarze w momencie zakupu
- 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 i odzieży, sprzętu RTV i AGD, mebli, komputerów i telefonów komórkowych.

Dominującą kategorią jest obuwie i odzież, jego niska jakość. W tej dziedzinie udzielono 131 porad. 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 nie ma tu żadnego znaczenia, bo 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 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 i odzieży na konsumentów.

Umowy poza lokalem i na odległość - 178 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, biostymulatory które nie leczą, a ceny kilkukrotnie przekraczają wartość przedmiotów
- 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, lub wymiany uszkodzonej rzeczy na pełnowartościową.. 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, zasadności wprowadzanych podwyżek za dostawę wody. 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 2018 r. ilustruje **tabela nr 1**.

2. Składanie wniosków w sprawie stanowienia 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. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.

W omawianym okresie do biura Rzecznika konsumenci skierowali **54** pisemnych spraw. W roku 2017– 60 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 mebli kuchennych na zamówienie, napraw samochodów; remontów mieszkań, niemożności wyegzekwowania przez konsumentów usunięcia usterek będących przedmiotem umowy; długotrwałe naprawy gwarancyjne; nie wydawanie przedmiotu naprawy, rekompensat za niedotrzymanie warunków imprez turystycznych, 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 2018 roku Rzecznik wystąpił do **54** przedsiębiorców pisemnie celem wyegzekwowania roszczeń konsumentów:

- **46** sprawy zakończyło się uznaniem roszczeń konsumentów.
- **8** spraw załatwiono odmownie, (podtrzymanie stanowiska sprzedawcy w sprawie odmowy uznania reklamacji, nieuzasadnione roszczenia konsumentów.

Przedmiotową strukturę wystąpień kierowanych do przedsiębiorców w 2018 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 2018 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 2018r. w ramach współpracy z instytucjami działającymi na rzecz ochrony praw konsumentów:

5 spraw zostało skierowanych do w/w instytucji celem przejęcia mediacji w sporze z przedsiębiorcami.

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 sadami powszechnymi. Trzykrotnie występowano w toczących się postępowaniach. Udzielano pomocy w przygotowywaniu pozwów do indywidualnego wniesienia sprawy przez konsumenta. W kilku 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. W czterech sprawach w Sądzie Rejonowym w Słupsku oraz Sławnie, rzecznik bierze udział jako pełnomocnik powoda.

6. Działania o charakterze edukacyjno - informacyjnym

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

- kontynuował współpracę z Biuletynem Informacyjnym „Powiat Słupski”, mając na celu szerzenie wiedzy konsumenckiej. W każdym wydaniu biuletynu ukazywał się artykuł napisany przez rzecznika
- w dzienniku „Głos Pomorza”, w telewizji kablowej „Vectra” oraz „Radiu Koszalin” udzielał wywiadów oraz zamieścił szereg artykułów opisujących anonimowo aktualnie występujące nieprawidłowości pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą na terenie powiatu słupskiego
- popularyzował wiedzę z zakresu prawa konsumenckiego poprzez udostępnianie broszur i ulotek z tego zakresu
- przeprowadził wykłady w Uniwersytecie III Wieku w Redzikowie oraz Zespole Szkół Ekonomicznych w Słupsku.

W 2018 r. 10 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 ciążyą na sprzedawcy i usługodawcy. 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 2018 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 2018 r. rzecznik nie podejmował działań w tym zakresie.

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

W 2018 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. Ukaranie przedsiębiorcy jest postępowaniem niezależnym i nie załatwia sprawy konsumenta, jak również nie ma wpływu na skuteczność egzekwowania roszczenia konsumenta. W 2018 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 2018 roku rzecznik nie podejmował działań w tym zakresie.

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

1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.

Warunkiem świadomego uczestniczenia konsumentów w rynku jest zasób wiedzy z zakresu prawa konsumenckiego i posiadanie niezbędnych informacji, potrzebnych do dochodzenia swoich praw. Nadal świadomość przeciętnego konsumenta jest dosyć niska. Konsumenci 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 konsumentką 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.

2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników.

Działalność rzecznika cieszy się dużą popularnością wśród mieszkańców powiatu słupeckiego. Świadczy o tym duża liczba mieszkańców kontaktująca się z rzecznikiem. W wyniku prowadzonej różnymi sposobami edukacji w tym zakresie, obserwuje się coraz większą znajomość praw przez konsumentów, aczkolwiek w dalszym ciągu jest ona niska a problemem staje się nieznanie tychże praw przez przedsiębiorców. Stąd wśród negatywnych zjawisk i przyczyn sporów między konsumentami a przedsiębiorcami wymienić można nierespektowanie lub niekorzystne interpretowanie praw konsumenta przez sprzedawców i usługodawców, ograniczanie swojej odpowiedzialności, stosowanie niedozwolonych klauzuli umownych, niedostateczne informowanie klienta o właściwościach towarów, stosowanie agresywnej reklamy.

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

Ważną rolę rzecznika okazuje się działalność interwencyjna i mediacyjna. Dzięki systematycznemu i wytrwałemu monitorowaniu niektórych poczynań przedsiębiorców znane są ich sposoby kontaktów z kupującymi, a reakcja rzecznika przynosi efekt w postaci zaniechania niekorzystnych zachowań. Zdecydowana większość przedsiębiorców pozytywnie rozpatruje reklamacje po interwencji rzecznika.

Skuteczna i aktywna działalność rzecznika sprzyja dobremu wizerunkowi powiatu, jako przyjaznego mieszkańcom, podejmującego ich problemy. Stąd istotną sprawą jest umiejętne i cierpliwe wnikanie w treść spraw oraz spełnianie oczekiwań poszkodowanych. Zaznaczyć tu należy, iż praca ta wymaga szczególnego obiektywizmu tak, aby żądania konsumentów miały charakter rzeczowy i uzasadniony i nie naruszały dobrych obyczajów w relacjach sprzedawca

– konsument, z czym także rzecznik się spotyka. Rosnąca z roku na rok ilość spraw powoduje, że należy również bardzo wnikliwie monitorować przepisy prawne i przeciwdziałać wszelkim praktykom naruszającym interesy konsumentów poprzez m.in. szersze wyjście z nowymi formami edukacyjnymi poprawiającymi świadomość konsumenta. Działalność biura rzecznika konsumentów jest bowiem bardzo ważna dla mieszkańców powiatu słupskiego, gdyż w tym miejscu uzyskują pomoc w egzekwowaniu swoich praw w sprawach indywidualnych.

Od szeregu lat działalność rzecznika pozytywnie oceniana jest przez konsumentów, co znajduje odzwierciedlenie w licznych podziękowaniach składanych osobiście jak również w formie pisemnej.

IV. TABELE

POWIATOWY
RZECZNIK KONSUMENTÓW
Marek Kurkowski

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

															RAZEM	
	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			
	w lokalu	bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu	bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu	bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu	bez znaczenia		na odległość
SPRZEDAŻ:																
a	art. żywnościowe			16	4											20
b	odzież i obuwie															
c	meble, artykuły wyposażenia wewnątrz, utrzymania domu			2	2		2									6
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy			1		4	2									7
e	samochody i środki transportu osobistego															
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące															
g	produkty związane z opieką zdrowotną								1							1
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci			1			1									2
i	inne			2	1											3
USŁUGI:																
j	związane z rynkiem nieruchomości															
k	bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja															
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					1										1
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					2										2
n	finansowe									1						1
o	ubezpieczeniowe			1												1
p	pocztowe i kurierskie			1												1
r	telekomunikacyjne			1												1
s	transportowe															
t	turystyka i rekreacja															
u	sektor energetyczny i wodny			3	2	2										7
w	związane z opieką i opieką zdrowotną															
x	edukacyjne			1												1
y	inne															
RAZEM				13	5	25	9			1	1					54
informacje ogólne																

Tabela 3.
współdziałanie z innymi instytucjami

	rozwiązanie umowy												wady towarów, nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności			inne			RAZEM
	w lokalu bez znaczenia		na odległość		poza lokalę		w lokalu bez znaczenia		na odległość		poza lokalę		w lokalu bez znaczenia		na odległość		poza lokalę		w lokalu bez znaczenia		na odległość		poza lokalę		
SPRZEDAŻ:																									
a	art. żywnościowe																								
b	odzież i obuwie																								
c	meble, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymania domu																								
d	urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																								
e	samochody i środki transportu osobistego																								
f	kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																								
g	produkty związane z opieką zdrowotną																								
h	art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																								
i	inne																								
USŁUGI:																									
j	związane z rynkiem nieruchomości																								
k	bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																								
l	czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																								
m	konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																								
n	finansowe																								
o	ubezpieczeniowe																								
p	pocztowe i kurierskie																								
r	telekomunikacyjne																								
s	transportowe																								
t	turystyka i rekreacja																								
u	sektor energetyczny i wodny																								
w	związane z opieką i opieką zdrowotną																								
x	edukacyjne																								
y	inne																								
niekonsumenckie																									
																							razem:		5

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH
1	Tabela 4. pomoc na drodze sądowej																																
2	4.1. udział RK w postępowaniach sądowych																4.2. pomoc konsumentom w samodzielnym dochodzeniu roszczeń przed sądami																
3	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne					
4	W lokalu	bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	W lokalu	bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	W lokalu	bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	W lokalu	bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	W lokalu	bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	W lokalu	bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	W lokalu	bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	W lokalu	bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	RAZEM
5																																	
6	SPRZEDAŻ:																																
7	a art. żywnościowe																																
8	b odzież i obuwie																																
9	c meble, artykuły wyposażenia wnetrz, utrzymania domu																																
10	d urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																																
11	e samochody i środki transportu osobistego																																
12	f kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																																
13	g produkty związane z opieką zdrowotną																																
14	h art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																																
15	i inne																																
16	USŁUGI:																																
17	j związane z rynkiem nieruchomości																																
18	k bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																																
19	l czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																																
20	m konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																																
21	n finansowe																																
22	o ubezpieczeniowe																																
23	p pocztowe i kurierskie																																
24	r telekomunikacyjne																																
25	s transportowe																																
26	t turystyka i rekreacja																																
27	u sektor energetyczny i wodny																																
28	w związane z opieką i opieką zdrowotną																																
29	x edukacyjne																																
30	y inne																																
31	RAZEM																																
32	sprawy o ukaranie																																
33	razem:																razem:																
34																																	
35																																	
36																																	
37																																	
38																																	
39																																	
40																																	
41																																	
42																																	
43																																	
44																																	
45																																	
46																																	

Slupsk, luty 2019

Tabela 1 - 4 sporządził
Marek Kurowski