

Zarządzenie nr 41/2011  
Starosty Wałbrzyskiego  
z dnia 29. marca 2011

**w sprawie:** zatwierdzenia sprawozdania z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wałbrzychu za 2010 r.

Na podstawie **art. 43 ust 1** ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50 poz. 331, z późn. zm.) zarządzam, co następuje:

**§ 1**

Zatwierdzam sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wałbrzychu za rok 2010, stanowiące załącznik do niniejszego zarządzenia.

**§ 2**

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

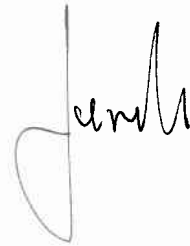
STAROSTA  
  
Robert Ławski

B

## UZASADNIENIE

Zgodnie z **art. 43 ust 1** tej ustawy Rzecznik Konsumentów w terminie do dnia 31 marca każdego roku przedkłada Staroście do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swej działalności w roku poprzednim oraz przekazuje je właściwej miejscowo Delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W związku z powyższym istnieje potrzeba wydania w/w zarządzenia.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'J. K.', is located in the center-right of the page.

PRK/AJ-S

Załącznik do  
Zarządzenia Starosty  
Wałbrzyskiego  
z dnia 29.03.2011  
nr 41/2011

**SPRAWOZDANIE**  
**z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów**  
**w Wałbrzychu za 2010 rok.**

# SPIS TREŚCI

<b>I.</b>	<b>WSTĘP</b> .....	<b>3</b>
I.1	Podstawy prawne działania, formalno-prawne usytuowanie Rzecznika w powiecie oraz struktura i stan kadrowy biura .....	3
<b>II.</b>	<b>REALIZACJA USTAWOWYCH ZADAŃ</b> .....	<b>4</b>
II.1	Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów .....	5
II.2	Występowania do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów .....	8
II.3	Współdziałanie z władzami nadrzędnymi i innymi władzami dla ochrony praw konsumentów .....	11
II.4	Uprawnienie procesowe rzecznika .....	11
II.5	Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	12
II.6	Współpraca z organami ścigania .....	12
II.7	Działanie o charakterze edukacyjno-informacyjnym.....	12
<b>III.</b>	<b>ZESTAWIENIE ZADAŃ REALIZOWANYCH W ROKU SPRAWOZDAWCZYM W ODNIESIENIU DO LAT POPRZEDNICH</b> .....	<b>14</b>
<b>IV</b>	<b>WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJACYCH DO POPRAWYREALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW</b> .....	<b>16</b>
II.1	W zakresie poprawy standardów ochrony konsumentów.....	16
II.2	W zakresie pracy Rzeczników.....	17

## I. WSTĘP

Wykonując zapis **art. 43 ust. 1** ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2007r. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.) przedkładam Staroście Wałbrzyskiemu sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w 2010 r. celem jego zatwierdzenia. Zostało ono sporządzone w oparciu o prowadzone rejestry porad indywidualnych i wystąpień do przedsiębiorców oraz innych dokumentów gromadzonych w toku realizacji zadań.

### I.1. Podstawy prawne działania, formalno-prawne usytuowanie rzecznika w powiecie oraz struktura i stan kadrowy biura

**Ochrona konsumentów** obejmuje działania na wielu płaszczyznach, realizowane przez instytucje o różnych kompetencjach. Opiera się na przesłankach ekonomicznych i społecznych i ma już bardzo długą tradycję.

Konieczność przestrzegania jej zasad przez Polskę wynika zarówno z wewnętrznych uwarunkowań społeczno-gospodarczych, jak i ze zobowiązań międzynarodowych, w tym zwłaszcza podpisanego Układu Europejskiego (art.69), potrzeby harmonizacji regulacji prawnych i wyrównanie standardów ochrony do poziomu obowiązującego w U.E.

**Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej w art.76** nakłada na wszystkie władze publiczne obowiązek ochrony konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. „Przełożenie” tej normy konstytucyjnej na praktyczne działania władz i przedsiębiorców następuje poprzez tworzenie nowych ustaw. Obecnie w Polsce obowiązuje w tym zakresie około **50** aktów prawnych.

Przenoszą one do ustawodawstwa polskiego podstawy ochronny konsumentkiej obowiązującej w UE. Gwarantują konsumentom bezpieczeństwo zdrowotne, ekonomiczne, prawo do informacji, edukacji oraz opiekę wyspecjalizowanych instytucji społecznych i państwowych. Najważniejszym obowiązującym w okresie sprawozdawczym rządowym dokumentem, określającym zakres działań administracji publicznej w sferze zapewnienia konsumentom właściwego poziomu ochrony ich praw i interesów jest „**Strategia polityki konsumentkiej na lata 2010 – 2013**” ukierunkowana na:

- *rozwój bezpiecznego i pro-konsumentkiego rynku,*
- *rozwój dialogu konsumentkiego i wzmocnienie mechanizmów samoregulacyjnych,*
- *wzmocnienie i rozwój efektywnego skutecznego systemu poradnictwa i dochodzenia roszczeń konsumentkich,*
- *prowadzenie proaktywnej polityki informacyjno-edukacyjnej.*

Realizacja tak postawionych celów, ściśle skoordynowanych ze wspólnotową polityką konsumencką, wymaga zmiany dotychczasowych metod i sposobów działania. Napotyka to niestety na trudności wynikające z braków kadrowych i finansowych, uniemożliwiających podjęcie działań na szerszą skalę. Polski konsument musi jednak czuć się bezpieczny wobec otwarcia polskiego rynku dla produktów z UE oraz dynamicznego przenikania nowych praktyk handlowych i marketingowych. Dlatego ważne jest podejmowanie wszelkich działań przez wszystkie wyspecjalizowane instytucje (państwowe i społeczne) w miarę posiadanych możliwości.

Samorząd terytorialny działania w dziedzinie ochrony konsumentów realizuje od 1 stycznia 1999 r. W zakresie określonym ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów oraz odrębnymi przepisami zadania te wykonuje **Powiatowy Rzecznik Konsumentów**, który zgodnie z **art. 40** ustawy jest podporządkowany bezpośrednio Staroście.

Jako instytucja „pierwszego kontaktu”, zapewnia konsumentom dostęp do informacji i pomoc prawną w indywidualnych sprawach konsumenckich.

Z jego pomocy korzystać mogą mieszkańcy 9 gmin ( Boguszowa Gora, Czarnego Boru, Głuszycy, Jedliny Zdroju, Mieroszowa, Starych Bogaczowic, Szczawna Zdroju, Walimia i Wałbrzycha).

Zadania, szczegółowo określone w **art. 42** w/w ustawy oraz **art. 63<sup>3</sup>**, **63<sup>4</sup>** **art. 479<sup>38</sup>** k.p.c. W okresie sprawozdawczym Rzecznik wykonywał jednoosobowo, korzystając z pomocy 1 osoby zatrudnionej na stanowisku pomocy administracyjnej.

Przypisana mu w porządku prawnym rola jest wyłączna, niepowtarzalna i nie zastępowalna przez inne instytucje społeczne. Urzeczywistnienie jej dokonuje się przede wszystkim poprzez aktywność poza procesową tj. udzielanie porad i pomocy prawnej, negocjacje w sporach konsumentów z przedsiębiorcami, interwencje w wypadku stwierdzenia naruszenia praw i interesów konsumentów.

Z uwagi na stały wzrost ilości osób korzystających z pomocy Rzecznika i złożoności zgłaszanych problemów konieczne było wprowadzenie zmian organizacji pracy i wprowadzenie godzin i terminów przyjmowania interesantów.

## II. REALIZACJA USTAWOWYCH ZADAŃ

Zakres powierzonych Rzecznikowi Konsumentów zadań i kompetencji (głównie doradczych i procesowych) jest bardzo szeroki.

Należą do nich:

- Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów;
- Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów;
- Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi;
- Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów;
- Wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych.

Uprawnienia Rzeczników Konsumentów pozwalają im również na:

- ochronie praw i interesów konsumentów przed sądami polubownymi działającymi przy różnych instytucjach,
- wytaczanie powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę ich interesów;
- występowanie jako oskarżyciele publiczni w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów w rozumieniu przepisów Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia ( art. 132+ 139 kw)
- zawiadomienie o praktykach naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz o podejrzeniu stosowania praktyk ograniczających konkurencję (na podst. art. 86 i 100 uokik )
- wytaczanie powództwa w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone (art. 479 (38) par. 1 ustawy Kodeks postępowania cywilnego);
- występowanie do sądu grodzkiego z wnioskiem o nałożenie kary grzywny (min. 2000 zł) na podmiot naruszający obowiązek udzielenia rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia lub ustosunkowania się do uwagi opinii rzecznika (art. 114 ust. 1 uokik).

Nie posiada on natomiast żadnych uprawnień kontrolnych i nakazowych.

Wszelkie formy pomocy Rzecznika, począwszy od porad, negocjacji z przedsiębiorcą, interwencje, jak też czynności procesowe mają charakter nieodpłatny, co sprawia, iż mieszkańcy powiatu wałbrzyskiego chętnie korzystają z tej możliwości.

Rosnące wciąż oczekiwania konsumentów związane z tą instytucją, jej ustawowymi kompetencjami, wskazują na konieczność gruntownej przebudowy systemowej oraz zagwarantowania w Budżecie Państwa środków finansowych na skuteczną realizację tych zadań. Jak dotąd ich ciężar finansowy spoczywa wyłącznie na samorządzie powiatowym. Potrzeby finansowe w tym zakresie dotyczą w szczególności środków na opinie rzeczoznawców, specjalistyczne ekspertyzy laboratoryjne, informacje z odpowiednich rejestrów pozyskiwane na potrzeby procedur, koszty procesowe, jak też ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej.

## II.1 Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa i pomocy prawnej

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 **1776** porad, które polegały przeważnie na informowaniu o prawach i obowiązkach stron konkretnej umowy, analizowaniu zapisów kart gwarancyjnych, przygotowywaniu pism reklamacyjnych, wniosków o mediację do Inspektoratu Inspekcji Handlowej, Urzędu Komunikacji Elektronicznej, wystąpień do Rzecznika Ubezpieczonych, Rzecznika Odbiorców Paliw, Arbitra Bankowego, Komisji Nadzoru Finansowego, oświadczeń o odstąpieniu od umowy, wezwań przesądowych.

Zainteresowanym udostępniano teksty odpowiednich aktów prawnych, broszur, orzecznictwa o tematyce konsumenckiej. Powadzono też pełną informację o zadaniach, strukturze i kompetencjach wszystkich instytucji i organów działających na rzecz ochrony konkurencji i konsumentów.

Szczegółowy zakres udzielonych porad przedstawia tabela nr 1

**Tabela Nr 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów**

Przedmiot sprawy	Rodzaj udzielonej porady			Ogółem
	telefoniczna	osobista	pisemne	
<b>I. Usługi, w tym:</b>	<b>179</b>	<b>296</b>	<b>40</b>	<b>515</b>
ubezpieczeniowa	14	15	1	30
finansowa (inne niż ubezpieczeniowa)	25	66	24	115
remontowo - budowlane	15	27	5	47
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	13	14	1	28
telekomunikacja(telefony, TV kablowa, satelitarna, Internet)	68	98	7	173
turystyczne, hotelarskie, timeshare	6	15	-	21
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	4	4	-	8
motoryzacja	13	7	1	21
pralnicze	3	9	-	12
pocztowe	5	3	-	8
gastronomiczna	-	-	-	-
krawieckie	1	-	-	1
przewozowe	2	6	1	9
edukacyjna/kulturalna/rekreacyjna	5	4	-	9
medyczne, dentystryczna	3	2	-	5
wyposażenie wnętrz				
pogrzebowe				
windykacyjne	2	26	-	28
inne	-	-	-	-
<b>II. Umowy sprzedaży, w tym:</b>	<b>762</b>	<b>263</b>	<b>36</b>	<b>1061</b>
obuwie i odzież	204	87	10	301
wyposażenie mieszkania	29	15	5	49
sprzęt RTV i AGD (sprzęt telekomunikacyjny)	177	99	8	284
komputer i akcesoria komputerowe	18	24	8	50
motoryzacja	14	16	3	33
artykuły spożywcze	3	1	-	4
artykuły chemiczne i kosmetyki	9	3	-	12
zabawki	4	2	-	6
inne	304	16	2	322
<b>III Umowy poza lokalem i na odległość</b>	<b>51</b>	<b>42</b>	<b>4</b>	<b>97</b>
<b>IV Inne</b>	<b>58</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>103</b>
<b>RAZEM</b>	<b>1050</b>	<b>639</b>	<b>87</b>	<b>1776</b>



Tradycyjnie już najczęściej zapytań dotyczyło praw i obowiązków wynikających z ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, a reklamacje dotyczyły przede wszystkim: obuwia i odzieży, sprzęty RTV i AGD, telefonów komórkowych, sprzętu komputerowego.

W zakresie usług dominowały sprawy telekomunikacyjne, finansowe oraz usługi remontowo-budowlane.

W zakresie usług natomiast dominowały skargi na: operatorów telekomunikacyjnych, telewizji kablowej oraz dostawców Internetu, podmioty świadczące usługi finansowe tj. banki, pośredników finansowych, agencje opłat oraz ubezpieczycieli (tj. komunikacyjne oraz związane z usługami bankowymi).

Tak duża ilość **skarg na operatorów telekomunikacyjnych** jest efektem działań podejmowanych w zakresie liberalizacji rynku. Walcząc o klienta przedsiębiorcy nie zawsze stosują uczciwe metody. Konsumenci skarżą się, że są nękanani telefonami alternatywnych operatorów jeszcze przed rozwiązaniem wcześniejszych umów, że nie są należycie informowani o warunkach transakcji a nawet celowo wprowadzani w błąd. Napotykają też utrudnienia przy zmianie operatora i przeniesieniu numeru, nie uzyskują oferowanej „prędkości” Internetu. Wiele skarg dotyczyło jednego z serwisów internetowych, który zachęcał do rejestracji oferując bezpłatne testowanie strony przez okres 10 dni, nie informując w reklamie o konieczności wypowiedzenia umowy. Po upływie tego okresu naliczono abonament za cały rok bez względu na faktyczne korzystanie z usługi i bez możliwości rezygnacji z niej. Dlatego też Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów nałożył na właściciela karę, nakazał mu zmienić zakwestionowany sposób informowania o usługach i powiadomić o tym konsumentów. Decyzja nie jest jeszcze prawomocna została bowiem zaskarżona do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Niestety nie wpłynęło to na zmniejszenie ilości skarg. Konsumenci nie są świadomi, iż akceptując regulamin, którego zwykle nie czytają oznacza akceptację umowy, a trudno przewidzieć jak sąd oceni sposób formułowania zachęty do pobierania.

Znaczny wzrost spraw finansowych wynika z coraz większych trudności, jakie mają mieszkańcy powiatu w spłacie kredytów, a także wynika z braku nadzoru nad **działalnością pośredników finansowych**. Nie jest ona jak dotąd uregulowana szczególnymi przepisami jak wypadku poczty, czy banków. Prowadzenie agencji opłat nie wymaga zezwolenia czy też koncesji, a jedynie wpisu do działalności gospodarczej. Powierzenie jej pieniędzy odbywa się na własne ryzyko i odpowiedzialność o czym przekonało się wielu mieszkańców Wałbrzycha. Problemem zainteresowano Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz organy ścigania. Zarzuty podnoszone przez konsumentów w skargach potwierdzają pilną potrzebę regulacji porządkujących zasady świadczenia tego typu usług zgodnie z prawem Unii Europejskiej i poddanie takich instytucji płatniczych kontroli Komisji Nadzoru Finansowego (prace nad tym prowadzone są obecnie przez Ministerstwo Finansów).

Dość istotny i uciążliwy problem stanowi działalność **firm windykacyjnych** skupiających krótkoterminowe należności pieniężne na podstawie umowy cesji i factoringu. Zdarza się, iż dochodzą one nieistniejących, niewymagalnych bądź przedawnionych roszczeń, a skuteczna obrona interesów konsumentów może być prowadzona wyłącznie na drodze sądowej.

Mimo to w szczególnie drastycznych przypadkach nękania osób starszych i samotnych udało się nakłonić firmę do wycofania wiarygodności z windykacji.

Nadal znaczna ilość zgłaszanych problemów dotyczyła **umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa** i na odległość (głównie przez Internet).

Na nieuczciwe działania akwizytorów narażeni są głównie osoby starsze, samotne i nieporadne, którzy informują o nie dopełnieniu wobec nich obowiązków informacyjnych, zwłaszcza w zakresie kosztów kredytu zaciągniętego na pokrycie ceny zakupu towarów lub usług, a także prawie do odstąpienia od umowy co utrudnia, a czasem wręcz uniemożliwia skuteczne skorzystanie z tego prawa. Nie wydaje im się bowiem dokumentów potwierdzających zawarcie umowy oraz przysługujące im prawa. Ceny okazywały się znacznie zawyżone, produkty i usługi nie zawierały właściwości o jakich zapewniano.

Sprawy te dotyczyły zakupu przeważnie produktów medycznych, pościeli „zdrowotnej”, wymiany drzwi i okien o dość znacznej, jak na ich budżety wartości, a także zmiany operatora telekomunikacyjnego.

Zdarzały się też przypadki fałszowania podpisów na umowach co wymaga skierowania zawiadomień o popełnieniu przestępstwa do organów ścigania.

Znaczna część spraw, z którymi zwracali się interesanci nie miała charakteru konsumenckiego. Były to sprawy członków spółdzielni mieszkaniowych, wspólnot mieszkaniowych, najemców mieszkań i domów komunalnych, sprawy dotyczące interpretacji przepisów prawa pracy, ubezpieczeń społecznych, prawa rodzinnego, prawa spadkowego. Do Rzeczników zgłaszali się też użytkownicy dróg miejskich oraz przedsiębiorcy.

## **II.2 Występowanie do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw i interesów konsumentów**

Bezpośrednie interwencje Rzecznika w istniejące spory i konsekwentne dążenie do ich zakończenia, jak dotąd jest najskuteczniejszą i najbardziej pożądaną przez konsumentów formą egzekwowania ich roszczeń. Jednak kosztowną, czasochłonną, wymagającą dużego zaangażowania i coraz bardziej utrudnioną ze względu na spiętrzenie i złożoność zgłaszanych problemów. Podejmuję się tego, gdy w sposób oczywisty wynika, iż prawa konsumenta zostały naruszone bądź moje wstawiennictwo jest dla konsumenta „ostatnią deską ratunku”.

Do osobistego prowadzenia w okresie sprawozdawczym przyjęto **58 spraw**, z czego pozytywnie załatwiono **39** sprawy, uzyskując zwrot lub anulowanie należności na kwotę **16.791** zł, nowy towar bądź usunięcie usterek, a negatywnie – **13**, przy czym **8** okazało się niezasadnych. W toku pozostaje jeszcze **6** spraw. Zakończono też **7** spraw z roku ubiegłego. Skuteczność podejmowanych działań utrzymuje się na dobrym poziomie (**67 %** pozytywnie zakończonych spraw).

Szczegółowy zakres prowadzonych spraw przedstawia tabela nr 2

**Tabela nr 2: Sprawy przejęte do indywidualnego prowadzenie i skuteczność podjętej interwencji**

Przedmiot sprawy	Ilość wystąpień ogółem	Zakończone			Sprawy w toku	Kwota odzyskan. należności
		Pozytywnie	Negatywnie w tym: niezasadne			
<b>I. Usługi, w tym:</b>	<b>38</b>	<b>26</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>7484</b>
ubezpieczeniowe	1	1	-	-	-	-
finansowa (inna niż ubezpieczeniowa)	6	3	2	2	1	242
remontowo – budowlana	3	2	-	-	1	1858
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	-	-	-	-	-	-
telekomunikacja (telefon, TV)	17	13	4	2	-	6290
turystyczno-hotelarska	4	2	1	-	1	952
deweloperska, pośrednictwo nieruchomości	-	-	-	-	-	-
motoryzacja	1	1	-	-	-	-
komunikacyjne	1	-	1	1	-	-
motoryzacja	1	1	-	-	-	-
pralnicza	-	-	-	-	-	-
timeshare	-	-	-	-	-	-
pocztowa	-	-	-	-	-	-
edukacyjne/ kulturalna/ rekreacyjno-sportowa	3	2	-	-	1	-
medyczna	-	-	-	-	-	-
wyposażenie wnętrz	-	-	-	-	-	-
pogrzebowa	-	-	-	-	-	-
windykacyjne	1	1	-	-	1	-
inne	1	1	-	-	-	-
<b>II. Umowy sprzedaży, w tym:</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>1035</b>
obuwie i odzież	-	-	-	-	-	-
wyposażenie mieszkania i gospodarstwa domowego	1	1	-	-	-	-
sprzęt RTV i AGD( sprzęt telekomunikacyjny)	5	2	3	2	-	35
komputer i akcesoria komputerowe	-	-	-	-	-	-
motoryzacja	2	1	1	-	-	1000
artykuły spożywcze	-	-	-	-	-	-
artykuły chemiczne i kosmetyki	-	-	-	-	-	-
zabawki	-	-	-	-	-	-
inne	-	-	-	-	-	-
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>7414</b>
<b>IV INNE</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>RAZEM</b>	<b>58</b>	<b>39</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>16791</b>

Większość interwencji podejmowanych było po wyczerpaniu przez konsumenta wszelkich możliwości polubownego załatwienia sprawy i nieskuteczności mediacji prowadzonych przez powołane ustawowo instytucje i organizacje.

Jako przykład można wymienić sprawę konsumenta, który przez 4 miesiące bezskutecznie domagał się uznania roszczeń wynikających z wadliwego montażu drzwi balkonowych oraz rolet okiennych. Postępowanie mediacyjne prowadzone przez Inspektorat Inspekcji Handlowej nie przyniosło pożądanego rezultatu. Konsument zdecydował się na odstąpienie od umowy i skierowanie sprawy do sądu, występując o pomoc do Rzecznika. Na etapie wezwania przesądowego udało się nakłonić przedsiębiorcę do wymiany wadliwych drzwi i rolet.

Interwencję w sprawach telekomunikacyjnych, które w okresie sprawozdawczym były najliczniejsze dotyczyły przeważnie rozwiązania umów zawartych na warunkach promocyjnych bez obowiązku zwrotu ulgi. Z treści wnoszonych skarg wynikało, że operatorzy wykorzystują wszelkie możliwości i niedopatrzona abonentów do uniemożliwienia bądź utrudnienia skutecznego odstąpienia od umowy. W wyniku podjętych interwencji w większości wypadków operator anulował naliczone opłaty.

Kolejną grupę skutecznych interwencji stanowiły sprawy rozliczenia umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, od których konsumenci odstąpili korzystając z przysługującego im prawa. Problematyczne w nich były przede wszystkim kwestie rozliczenia kredytu zaciągniętego na sfinansowanie transakcji. Banki bez potwierdzenia przez sprzedawcę skuteczności odstąpienia od umowy kupna-sprzedaży i braku zwrotu przekazanych środków nie honorowały roszczeń konsumentów wbrew orzecznictwu Sądu Najwyższego i Trybunału Sprawiedliwości. Ofiarami nierzetelnych przedsiębiorców przeważnie są osoby starsze, samotne, podatne na wszelkie chwyt marketingowe i nieporadne w rozeznaniu zawłości tego typu transakcji.

W ramach podejmowanych interwencji wskazano też na budzące wątpliwości klauzule umowne oraz nieuczciwe praktyki rynkowe, które zakłócają równowagę praw i obowiązków stan wynikający z umowy na niekorzyść konsumenta, który jest stroną słabszą tak pod względem możliwości negocjacyjnych, jak i ze względu na stopień poinformowania.

Kwestionowane **postanowienia umowne** dotyczyły:

- zatrzymanie zaliczki wpłaconej na organizację przyjęcia weselnego mimo rezygnacji z usługi,
- wysokich kosztów rezygnacji z nauki dziecka w przedszkolu,
- nieprecyzyjnego sformułowania postanowienia regulaminu świadczenia usług telekomunikacyjnych w zakresie składania oświadczenia woli.

Kwestionowane **praktyki rynkowe** dotyczyły zaś:

- zmuszania do zakupu towaru ze względu na naruszenie jego zabezpieczenia,
- wprowadzenie w błąd co do zasad bezpłatnego badania słuchu narzucając zawarcie umowy,
- zasad transferu danych na karcie SIM telefonu bez świadomości konsument

Wprawdzie przedsiębiorcy nie zgodzili się z podnoszonymi zarzutami, ale mimo to przedstawili propozycję polubownego załatwienia sprawy, wobec tego odstąpiono od kierowania sprawy na drogę postępowania sądowego, gdzie możliwa byłaby właściwa ocena.

Wśród wniosków o podjęcie interwencji pewien odsetek stanowią sprawy, których zarzuty konsumentów wobec przedsiębiorców są nieuzasadnione i Rzecznik nie ma podstaw do podjęcia interwencji bądź w wyniku jej podjęcia wyłania się inny stan faktyczny niż wskazany przez konsumenta.

### **II.3 Współdziałanie z władzami nadrzędnymi i innymi władzami dla ochrony praw i interesów konsumentów**

Ustawowym obowiązkiem Rzecznika jest współdziałanie z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz innymi instytucjami i organizacjami działającymi na rzecz ochrony praw konsumentów ( w szczególności Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, Federacje Konsumentów, Europejskie Centrum Konsumenckie).

W ramach wzajemnej współpracy i sygnalizowania problemów przekazano ogółem **11 spraw** w tym do:

**\*Inspektoratów Inspekcji Handlowej** - 4 sprawy, które wymagały podjęcia czynności sprawdzających i kontrolnych oraz mediacji bezpośredniej.

Dotyczyły one:

- odmowy przyjmowania reklamacji w markecie chińskim,
- pobieranie opłat za weryfikację urządzenia w sklepie ogrodnym,
- nienależytej jakości wlew do paliwa na stacji benzynowej.

**\*Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów** - 1 sprawę dotyczącą wysokości opłat pobieranych za wodę przez PKP. Zasygnalizowano też problem:

- potrzeby ochrony zbiorowych interesów konsumentów na rynku usług pośrednictwa finansowego w związku ze znaczną ilością skarg mieszkańców Wałbrzycha dotyczących nieterminowego przekazywania wpłat na rachunek wierzycieli przez jedną z lokalnych agencji opłat,
- opłat pobieranych za fotografowanie obiektów muzealnych, mimo uznania takich postanowień regulaminów za niedozwolone,
- problem uciążliwych warunków umów o naukę w przedszkolu.

**\*Rzecznika Ubezpieczonych** – 1 sprawę dotyczącą weryfikacji szkody komunikacyjnej.

**\*Urzędu Komunikacji Elektronicznej** - 1 sprawę dotyczącą wprowadzenia w błąd przy zawieraniu umowy o usługę telekomunikacyjną zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa.

**\*Powiatowemu Rzecznikowi Konsumentów w Kamiennej Górze** - 1 sprawę dotyczącą reklamacji obuwia.

**\*Powiatowemu Rzecznikowi w Świdnicy** – 3 sprawy dotyczące:

- uprawnień gwarancyjnych,
- reklamacji mebli,
- wstrzymania dostawy energii elektrycznej.

## II.4 Uprawnienia procesowe Rzecznika

Kierowanie spraw na drogę postępowanie sądowego jest konsekwencją braku woli przedsiębiorcy do polubownego załatwienia sprawy, a w szczególności ignorowania praw i roszczeń klientów, rażącego naruszenia obowiązujących przepisów. Jest to szczególnie wskazane w sytuacjach, gdy wyrok sądu stanowiłby wytyczne na przyszłość w podobnych sprawach dotyczących szerszego kręgu. Z uwagi jednak na jego kosztowność i czasochłonność postępowania wynikającą ze sformalizowanych procedur traktuje to jako ostateczność, podejmując wszelkie często uporczywe działania celem doprowadzenia do pozasądowego zakończenia sporu, zachęcając też obie strony do korzystania z instytucji **Stálych Polubownych Sądów Konsumenckich**. Jest ona dobrą alternatywą rozstrzygania sporów, korzystną dla obu stron, tańszą i mniej sformalizowaną.

W okresie sprawozdawczym nie wytaczałam powództw na rzecz konsumentów. Przygotowałam natomiast 3 pozwy do indywidualnego wniesienia przez konsumentów dotyczące:

- zwrotu zapłaconej ceny (2756 zł) w związku z odstąpieniem od umowy kupna telewizora przez Internet (konsument uzyskała nakaz zapłaty, który skierowano do egzekucji),
  - zwrotu zapłaconej ceny obuwia 251 zł w związku z odstąpieniem od umowy,
  - zapłaty za wydane materiały budowlane,
- oraz 1 sprzeciw od nakazu zapłaty uzyskanego przez operatora usług telekomunikacyjnych i 2 wezwania przed sądowe w sprawie odstąpienia od umowy kupna słuchawek przez Internet oraz wymiany drzwi i rolet.

## II. 5 Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów

W okresie sprawozdawczym Rzecznik nie zgłaszał projektów uchwał do przedstawicieli samorządów terytorialnych. Wypowiadał się jedynie w zakresie wprowadzenia limitu wydawanych w 2011 r. licencji na wykonywanie transportu drogowego osób na terenie Gminy Wałbrzych, Szczawno-Zdrój i Boguszów-Gorce.

## II. 6 Współpraca z organami ścigania

W ramach korzystania z pomocy Rzecznika i dochodzeniu roszczeń cywilnoprawnych konsumenci podnoszą też zarzuty popełniania przez akwizytorów czynów noszących znamiona przestępstwa, które wymagają zgłoszenia do organów ścigania. W okresie sprawozdawczym przygotowano - 2 zawiadomienia o wyłudzeniu kredytu i 3 o sfalszowaniu podpisu na umowie. Nawiązano też stałą współpracę z Wydziałem Przystępczości Gospodarczej Komendy Miejskiej Policji w Wałbrzychu.

## II. 7 Działanie o charakterze edukacyjno-informacyjnym

**Edukacja konsumencka** jest ważnym czynnikiem w podnoszeniu świadomości konsumenckiej, która ma decydujący wpływ na bardziej odpowiedzialną postawę przedsiębiorców.

*Tylko świadomy swych praw konsument i świadomy obywatel stworzą właściwą presję i będą przeciwwagą dla samowoli przedsiębiorców oraz ich niespołecznym zachowaniom.*

Należy to prowadzić w sposób zintegrowany tj. nie tylko wśród konsumentów ale też, a raczej przede wszystkim wśród przedsiębiorców, pracowników wymiaru sprawiedliwości, decydentów życia gospodarczego. *Tylko bowiem powszechna pro konsumencka orientacja zapewni wysoką skuteczność podejmowanych działań.*

Podstawą edukacji konsumenckiej jest **informacja** zapewniająca przejrzystość rynku i oferty rynkowej. *Tylko konsument, który otrzymuje i rozumie kierowane do niego informacje może podejmować właściwe wybory.*

Informacja musi więc być jasna, prawdziwa i nie wprowadzająca w błąd.

**Świadomość konsumencka** najlepiej się rozwija w działaniu. Dlatego proces jej kształtowania wymaga wzbudzenia aktywności konsumentów nie tylko poprzez przekazywanie im informacji i bierne oddziaływanie, ale także współpracę i współdziałanie we wszystkich dostępnych formach.

Za pośrednictwem gmin przekazano mieszkańcom ulotki nt:

- Krajowego Rejestru Długów,
- wyboru sprzedawcy prądu.

Z okazji „Dnia przedsiębiorczości” goszczącą w Starostwie grupę młodzieży zapoznano z zadaniami i kompetencjami Rzecznika oraz ideą ochrony konsumentów udostępniając materiały informacyjne.

Udzielono też pomocy studentom w zbieraniu materiałów do pracy dyplomowej nt działalności Rzecznika Konsumentów oraz regulacji prawnej ochrony konsumentów.

**Rzecznik wziął udział w:**

- Konferencji „Mediacja - sposób na osiągnięcie satysfakcji” zorganizowanej przez Polskie Centrum Mediacji o/Tychy,
- Konferencji naukowej w WWSZiP w Wałbrzychu nt: „Zarządzanie operacyjne w teorii i praktyce organizacji biznesowych, publicznych i pozarządowych. Podejście procesowe” przygotowując i wygłaszając referat nt: „ Alternatywne metody rozstrzygania sporów konsumenckich i możliwości wykorzystania podejścia procesowego”,
- Szkoleniu zorganizowanym przez Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów w Jeleniej Górze nt: „Konsument wobec nieuczciwych praktyk rynkowych”, „Dochodzenie roszczeń w postępowaniu grupowym”.

Za pośrednictwem lokalnych mediów przekazano informacje nt:

- bezpiecznych zakupów przez Internet,
- konsumenta na rynku energii elektrycznej,
- zrealizowanych w 2009 r. zadań,
- 10-lecie powołania instytucji Rzecznika
- oszukańczych transakcji dokonywanych przez akwizytorów,
- nieuczciwej konkurencji,
- usług turystycznych,
- jak strzec się przed niekorzystnymi umowami,
- działania komercyjne w okresie przedświątecznym,
- na co zwracać uwagę podczas przedświątecznych zakupów.

### III. ZESTAWIENIE ZADAŃ REALIZOWANYCH W ROKU SPRAWOZDAWCZYM W ODNIESIENIU DO LAT POPRZEDNICH

**Instytucja Rzecznika Konsumentów** cieszy się coraz większym zainteresowaniem mieszkańców powiatu. Postrzegana jest jako instytucja silna i efektywna, co przy stałym wzroście zadań oraz ilości zgłaszanych problemów i rozpatrywanych spraw, przy ograniczonych i finansowych, nie jest proste.

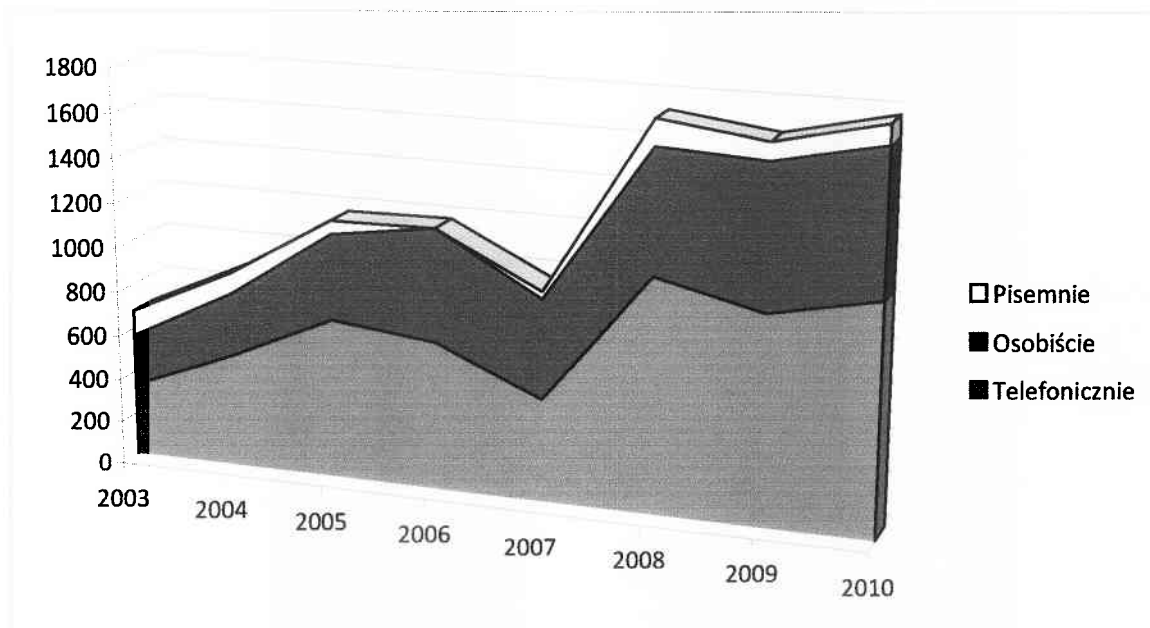
Z roku na rok wzrasta świadomość konsumencka oraz ilość osób zgłaszających się po pomoc. Wzrost ten jak pokazuje poniższa tabela był dość gwałtowny. Widoczny natomiast spadek udzielonych porad w 2007 r. i 2009 r. wynikał z przyczyn niezależnych (absencja zdrowotna).

**Tabela nr. 3 Zestawienie porad udzielonych na przestrzeni 8 lat funkcjonowania połączonego powiatu**

Rok	Ilość porad			Dynamika porad		
	Ogółem	w tym:			do 2003 r	rok/roku
		telefoniczne	osobiste	pisemne		
2003	<b>678</b>	333	233	112	-	-
2004	<b>895</b>	520	282	93	+ 32,0	+32,0
2005	<b>1174</b>	732	383	59	+ 73,2	+ 31,2
2006	<b>1183</b>	682	501	-	+ 74,5	+ 0,8
2007	<b>953</b>	476	444	33	+ 40,6	- 19,4
2008	<b>1729</b>	1063	550	116	+ 155,0	+81,4
2009	<b>1669</b>	953	635	81	+ 146,2	-3,5
2010	<b>1776</b>	1050	639	87	+ 161,0	+64



### Ilość udzielonych porad ogółem

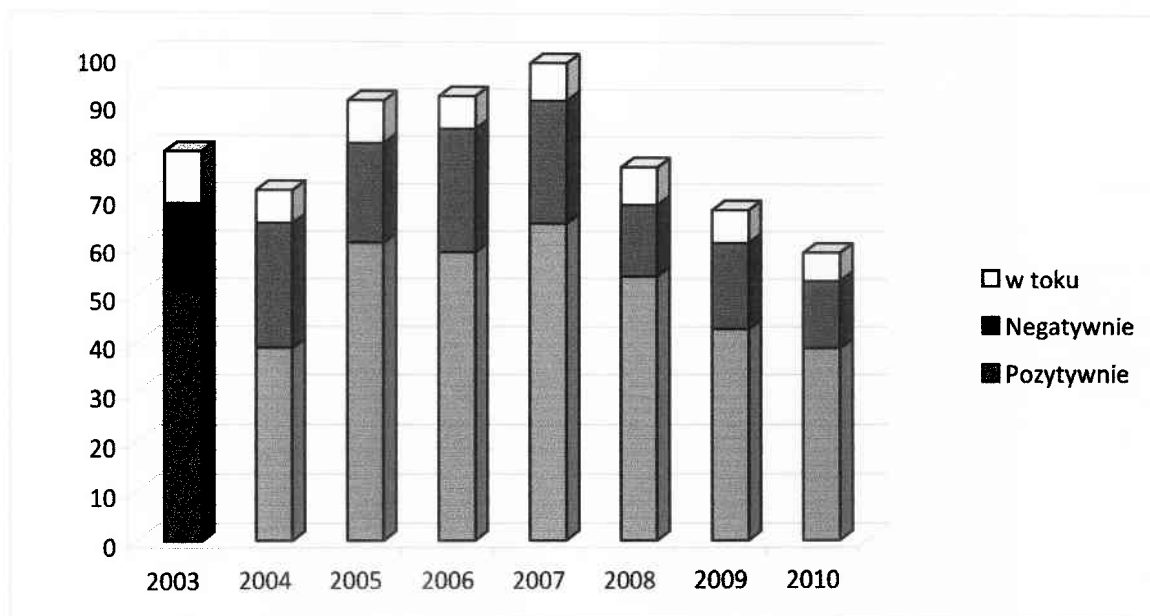


Ilość i skuteczność podejmowanych działań przedstawia poniższa tabela.

**Tabela nr.4 Wystąpienia do przedsiębiorców i ich skuteczność**

Rok	Ilość pisemnych wystąpień				Skuteczność % z.poz./ogółem
	ogółem	w tym :			
		z. poz.	z. neg.	w toku	
2003	<b>80</b>	51	18	11	<b>64</b>
2004	<b>72</b>	39	26	7	<b>54</b>
2005	<b>91</b>	61	21	9	<b>67</b>
2006	<b>92</b>	59	26	7	<b>64</b>
2007	<b>99</b>	65	26	8	<b>66</b>
2008	<b>77</b>	54	15	8	<b>70</b>
2009	<b>68</b>	43	18	7	<b>63</b>
2010	<b>59</b>	39	14	6	<b>67</b>

## Ilość pisemnych wystąpień



Zestawienie powyższych danych wskazuje na dużą zmienność efektywności podejmowanych działań z wyraźną tendencją wzrostową. Niewielki spadek skuteczności w 2009 wynika z wątpliwości interpretacyjnych nowych przepisów.

Ilość kierowanych do przedsiębiorców wystąpień oraz ich skuteczność zależy od bardzo wielu czynników. Przede wszystkim pisemnych wniosków konsumentów o interwencję, zasadności zgłaszanych roszczeń, charakteru i złożoności sprawy, wartości przedmiotu sporu, indywidualnych predyspozycji konsumenta do samodzielnego jej prowadzenia, dobrej woli stron do polubownego załatwienia sprawy, stanu kadrowego biura i innych.

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

### VI.1 Wnioski w zakresie poprawy standardów ochrony konsumentów

Ważne jest kształtowanie prokonsumenckich postaw wśród przedsiębiorców, pracowników wymiaru sprawiedliwości i decydentów życia gospodarczego, a także popularyzowanie **idei społecznej odpowiedzialności biznesu**, do której włączyć należy rozwój systemów polubownego rozstrzygania sporów. Jak dotąd efektywność ich funkcjonowania jest niezadowalająca.

Polscy przedsiębiorcy dostrzegają już potrzebę społecznego zaangażowania. W prowadzonej przez siebie działalności uwzględniają potrzeby lokalnej społeczności oraz kwestie ekologiczne. Słabo znają jednak koncepcję samoregulacji branżowych tj. korzyści płynących z nich dla wszystkich uczestników rynku, w szczególności **kodeksy dobrych praktyk**.

Sprawnie działający system samokontroli ogranicza przypadki złych praktyk i tym samym przyczynia się do zwiększenia zaufania klientów i kontrahentów.

Konieczne jest też podnoszenie świadomości konsumenckiej mieszkańców powiatu i kształtowanie modelu „przeciętnego konsumenta” tj. dostatecznie dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego oraz dalsze wzmocnienie pozycji konsumenta i jego ochrony w poszczególnych segmentach rynku, aby byli mniej podatni na oddziaływanie nieuczciwych praktyk rynkowych i chwytów marketingowych.

Działania informacyjno-edukacyjne, kierowane powinny być głównie do młodzieży i osób starszych

## VI.2 Wnioski w zakresie poprawy pracy Rzeczników

Dla zapewnienia sprawnej realizacji zadań Powiatu Wałbrzyskiego w zakresie ochrony praw i interesów konsumentów konieczne jest utrzymanie co najmniej aktualnej obsady personelu w biurze: rzecznik + stały pracownik.

Ilość i charakter wpływających do rzecznika spraw świadczy zarówno o skali problemu, jak też o tym, że działania samorządu powiatowego w tym zakresie są potrzebne, winny być kontynuowane i rozwijane. Skuteczność podejmowanych działań utrzymuje się na dobrym poziomie (67% pozytywnie załatwionych spraw).

Wskazuje również na konieczność podjęcia szerszych działań w zakresie edukacji i podnoszenia świadomości konsumenckiej, aby przekonać konsumentów, że powinni i mogą samodzielnie zadbać o swoje interesy.

Potrzebny jest też wyraźny podział kompetencji między instytucjami i organizacjami tworzącymi system ochrony konsumentów, aby nie dublowały swych działań lecz je uzupełniały oraz dalszy rozwój instytucji Rzecznika min. poprzez:

- zapewnienie możliwości odbycia kursu dla mediatorów,
- przyznanie uprawnień w zakresie dochodzenia roszczeń w imieniu większej grupy poszkodowanych konsumentów (pozwy zbiorowe) i zapewnienie mu zwrotu kosztów zastępstwa procesowego, a także umożliwienie odbycia stosownej aplikacji,
- zmniejszenie dysproporcji w zakresie dostępności do świadczonej przez Rzecznika pomocy w zależności od wielkości i zamożności powiatu.

Być może pozytywny wpływ na rozwój tej instytucji i antidotum na problemy jego finansowania miałoby przekazywanie grzywien zasądzanych przez sąd w sprawach o wykroczenia przeciwko interesom konsumentów, nieuczciwych praktyk rynkowych oraz braku odpowiedzi na wystąpienie Rzecznika na rzecz budżetu jednostek samorządowych.

Wałbrzych, 29 marzec 2011 r.

Sporządziła:

POWIATOWY  
RZECZNIK KONSUMENTÓW  
Anna Juszczyńska-Sroka