

Załącznik do uchwały  
Rady Powiatu Wałbrzyskiego  
Nr .....

**SPRAWOZDANIE**  
**z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów**  
**w Wałbrzychu za 2005 rok.**

<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 ZADAŃ USTAWOWYCH</b>	<b>4</b>
II.1.	Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów	5
II.2.	Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów	8
II.3.	Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczącego się postępowania	10
II.4.	Współdziałanie z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi w zakresie ochrony konsumentów	11
II.5.	Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym	13
<b>III.</b>	<b>ZESTAWIENIE REALIZOWANYCH W ROKU SPRAWOZDAWCZYM ZADAŃ W STOSUNKU DO LAT POPRZEDNICH</b>	<b>14</b>
<b>IV.</b>	<b>PODSUMOWANIE</b>	<b>16</b>

## I. WSTĘP

Realizując obowiązek wynikający z **art. 38** ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2003 r nr 86, poz.804 z późn.zm.) przedkładam Radzie Powiatu Wałbrzyskiego sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w 2005 r, celem jego zatwierdzenia.

### I.1. Podstawy prawne działania, formalno-prawne usytuowanie Rzecznika w Powiecie oraz struktura i stan kadrowy Biura

Aktualnie urzędujący Powiatowy Rzecznik Konsumentów – **Anna Juszcyszyn-Sroka** - powołana zostałam uchwałą Rady Powiatu Wałbrzyskiego z dnia 6 stycznia 2003r nr I/2/03. Stosownie do art. 34 w/w ustawy wykonuję zadania samorządu powiatowego w zakresie ochrony praw konsumentów. Usytuowanie organizacyjne Rzecznika w Starostwie Powiatowym określa Regulamin Organizacyjny - uchwalony w dniu 29 grudnia 2005r - jako stanowisko samodzielne i podporządkowane bezpośrednio Radzie Powiatu, przed którą ponosi odpowiedzialność. Zasięg jego działania obejmuje obecnie **6 miast**: Boguszów-Gorce, Głuszyce, Jedlinę Zdrój, Mieroszów, Szczawno Zdrój, Wałbrzych oraz **3 gminy wiejskie**: Czarny Bór, Stare Bogaczowice, Walim - liczących łącznie ok. **186 tys.** mieszkańców.<sup>1</sup> Powiat wałbrzyski jest pod tym względem drugim co do wielkości powiatem województwa dolnośląskiego. W realizacji powierzonych zadań w okresie sprawozdawczym wspierana byłam w zakresie obsługi techniczno-biurowej przez 1 osobę zatrudnioną w ramach robót publicznych.

Posiadam wymagane ustawowo dla tej funkcji wykształcenie wyższe prawnicze i ponad 6 letnie doświadczenie na tym stanowisku. Systematycznie też podnoszę swoje kwalifikacje uczestnicząc w organizowanych i finansowanych ze środków unijnych szkoleniach z zakresu ochrony konsumentów, ubezpieczeń społecznych oraz języka angielskiego.

Coraz większa popularność instytucji Rzecznika Konsumentów wśród mieszkańców powiatu oraz mediów wpływa na stały wzrost ilości osób korzystających z mojej pomocy co wymusza sukcesywne zmiany w organizacji pracy i sposobie realizacji zadań, które są dostosowywane do lokalnych możliwości i zgłaszanych potrzeb.

Rosnące wciąż oczekiwania konsumentów oraz innych instytucji i organizacji 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. Wszelkie formy pomocy Rzecznika, począwszy od porad, negocjacji z przedsiębiorcą, poprzez interwencje, jak też czynności procesowe są bezpłatne, w odróżnieniu od innych instytucji i organizacji działających w zakresie ochrony konsumentów. Potrzeby finansowe w tym zakresie dotyczą w szczególności środków na opinie rzeczoznawców, specjalistyczne ekspertyzy laboratoryjne, informacje z odpowiednich rejestrów pozyskiwane na potrzeby procedur sądowych, koszty sądowe, jak też ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej (obowiązkowego w przypadku profesjonalnych prawników), które wydaje się być nieodzowne.

---

<sup>1</sup> Źródło: Rocznik Statystyczny woj. dolnośląskiego na 2005 r. Wyd. Zespół Redakcyjny Urzędu Statystycznego we Wrocławiu, Wrocław 2005.

## II. REALIZACJA USTAWOWYCH ZADAŃ

**Rzecznik konsumentów** jest instytucją życia społecznego o szczególnym charakterze. 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.

Ma też możliwość obrony praw konsumentów w postępowaniach przed różnego rodzaju **sądami polubownymi** działającymi przy Inspektoratach Inspekcji Handlowej, Urzędzie Komunikacji Elektronicznej, Rzeczniku Ubezpieczonych oraz arbitrażem – bankowym i spółdzielczym (SKOK), a także możliwość inicjowania bądź uczestniczenia w **procesach cywilnych przed sądami powszechnymi** stanowiącymi instytucjonalną formę ochrony prawnej indywidualnych interesów konsumentów.

Może też uczestniczyć w **postępowaniach karnych w sprawach o wykroczenia** popełnione przeciwko interesom konsumentów oraz w **postępowaniach administracyjnych** w zakresie eliminacji praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz innych działań przedsiębiorców zagrażających bezpieczeństwu konsumentów i konkurencji, w których zasadniczą rolę odgrywa jednak Inspekcja Handlowa i Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Zakres powierzonych Rzecznikowi zadań i kompetencji (doradczych i procesowych) jest bardzo szeroki, a szczegółowo określony w **art. 37, art. 84 ust.1 pkt.4, art. 100a ust.1** ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów oraz **art. 63<sup>3</sup>, art. 63<sup>4</sup>, art.479<sup>38</sup>k. p. c.** Nie przewidują one natomiast żadnych uprawnień kontrolnych i nakazowych, co znacznie utrudnia osiągnięcie pożądanej skuteczności.

Od maja 2004 r. pozycja Rzecznika została wzmocniona poprzez wprowadzenie w art. 106 a w/w ustawy sankcji za naruszenie obowiązku udzielania Rzecznikowi Konsumentów wyjaśnień i informacji będących przedmiotem jego wystąpienia. W praktyce zapis ten jest jednak trudny do wyegzekwowania ze względu na zakres informacji objętych **wnioskiem o ukaranie** kierowanym do Sądu Grodzkiego orzekającego w tym zakresie w trybie przepisów **Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia**, rozbieżności interpretacyjne co do obowiązujących w tym zakresie procedur oraz zbyt niskiej wysokości wymierzanych grzywien, nieadekwatnych do kosztów związanych z ustaleniem osób odpowiedzialnych za popełniony czyn i wykazaniem winy sprawcy.

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

Za kluczowy w tym zakresie, stosownie do założeń „**Polityki konsumenckiej rządu na lata 2004-2006**” uznać należy rozwój sprawnie działającego systemu informacji i poradnictwa konsumenckiego, który musi być wzmocniany przez działania edukacyjne.

W okresie sprawozdawczym jako priorytetowe zadanie w dalszym ciągu traktowałam wdrażanie i popularyzację prokonsumenckich regulacji prawnych, a w szczególności:

- **ustawy z dnia 2 marca 2000 r o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny** (Dz.U nr 22, poz.271 z późn. zm.)
  - **ustawy z dnia 27 lipca 2002 r o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu Cywilnego** (Dz.U nr 141, poz. 1176)
  - **ustawy z dnia 20 lipca 2001 r o kredycie konsumenckim** (Dz.U. nr 100, poz. 1081)
- jak też innych około 42 znowelizowanych aktów prawnych dostosowujących nasze prawo do regulacji obowiązujących w Unii Europejskiej.

Głównym celem podejmowanych w tym zakresie działań, - polegających głównie na udzielaniu w sprawach indywidualnych porad osobistych, telefonicznych i za pośrednictwem internetu oraz udostępnianiu broszur, regulacji prawnych oraz orzecznictwa o tematyce konsumenckiej - 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.

Porady pisemne obejmowały przede wszystkim pomoc w sporządzeniu zawiadomienia o niezgodności towaru (usługi) z umową, oświadczeń o odstąpieniu od umowy, wniosków o mediację do Inspekcji Handlowej, Urzędu Regulacji Telekomunikacji i Poczty (obecnie: Urząd Komunikacji Elektronicznej), Rzecznika Ubezpieczonych, Rzecznika Odbiorców Paliw, Arbitra Bankowego, wezwań do spełnienia świadczenia oraz wypełnianiu formularzy sądowych.

Szczegółową strukturę zgłaszanych problemów oraz udzielonych porad przedstawia poniższa tabela.

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

Przedmiot sprawy	Rodzaj udzielonej porady			Ogółem
	telefoniczna	osobista	pisemna	
<b>I. Usługi, w tym:</b>	<b>192</b>	<b>166</b>	<b>31</b>	<b>389</b>
bankowe, ubezpieczeniowe	20	35	3	58
systemy argentyńskie	6	8	2	16
inne finansowe/windykacja, pośrednictwo	18	15	5	38
telekomunikacja (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, TV kablowa)	43	48	2	93
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	7	8	4	19
turystyczne i hotelarskie	3	1	1	5
pralnicze	2	3	-	5
remontowo - budowlane	60	36	12	108
kamieniarskie	-	-	1	1
Inne	33	12	1	46
<b>II. Umowy sprzedaży, w tym:</b>	<b>432</b>	<b>159</b>	<b>18</b>	<b>609</b>
wyposażenie wnętrz/meble	42	11	3	56
sprzęt RTV i AGD/telefony komórkowe	139	59	9	207
sprzęt komputerowy	20	7	-	27
Odzież	36	18	-	54
Obuwie	76	39	2	117
samochody i akcesoria/ komis	11	7	3	21
nieruchomości/domy, developerzy	2	3	-	5
Inne	106	15	1	122
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>28</b>
inne	98	46	4	148
<b>RAZEM</b>	<b>732</b>	<b>383</b>	<b>59</b>	<b>1174</b>

Na ogółem **1174** sprawy, ponad połowa (51%) dotyczyła roszczeń z tytułu umowy kupna – sprzedaży. Najczęściej reklamowanymi towarami tradycyjnie już był sprzęt AGD (około 34 % wszystkich umów sprzedaży) oraz obuwie (19 %).

Praktyczne aspekty stosowania obowiązujących w tym zakresie od 3 lat przepisów **ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej** wskazują na konieczność ich zmiany i dostosowania do naszego rynku i mentalności przedsiębiorców jak i konsumentów oraz regulacji Kodeksu Cywilnego, zwłaszcza w zakresie gwarancji.

Ustawa ta wiele kwestii pozostawia uzgodnieniom między stronami co jak wskazuje dotychczasowa praktyka jest bardzo konfliktogenne. Wynika to też ze słabej znajomości tych przepisów i wynikających z nich szczególnych uprawnień ochronnych dla konsumentów, którzy korzystają z pomocy Rzecznika zwykle dopiero, gdy dochodzi do sporu ze sprzedawcą.

Konsumenci z reguły nie zasadnie występują od razu z żądaniem zwrotu gotówki, który zgodnie z zasadą sekwencyjności uprawnień z tytułu niezgodności towaru z umową przewidzianych w ustawie, przysługuje tylko pod pewnymi warunkami.

Przedsiębiorcy natomiast samoczynnie zmieniają żądanie reklamacyjne konsumenta, dokonując zwykle napraw grzesnościowych, które co do zasady wymagają zgody konsumenta, często też narzucają tryb gwarancyjnego dochodzenia roszczeń, co jest niezgodne z obowiązującym prawem wyboru należącym do konsumenta.

Z uwagi na to, że reklamacje dotyczą zwykle drobnych spraw życia codziennego konsumentów rzadko decydują się na dochodzenie roszczeń na drodze sądowej pozwalając na bezkarne wykorzystywanie swojej niewiedzy.

Postulowane zmiany przepisów ustawy powinny prowadzić do precyzyjnego, jasnego, oczywistego i zrozumiałego dla przeciętnego konsumenta uregulowania istotnych kwestii.

W zakresie **usług**, stanowiących 33% ogółu spraw dominowały **usługi remontowo-budowlane** (około 28 % wszystkich usług). Zarzuty dotyczyły głównie jakości i nieterminowości wymiany stolarki okiennej i drzwiowej. W toku rozpatrywanych spraw stwierdziłam, iż największym mankamentem zawieranych w tym zakresie umów jest brak pewności co do warunków na jakich usługa będzie wykonana, wyłączenie przez przedsiębiorców swojej odpowiedzialności za nienależyte wykonanie zlecenia oraz utrudnianie konsumentom odstąpienia w takiej sytuacji od umowy bądź dochodzenia roszczeń z tytułu opóźnienia. Spostrzeżenie te potwierdzają wyniki kontroli wzorców umownych prowadzonej przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który podjął działania zmierzające do wyeliminowania z obrotu umów zawierających sprzeczne z prawem postanowienia.

Sygnalizowane mi indywidualne problemy wskazują na fakt, iż konsumenci niestety nie czytają podpisywanych umów i nie korzystają z prawa negocjowania ich warunków narażając się na straty.

Nadal znaczną ilość spraw stanowiły skargi na usługi telekomunikacyjne świadczone przez operatorów telefonii stacjonarnej i komórkowej. O ile sposób załatwiania skarg i interwencji Rzecznika w zakresie usług powszechnych uległ znacznej poprawie (Telekomunikacja Polska P powołała specjalną sekcję do bezpośrednich kontaktów i współpracy z Rzecznikami Konsumentów) to skargi na Operatorów telefonii komórkowej często wymagają postępowania mediacyjnego przed Urzędem Komunikacji Elektronicznej dotyczące zwykle ofert promocyjnych operatorów sieci komórkowych.

Poważnym problemem i zagrożeniem dla interesów konsumentów jest obciążanie ich opłatami za usługi audiotekstowe, zwłaszcza międzynarodowe, wykonywane przez osoby trzecie wykorzystujące naiwność i niewiedzę abonentów nie korzystających z możliwości blokady połączeń komercyjnych i możliwości przekierowania na nie.

Bardzo istotnym i wrażliwym społecznie problemem jakim się zajmowałam w okresie sprawozdawczym była agresywna windykacja zaległości często nie istniejących bądź przedawnionych oraz sprzedaż usług poza lokalem przedsiębiorstwa. Metody stosowane przez przedsiębiorców na które skarżyli się konsumenci naruszały często ich prywatność, dobre obyczaje oraz prawo do pełnej i rzetelnej informacji. Wykorzystywali oni nieświadomość i zaufanie najczęściej ludzi starszych, samotnych i bezradnych, a wykonane usług wymiany drzwi, kuchenek gazowych, podgrzewaczy wody itp. finansowane zwykle kredytem bankowym były niskiej jakości, nieadekwatnej do ponoszonych kosztów.

Akwizytorzy nie dopełniali szczególnych obowiązków informacyjnych uniemożliwiając konsumentom skuteczne skorzystanie z **prawa do odstąpienia od tego typu transakcji** w ciągu **10 dni**, co uznać należy za szczególnie naganne wobec relacji pokrzywdzonych, którzy podali ofiarom przeróżnych wybiegów i kłamstw nieuczciwych przedsiębiorców.

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

Najbardziej pożądaną przez konsumentów i jak dotąd najskuteczniejszą formą egzekwowania roszczeń jest bezpośrednia interwencja Rzecznika w istniejące spory i konsekwentne dążenie do ich zakończenia. Podejmuję się tego jednak tylko w sytuacji gdy w sposób oczywisty wynika, iż prawa konsumenta zostały naruszone bądź wstawiennictwo moje jest dla konsumenta „ostatnią deską ratunku”. Taka forma pomocy jest bardzo czasochłonna, wymaga dużego zaangażowania i wnikliwej analizy stanu faktycznego i prawnego sprawy.

Kierowane do przedsiębiorców wystąpienia miały przede wszystkim charakter prośby o informacje, weryfikację stanowiska w sprawie reklamacji, propozycji polubownego załatwienia sprawy bądź poddania sporu do rozstrzygnięcia przez sąd konsumencki, a w ostateczności wezwań przed sądowych. Przedmiotową strukturę tych wystąpień i ich skuteczność przedstawia poniższa tabela.

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

Przedmiot sprawy	Ilość wystąpień ogółem	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku	Kwota odzysk. należności	
<b>I. Usługi, w tym:</b>	<b>66</b>	<b>40</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>11 700</b>	
bankowe	9	6	3	-	1 961	
ubezpieczeniowe	1	1	-	-	2 500	
systemy argentyńskie	2	-	1	1	-	
inne finansowe	4	2	2	-	2 342	
telekomunikacja	telefon stacjonarna	4	3	1	-	1 100
	telefon komórkowa	6	3	3	-	1 280
	TV kablowa i satelitarna	7	3	1	3	575
dostawa mediów	prąd	2	1	1	-	-
	gaz i ciepło	1	1	-	-	-
	woda i ścieki	2	2	-	-	370
informatyczne	2	1	1	-	98	
pralnicze	1	1	-	-	-	
remontowo - budowlane	11	6	2	3	-	
pocztowe	2	1	1	-	-	
komunikacyjne	4	3	-	1	1 006	
naprawy AGD/gwarancyjne	5	4	1	-	168	
fotograficzne	2	2	-	-	300	
krawieckie	1	-	1	-	-	
<b>II. Umowy sprzedaży, w tym:</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>4 419</b>	
wyposażenie wnętrz	1	1	-	-	-	
sprzęt RTV i AGD	2	2	-	-	2 100	
odzież	2	1	1	-	1 119	
obuwie	4	4	-	-	350	
samochody i akcesoria	1	1	-	-	500	
nieruchomości	1	-	-	1	-	
Inne	6	5	1	-	350	
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>4 077</b>	
<b>RAZEM</b>	<b>91</b>	<b>61</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>20 196</b>	

W okresie sprawozdawczym zakończono też 7 spraw z poprzedniego roku, w większości ze skutkiem pozytywnym, odzyskując należności w kwocie około **2000 zł**.

Do najistotniejszych moich interwencji w roku sprawozdawczym zaliczyłabym sprawy umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa w których udało się skutecznie doprowadzić do rozwiązania tych umów bądź renegotjacji ich warunków dostosowując spłatę należności do możliwości finansowych konsumentów, poprawę jakości wykonanej usługi oraz upustów cenowych. Wymagało to jednak znacznego zaangażowania z mojej strony w te sprawy i nieraz długotrwałych negocjacji z przedsiębiorcami oraz bankami.

W wielu sprawach interwencja Rzecznika Konsumentów okazywała się nieodzowna. Coraz częściej zdarza się, że długotrwałe, samodzielnie prowadzone przez konsumenta negocjacje z przedsiębiorcą udaje się zakończyć przez samo włączenie się Rzecznika do sprawy. Tak było np. przy rezygnacji konsumenta z usług linii lotniczych przy zakupie

bezwrotnego biletu na promocyjnych warunkach, anulowania umowy promocyjnej zawartej z operatorem telefonii komórkowej bez naliczania kar umownych zawartej przez konsumentkę pod presją znęcającego się nad nią syna, mebli zakupionych przez osobę chorą psychicznie, rozwiązania umowy o zakup drogiego, nieprzydatnego sprzętu medycznego, odszkodowania za torbę powierzoną do przechowania w supermarkecie, anulowania zaległości przez Telekomunikację Polska S.A. ze względu na trudną sytuację finansową i rodzinną abonenta.

Jak wynika z treści uzyskiwanych odpowiedzi, to nie względy formalno – prawne, lecz poparcie sprawy klienta przez Rzecznika i jego osobiste zaangażowanie przyczyniło się do rozwiązania problemu, co daje mi największą satysfakcję i potwierdzenie należytego rozumienia potrzeby powołania tej instytucji.

Do ciekawych interwencji zaliczyłabym sprawy nie wywiązywania się z ofert promocyjnych w gazetkach reklamowych hipermarketów oraz wydawcy kart telefonicznych.

### II.3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczącego się postępowania

Z uwagi na długotrwałe i kosztowne procesy sądowe oraz ograniczone możliwości osobistego zaangażowania się w nie Rzecznika pomoc konsumentom w dochodzeniu ich indywidualnych roszczeń polegała głównie na przygotowaniu pism procesowych oraz kontynuowaniu spraw wytoczonych na rzecz konsumentów w latach poprzednich.

Szczegółową ich strukturę przedstawia poniższa tabela

**Tabela nr 3: Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i pomoc prawna**

lp.	Przedmiot sporu	Ilość powództw ogółem w latach			Rozstrzygnięcie sądu		Sprawy w toku
		2003	2004	2005	pozytywne	negatywne	
1.	Powództwa dotyczące reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	1				1	
2.	Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania usług						
3.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów		19	2	5		16
4.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług			1		1	
5.	Sprawy kierowane do rozpatrzenia przez sąd polubowny						
6.	Wstępowanie rzecznika konsumentów do postępowań						
7.	Inne						
	Przygotowanie pozwu o przetremirowane rozliczenie umowy w systemie argentyńskim	3	1	1	3	1	1
	Pozew o niedozwolone klauzule umowne adhezyjne w postępowaniu karnym	1		1	1		1
<b>RAZEM</b>		<b>5</b>	<b>20</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>18</b>

Poza w/w pismami procesowymi przygotowywałam też konsumentom:

- zgłoszenie wierzytelności do masy upadłości,
- zarzuty od nakazu zapłaty
- odpowiedź na sprzeciw pozwanego od nakazu zapłaty
- inne pisma dotyczące usunięcia braków formalnych pozwu oraz propozycji ugody w postępowaniu sądowym

Dotyczyły one min. obuwia, usług remontowych i pożyczek oraz przedterminowego rozliczenia umowy o nabycie samochodu w systemie konsorcyjnym. Dzięki przygotowanemu konsumentowi pozwu o zapłatę na kwotę ok. **14.000** tys.zł , konsument uzyskał nakaz zapłaty, który chociaż nieprawomocny w drodze porozumienia stron został zaspokojony.

Konsumentom korzystali też z mojej pomocy w przygotowywaniu wniosków o rozstrzygnięcie sporu o nieuzasadnione wstrzymanie dostawy energii do Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki.

W okresie sprawozdawczym zapadło też 1 negatywne rozstrzygnięcie w sprawie o zapłatę z tytułu niezgodnego z umową dostarczenia samochodu wytoczonego w latach poprzednich. Po zapoznaniu się z uzasadnieniem wyroku Sądu Okręgowego w Świdnicy, na podstawie opinii Radcy Prawnego Starostwa reprezentującego mnie w tym trwającym ponad 3 lata procesie zrezygnowałam z wniesienia apelacji.

Z uwagi na długotrwałość procesów sądowych, koszty dochodzenia roszczeń oraz trudności w skutecznym egzekwowaniu korzystnych rozstrzygnięć sądowych bardzo ważne jest w dalszym ciągu wykorzystywanie wszelkich możliwości pozasądowego rozstrzygnięcia sporów konsumenckich oraz arbitrażu w poszczególnych gałęziach rynku.

Duże nadzieje w tym zakresie wiąże z ostatnią nowelizacją Kodeksu postępowania cywilnego dotyczącą mediacji możliwej do przeprowadzenia przed wszczęciem postępowania, jak też w jego toku oraz wzmocnienia pozycji sądownictwa polubownego.

#### **II.4. Współdziałanie z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi w zakresie ochrony konsumentów**

Zasady tej współpracy i współdziałania dotyczą przede wszystkim wymiany informacji na temat praktyk stosowanych przez przedsiębiorców na lokalnym rynku oraz podejmowanych działań w zakresie ochrony praw i interesów konsumentów.

W okresie sprawozdawczym wystąpienia moje do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów dotyczyły:

- sprzedaży przez Syndyka Masy Upadłości jednego z pośredników finansowych wierzytelności z nierozliczonych ostatecznie umów kredytowych na rzecz firm windykacyjnych oraz agresywnych metod ich działania, naruszających prywatność konsumentów oraz ochronę ich danych osobowych,
- wykorzystywania dominującej pozycji na lokalnym rynku przez Telekomunikację Polską S.A. poprzez uniemożliwianie korzystania z usługi Neostarda T.P. na promocyjnych warunkach wskutek bezprawnego przechowywania danych osobowych abonenta po rozwiązaniu umowy

- zagrożenia interesów konsumentów przy umowach leasingu konsumenckiego poprzez nie zapewnienie pełnej, rzetelnej i prawdziwej informacji o warunkach transakcji i stosowanie nadmiernie wygórowanych kar za rezygnację z wykonania umowy
- praktyk stosowanych przez lokalne hipermarkety dot. kontroli towarów zakupionych na wewnętrznych stoiskach
- praktyk stosowanych przez lokalnych przewoźników

Niestety Urząd nie dopatrył się w tych sprawach zagrożenia interesu publicznego ani też zbiorowych interesów konsumentów.

Podkreślić należy, iż stosownie do właściwości Urzędu sprawy o znaczeniu lokalnym przekazywane są do Delegatury we Wrocławiu, natomiast o zasięgu krajowym do Centrali w Warszawie.

Odpowiadając na reakcje mieszkańców powiatu wałbrzyskiego oraz zainteresowanie mediów włączyłam się też w przedsięwziętą akcję „bilbordową” Urzędu pod hasłem „**Nie daj się oskubać**” której nadrzędnym celem było zwiększenie świadomości konsumentów w zakresie ich praw i możliwości obrony ich indywidualnych interesów przez rzeczników konsumentów oraz promowanie skuteczności tej instytucji, za co otrzymałam specjalne podziękowania. Chociaż kampania ta była przygotowana przez Urząd pośpiesznie, bez konsultacji i wyprzedzającego powiadomienia Rzeczników, co umożliwiłoby im lepsze przygotowanie się do akcji, mam nadzieję, że trwale przyczyni się do wzrostu świadomości konsumentów oraz dobrej współpracy w przyszłości.

Podobnie współpraca przedstawia się z innymi instytucjami i organizacjami działającymi na rzecz ochrony konsumentów, jak też Rzecznikami Konsumentów sąsiednich powiatów, wśród których wyróżnić należy w szczególności z Ząbkowic Śl. i Kłodzka.

W okresie sprawozdawczym uczestniczyłam też :

- w postępowaniu wyjaśniającym prowadzonym przez Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Sanitarnej dot. szkodliwości promieniowania urządzeń telewizji kablowej
- rozstrzygnięciu konkursów konsumenckich z okazji 25 – lecia Klubu Federacji Konsumentów w Szczawnie Zdroju
- Konferencji organizowanej przez Stowarzyszenie „Szansa” dla dzieci i młodzieży nt. „Bezpiecznego Internetu”
- Spotkaniu organizowanym przez Pion Kontaktów z Klientami TP S.A. w Poznaniu n/t usług audiotekstowych, systemu radiowego dostępu i usług informatycznych oraz zmianie obsługi klienta
- spotkaniu zorganizowanym przez Region Zachodni Obsługi Klienta Indywidualnego TP S.A w Poznaniu na temat zmian w usługach audiotekstowych i formacie numeracji krajowej oraz Usługi Centrum Informacyjno-Sprzedazowego
- szkoleniu zorganizowanym przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich na zlecenie UOKiK n/t procesowej ochrony interesów konsumentów w postępowaniu cywilnym z udziałem Rzecznika Konsumentów, które mają być kontynuowane w br.

- w postępowaniu wyjaśniającym przed Komisją Etyki Dolnośląskiego Stowarzyszenia Pośredników w Obrocie Nieruchomościami we Wrocławiu na skutek skargi mieszkanki Wałbrzycha

## II.5. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym

Działania te polegają przede wszystkim na aktualizowaniu w miarę możliwości i potrzeb informacje istotne dla konsumentów na stronie internetowej Rzecznika, Biuletynie Informacji Publicznej oraz tablicy informacyjnej w siedzibie Starostwa..

Otrzymywane ulotki i broszury o tematyce konsumenckiej są rozpowszechniane za pośrednictwem urzędów miast i gmin oraz szkół powiatu wałbrzyskiego jak też w ramach indywidualnych konsultacji.

W odpowiedzi na zaproszenie Stowarzyszenia Konsumentów Polskich zgłosiłam chęć swojego udziału w działalności edukacyjnej w szkołach prowadzonej przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich na zlecenie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Niestety ze względu ograniczone możliwości finansowe projektu, kandydatura moja będzie rozpatrywana dopiero w następnych edycjach.

Wobec tego zgłosiłam potrzebę szkoleń nauczycieli i uczniów w zakresie praw i obrony interesów konsumentów do Wydziału Promocji , Współpracy Zagranicznej i Funduszy Zewnętrznych oraz Wydziału Edukacji, Kultury i Sportu tut. Starostwa w celu rozważenia możliwości przeprowadzenia tego w ramach pozyskanych środków unijnych.

Wspieram też wszelkie formy aktywności mieszkańców w tym zakresie oraz studentów przygotowujących prace magisterskie o tematyce konsumenckiej.

Bardzo istotna w popularyzacji wiedzy konsumenckiej oraz ostrzeganiu przed niebezpiecznymi zjawiskami na lokalnym rynku jest **współpraca z lokalnymi środkami społecznego przekazu** bardzo oczekiwana przez czytelników, radiosłuchaczy czy widzów.

W okresie sprawozdawczym polegała m.in. na przygotowywaniu publikacji bądź udzielaniu tematycznych wywiadów n/t:

- upadłości konsumenckiej i przeciwdziałaniu nadmiernemu zadłużaniu się konsumentów
- korzyści dla konsumentów wynikających z wejścia Polski do Unii Europejskiej oraz obowiązującej w niej polityce konsumenckiej
- usług turystycznych i agroturystycznych w regionie
- działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Wałbrzychu i zgłaszanych problemów
- przedsięwziętych zakupów i akcji UOKiK propagującej prawa konsumentów i instytucję Rzecznika

### III. Zestawienie realizowanych w roku sprawozdawczym zadań w stosunku do lat poprzednich

Instytucja Rzecznika Konsumentów, choć jeszcze bardzo "młoda" (funkcjonująca od 1999 r) w stosunku do innych instytucji i organizacji działających na rzecz ochrony konsumentów (najbardziej znana Inspekcja Handlowa od ponad 50 lat, Federacja Konsumentów 25 lat) coraz powszechniej postrzegana jest jako instytucja silna i efektywna.

Moim zdaniem przede wszystkim powinna być obiektywna i skuteczna. I taka jest, choć przy stałym wzroście zadań i ilości zgłaszanych i rozpatrywanych spraw przy ograniczonych możliwościach organizacyjnych i finansowych nie jest proste.

Strukturę ich, w szczególności na przestrzeni 3 lat funkcjonowania połączonego powiatu wałbrzyskiego (grodzkiego i ziemskiego) przedstawiają poniższe tabele.

**Tabela nr 4: Wykaz ilości spraw, podjętych interwencji i ich skuteczność**

Rok	Ilość spraw	Ilość pisemnych interwencji	Ilość pozytywnych	Skuteczność %
2000	70	45	29	64
2001	465	102	83	81
2002	486	97	61	63
2003	678	80	38	48
2004	895	72	38	53
2005	1174	91	61	67

**Tabela nr 5: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów w latach 2003-2005**

Przedmiot sprawy	Rok udzielonej porady			Dynamika	
	2003	2004	2005	03/04	04/05
<b>I. Usługi, w tym:</b>	272	366	389	134,56	106,28
bankowe/ubezpieczeniowe/finansowe	56	103	96	183,93	93,20
systemy argentyńskie	60	71	16	118,33	22,54
telekomunikacja (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, TV kablowa)	33	71	93	215,15	130,99
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	14	8	19	57,14	237,50
motoryzacyjne (serwis)	13	1	0	7,69	0,00
turystyczne i hotelarskie	20	1	5	5,00	500,00
pralnicze	7	5	5	71,43	100,00
remontowo - budowlane	30	80	108	266,67	135,00
Inne	39	26	47	66,67	180,77
<b>II. Umowy sprzedaży, w tym:</b>	326	411	609	126,07	148,18
wyposażenie wnętrz	12	33	56	275,00	169,70
sprzęt RTV i AGD	89	108	207	121,35	191,67
sprzęt komputerowy	11	19	27	172,73	142,11
odzież	41	34	54	82,93	158,82
obuwie	94	95	117	101,06	123,16
samochody i akcesoria	15	26	21	173,33	80,77
nieruchomości/domy/developerzy	3	2	5	66,67	250,00
Inne	61	94	122	154,10	129,79
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	15	25	28	166,67	112,00
inne	65	93	148	143,08	159,14
<b>RAZEM</b>	<b>678</b>	<b>895</b>	<b>1174</b>	<b>132,01</b>	<b>131,17</b>

**Tabela nr 6: Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony interesów konsumentów w latach 2003-2005**

Przedmiot sprawy	2003			2004			2005		
	Ilość wystąpień		Kwota odz. należność	Ilość wystąpień		Kwota odz. należność	Ilość wystąpień		Kwota odz. należność
	ogółem	zał. poz.		ogółem	zał. poz.		ogółem	zał. poz.	
<b>I. Usługi, w tym:</b>	<b>41</b>	<b>26</b>	<b>51501</b>	<b>53</b>	<b>28</b>	<b>50804</b>	<b>66</b>	<b>40</b>	<b>11700</b>
bankowe, finansowe, ubezpieczeniowe	8	5	5990	10	5	4563	14	9	6803
systemy argentyńskie	8	3	39000	12	5	19955	2		
telekomunikacja (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, TV kablowa)	13	10	3177	9	7	21779	19	9	3053
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	1	1		2			5	4	370
turystyczne i hotelarskie	1			2	2	100			
remontowo - budowlane	6	4	100	10	4	1619	11	6	
Inne	4	3	3234	8	5	2788	15	12	1474
<b>II. Umowy sprzedaży, w tym:</b>	<b>22</b>	<b>14</b>	<b>1195</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>125</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>4419</b>
wyposażenie wnętrz/meble	4	1	540	3	1		1	1	
sprzęt RTV i AGD/telefony komórkowe	10	8	415	2	1		2	2	2100
odzież	1	1		2	1	120	2	1	1119
obuwie	3	3	240	2	1		4	4	350
samochody i akcesoria/ komis	2			0			1	1	500
Inne	2	1		1	1	5	7	5	350
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>3666</b>	<b>5</b>	<b>3</b>		<b>8</b>	<b>7</b>	<b>4077</b>
inne	11	5		4	3				
<b>RAZEM</b>	<b>80</b>	<b>51</b>	<b>56362</b>	<b>72</b>	<b>39</b>	<b>50929</b>	<b>91</b>	<b>61</b>	<b>20196</b>

Jak z powyższego wynika skuteczność podejmowanych przeze mnie działań utrzymuje się na dobrym poziomie. Z satysfakcją mogę stwierdzić, że przedsiębiorcy coraz bardziej liczą się z moją opinią, chętniej współpracują w rozwiązywaniu zgłaszanych problemów i polubowym rozstrzygnięciu sporów. Oczywiście zdarzają się „niechlubne” wyjątki wobec których konieczne jest podjęcie bardziej zdecydowanych działań. Jest to tym bardziej przykre, gdy dotyczy przedsiębiorców działających na lokalnym rynku.

Mniej optymistyczne postrzegam stan świadomości konsumenckiej mieszkańców regionu, który nadal jest nie zadawalający. Są bardzo podatni na naciski handlowe, wszelkie promocje nie zawsze zgodne z dobrymi obyczajami kupieckimi, którym często brak po prostu „zdrowego rozsądku”. Na ich niewiedzy i naiwności, zwłaszcza osób starszych „żerują” nieuczciwi przedsiębiorcy narażając na znaczne straty, a często niestety na zagrożenie egzystencji rodziny.

Dlatego też tak ważne są działania informacyjno-edukacyjne przyczyniające się do wykształcenia modelu wyedukowanego konsumenta dokonującego racjonalnych wyborów.

#### **IV. Podsumowanie**

W przedłożonym sprawozdaniu chciałam w sposób możliwie przejrzysty zobrazować zakres ilościowy i rzeczowy realizowanych zadań, skuteczność podejmowanych działań, ale też znaczenie tej instytucji dla lokalnej społeczności.

Usytuowanie Rzecznika w strukturze powiatu przede wszystkim daje możliwość bezpośrednich kontaktów z mieszkańcami potrzebującymi pomocy i wsparcia, a często zwykłej życzliwej rozmowy. Pozwala to na właściwą ocenę sytuacji i zagrożeń ich interesów.

Nie do rzadkości należą wyrazy uznania i zadowolenia ze strony konsumentów twierdzących iż wielokrotnie korzystali z mojej pomocy i wsparcia pożądanym skutkiem.

Podziękowania typu „*Dziękuję za pomoc i dobre serce*”, „*Dziękuję za wsparcie i zaangażowanie w moją sprawę*”, „*Jak dobrze, że taka instytucja istnieje, bez niej nie poradziłabym sobie ze swoim problemem*” „*Cieszę się, iż szukając pomocy spotkałam nie tylko kompetentnego urzędnika, ale przede wszystkim dobrego człowieka*” oraz corocznie przysyłane życzenia świąteczne i imieninowe są dla mnie najpiękniejszym docenieniem tej trudnej i odpowiedzialnej pracy oraz poczucia dobrze spełnionego obowiązku.

Wałbrzych, luty 2006 r