

UCHWAŁA NR V/30/07
RADY POWIATU WAŁBRZYSKIEGO
z dnia 28 marca 2007 roku

w sprawie: zatwierdzenia sprawozdania Powiatowego Rzecznika Konsumentów z działalności za rok 2006.

Na podstawie art.12 pkt.11 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (tekst jednolity Dz.U. z 2001 roku Nr 142, poz.1592 z późn. zm.) w związku z art. 38 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz.U. z 2005 r Nr 244, poz. 2080), **Rada Powiatu Wałbrzyskiego uchwala, co następuje :**

§ 1

Zatwierdza się sprawozdanie Powiatowego Rzecznika Konsumentów z działalności za okres od dnia 1 stycznia 2006 roku. do dnia 31 grudnia 2006 roku, stanowiące załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Wykonanie uchwały powierza się Zarządowi Powiatu Wałbrzyskiego.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

PRZEWODNICZĄCY
Rady Powiatu Wałbrzyskiego

Andrzej Lipiński

UZASADNIENIE

Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów Rzecznik Konsumentów w terminie do dnia 31 marca każdego roku przedkłada Radzie do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim. Zatwierdzone przez Radę sprawozdanie Rzecznik Konsumentów przekazuje właściwej miejscowo Delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. W związku z powyższym istnieje potrzeba podjęcia w/w uchwały.

Załącznik do uchwały
Rady Powiatu Wałbrzyskiego
Nr V/30/07 z dnia 28 marca 2007
roku

SPRAWOZDANIE

z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów
w Wałbrzychu za 2006 rok.

I	WSTĘP	2
I.1	Podstawowe założenia polityki ochrony konsumentów.....	2
I.2	Podstawy prawne działania, formalno-prawne usytuowanie Rzecznika w powiecie oraz struktura i stan kadrowy biura	5
II	REALIZACJA USTAWOWYCH ZADAŃ.....	6
II.1	Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji w zakresie ochrony interesów konsumentów	7
II.2	Występowania do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów	11
II.3	Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczącego się postępowania	15
II.4	Współdziałanie z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi w zakresie ochrony konsumentów	16
II.5	Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.....	17
III	ZESTAWIENIE REALIZOWANYCH W ROKU SPRAWOZDAWCZYM ZADAŃ W STOSUNKU DO LAT POPRZEDNICH.....	19
IV	PODSUMOWANIE.....	20

I WSTĘP

Wykonując obowiązek wynikający z **art. 38** ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080 z późn. zm.) przedkładam Radzie Powiatu Wałbrzyskiego sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów, celem jego zatwierdzenia.

Wobec tego, iż sprawozdanie to mam przyjemność po raz pierwszy przedstawiać Radzie Powiatu Wałbrzyskiego w nowym składzie, informacje o podjętych w 2006 r. działaniach poprzedzę ogólnymi uwagami na temat polityki ochrony konsumentów, aby przybliżyć Państwu podstawowe założenia tej problematyki.

I.1 Podstawowe założenia polityki ochrony konsumentów.

Ochrona konsumentów jest pojęciem szerokim, obejmującym działania na wielu płaszczyznach, realizowane przez instytucje o różnych kompetencjach. Opiera się na dwojakiego rodzaju przesłankach ekonomicznych i społecznych i ma już bardzo długą tradycję.

Nowy bieg współczesnej polityce ochrony konsumentów nadał Prezydent USA J.F. Kennedy, przedstawiając Kongresowi Stanów Zjednoczonych projekt Ustawy o prawach konsumentów. W swym słynnym przemówieniu w dniu 15 marca 1962 r. powiedział „Konsument to my wszyscy”, zwracając uwagę na konieczność podejmowania działań w zakresie ich ochrony. Konsument – z natury rzeczy – jest zawsze słabszą stroną układu rynkowego, co wynika z nierówności ekonomicznej, organizacyjnej i informacyjnej, jaka zachodzi między biznesem (profesjonalistami) a konsumentem, na niekorzyść tego drugiego.

Wydarzenie to dało podwaliny dla określenia 5 najważniejszych praw konsumenta tj.

- PRAWO DO BEZPIECZEŃSTWA I OCHRONY ZDROWIA – dające podstawy do ochrony przed oferowaniem produktów i usług stwarzających zagrożenie dla życia i zdrowia konsumentów. W praktyce oznacza to wymóg określania cech bezpieczeństwa produktów oraz stworzenia mechanizmów zapobiegających przedostawaniu się do obrotu produktów niebezpiecznych oraz procedur szybkiego ostrzegania o przypadkach zaistniałego zagrożenia i wycofywania takich produktów z rynku.
- PRAWA DO OCHRONY INTERESÓW EKONOMICZNYCH – tj. ochrony konsumentów przed działaniami przedsiębiorców mogącymi naruszać ich interesy poprzez nierzetelne praktyki handlowe i marketingowe jak np. narzucanie niekorzystnych warunków umów, stosowanie cen nadmiernie wygórowanych i czyny nieuczciwej konkurencji. Dotyczy to zwłaszcza przedsiębiorców posiadających dominującą lub monopolistyczną pozycję na rynku oraz prawa nabywania towarów o odpowiedniej do ceny jakości.
- PRAWO DO INFORMACJI I EDUKACJI – tj. możliwość świadomego wyboru towarów i usług oraz podejmowania decyzji o ich nabyciu po odpowiedniej cenie i w należytej jakości. Podstawą dla dokonywania przez konsumentów racjonalnych wyborów jest rzetelna, pełna i prawdziwa informacja o cechach oferowanych towarów i usług, warunkach ich bezpiecznego używania (korzystania z nich), a także o procedurach reklamacyjnych w przypadku ujawnienia ich niewłaściwych cech.

- PRAWO DOSTĘPU DO EFEKTYWNEGO SYSTEMU DOCHODZENIA ROSZCZEŃ – procedury dochodzenia roszczeń konsumentów wobec przedsiębiorców naruszających ich interesy powinny być szybkie, uczciwe, tanie i łatwo dostępne. Konsumentom powinni być zapewniona pomoc w egzekwowaniu swoich praw. Władze państwowe powinny ustanawiać prawne i administracyjne środki do korzystania z formalnych i nieformalnych procedur umożliwiających uzyskanie stosownej rekompensaty.
- PRAWO DO ZRZESZANIA SIĘ I REPREZENTACJI – konsumenci powinni mieć zapewnione warunki do prezentowania swego stanowiska we wszystkich sprawach ich dotyczących tj. formułowania postulatów, publicznego ich wyrażania i uwzględniania w polityce gospodarczo-społecznej władzy państwowej, która powinna ułatwiać i wspierać działalność niezależnych organizacji konsumenckich.

Te uniwersalne zasady zostały podjęte przez Międzynarodową Organizację Związków Konsumentów, przez którą były promowane, rozwijane i wprowadzane w życie.

Legły też u podstaw *Wytycznych Zgromadzenia Ogólnego ONZ w sprawie ochrony konsumentów*, przyjętych jednomyślnie w 1985 r. Uzasadnia to stwierdzenie Estera Petersona, doradcy Prezydenta Stanów Zjednoczonych „... *sam fakt istnienia wydanej pod auspicjami Organizacji Narodów Zjednoczonych Karty Praw Konsumenta nie może być po prostu ignorowany przez jakikolwiek kraj, który chciałby być traktowany jako kraj cywilizowany*”.

Warto przy tym podkreślić, że pierwszą i przez wiele lat jedyną organizacją konsumencką w Europie Centralnej i Wschodniej była Polska Federacja Konsumentów zarejestrowana 7 lipca 1981 r. i zrzeszona w najbardziej znanej międzynarodowej organizacji – Consumers International skupiającej obecnie 250 stowarzyszeń z 115 krajów. Od 1983 r. 15 marca obchodzony jest jako „**Światowy Dzień Konsumenta**”. W Polsce dzień ten będzie obchodzony oficjalnie po raz szósty.

Konieczność przestrzegania przez Polskę powyższych praw konsumentów wynika zarówno z wewnętrznych uwarunkowań społeczno-gospodarczych, jak i ze zobowiązań międzynarodowych, w tym zwłaszcza podpisanego Układu Europejskiego. Artykuł 69 tego aktu wśród dziedzin, które powinny zostać objęte ujednoczeniem przepisów wymienia **prawo konsumenckie**. Problematyka harmonizacji regulacji prawnych dotyczących ochrony konsumenta i wyrównywania standardów tej ochrony do poziomu obowiązującego w Unii Europejskiej nabrała szczególnej aktualności w związku z procesami stowarzyszeniowymi.

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej w 1997 r. podniosła rangę ochrony konsumentów, nakładając w **art. 76** na wszystkie władze publiczne obowiązek ochrony konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Jednakże „przełożenie” normy konstytucyjnej na praktyczne działania władz i przedsiębiorców następuje poprzez tworzenie nowych ustaw bądź nowelizacji istniejących w kierunku zwiększenia poziomu ochrony konsumentów i pełnej harmonizacji przepisów krajowych z prawem konsumenckim Unii Europejskiej. Obecnie w Polsce obowiązuje w tym zakresie około **46** aktów prawnych. Kolejne są w przygotowaniu jak np.

- *ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*
- *ustawa o przeciwdziałaniu niewypłacalności oraz upadłości osoby fizycznej*

Przenoszą one do ustawodawstwa polskiego podstawy ochronny konsumenckiej obowiązującej w UE. Gwarantują konsumentom bezpieczeństwo zdrowotne, ekonomiczne, prawo do informacji, edukacji oraz opiekę wyspecjalizowanych instytucji społecznych i państwowych.

Centralnym organem administracji rządowej koordynującym i monitorującym całokształt działań z zakresu ochrony konsumentów jest **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**. Zadania swoje o charakterze zarówno legislacyjnym, informacyjno-edukacyjnym, jak i kontrolnym, wykonuje przy pomocy Centrali Urzędu w Warszawie i 9 terenowych Delegatur oraz przy pomocy organów Inspekcji Handlowej.

Współdziała też w tym zakresie z organizacjami konsumenckimi oraz samorządem terytorialnym.

Najważniejszym obowiązującym w okresie sprawozdawczym rządowym dokumentem, określającym zakres działań administracji publicznej w sferze zapewnienia konsumentom właściwego poziomu ochrony ich praw i interesów była „**Strategia polityki konsumenckiej na lata 2004 – 2006**” ukierunkowana na:

- *tworzenie bezpiecznego i przyjaznego konsumentowi rynku*
- *promocje dialogu prokonsumenckiego i mechanizmów samoregulacji*
- *stworzenie efektywnego systemu informacji, poradnictwa i dochodzenia roszczeń konsumenckich*
- *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.

Konsument nie może też, bać się robić zakupów za granicą własnego kraju. Musi mieć możliwość pełnego korzystania z przysługujących uprawnień i wsparcia w przypadku transakcji międzynarodowych oraz poruszania się po wspólnym rynku. Stąd też przed Komisją Europejską stają zupełnie nowe cele dla zapewnienia konsumentom wszystkich krajów członkowskich pełnego dostępu do korzyści, jakie niesie za sobą wspólny rynek oraz tworzenie Europejskich Centrów Informacji Konsumenckiej, będących swoistą strukturą pośredniczącą między Komisją Europejską a konsumentami krajów członkowskich.

W Polsce Centrum takie powołane zostało w styczniu 2005 r., które wspomaga konsumentów w sporach dotyczących zakupów transgranicznych. Finansowane jest ze środków Unii Europejskiej i UOKiK.

Polityka konsumencka jest ściśle powiązana z innymi politykami szczegółowymi, a zwłaszcza z **polityką konkurencji**. Nie jest bowiem możliwe zapewnienie wysokiego poziomu zaspokajania potrzeb konsumpcyjnych i wysokich standardów prawnych ochrony konsumentów bez konkurencyjnego rynku.

I.2 Podstawy prawne działania, formalno-prawne usytuowanie Rzecznika w powiecie oraz struktura i stan kadrowy biura.

W ramach reformy administracyjnej Państwa w 1998 r. wśród zadań własnych samorządu terytorialnego szczebla wojewódzkiego i powiatowego przewidziano min. ochronę interesów konsumentów. Szczegółowe kompetencje samorządu (jak i innych organów) w tym zakresie określa obecnie ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn. Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080). Zgodnie z **art. 33** tej ustawy podstawowym zadaniem samorządu jest prowadzenie edukacji konsumenckiej, w szczególności poprzez wprowadzanie elementów wiedzy konsumenckiej do programów nauczania w szkołach publicznych. O ile zakres zadań samorządu wojewódzkiego określono bardzo ogólnie, to zadania samorządu powiatowego wykonywane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów określono – w **art. 37** – konkretnie i bardzo szeroko.

W Wałbrzychu Powiatowy Rzecznik Konsumentów powołany został po raz pierwszy uchwałą Rady Powiatu Wałbrzyskiego z dnia 30 marca 1999 r. nr VI/24/99, który świadczył pomoc prawną dla mieszkańców 5 miast (tj. Boguszowa Gorce, Głuszycy, Jedliny Zdrój, Mieroszowa, Szczawna Zdrój) i 3 gmin (Czarny Bór, Stare Bogaczowice, Walim) jako zadanie dodatkowe obok obsługi prawnej Starostwa. Natomiast Uchwałą Rady Miejskiej Wałbrzycha z dnia 27 maja 1999 r. nr X/132/99 została powołana na funkcję Miejskiego Rzecznika Konsumentów (w mieście na prawach powiatu).

Po połączeniu powiatu grodzkiego z powiatem ziemskim na podstawie rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 25 czerwca 2002 r. w sprawie połączenia miasta na prawach powiatu z powiatem wałbrzyskim oraz ustaleniem granic niektórych powiatów (Dz. U. Nr 93, poz. 821) powołany został aktualnie urzędujący Powiatowy Rzecznik Konsumentów uchwałą Rady Powiatu Wałbrzyskiego z dnia 6 stycznia 2003 r. nr I/2/03, która powierzyła tę funkcję mojej osobie.

Posiadam wymagane ustawowo dla tej funkcji wykształcenie wyższe prawnicze i ponad 7-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, nauki języka angielskiego oraz obsługi programów komputerowych.

Od 1 stycznia 2006 r. biuro Rzecznika posiada dwa etaty (w tym 1 wakat). W realizacji powierzonych zadań w okresie sprawozdawczym wspierana byłam w zakresie obsługi techniczno-biurowej do 30 czerwca 2006 r. przez 1 osobę zatrudnioną w ramach robót publicznych a następnie przez stażystkę.

Coraz większa popularność instytucji Rzecznika Konsumentów wśród mieszkańców powiatu oraz mediów, wpływa na wzrost ilości osób korzystających z mojej pomocy. 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. 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 ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej.

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 oraz 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. 63³, art. 63⁴, art.479³⁸k. p. c.** Nie przewidują one natomiast żadnych uprawnień kontrolnych i nakazowych, co znacznie utrudnia osiągnięcie pożądanego skutecznego.

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**. Nie ułatwiają tego też rozbieżności interpretacyjne, co do obowiązujących w tym zakresie procedur oraz zbyt niska wysokość wymierzanych grzywien, nieadekwatnych do kosztów związanych z ustaleniem osób odpowiedzialnych za popełniony czyn i wykazaniem winy sprawcy. Sytuacja ta prawdopodobnie ulegnie zmianie po wejściu w życie nowej ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w której przewidziano karę za naruszenie tego obowiązku, nie mniejszą niż 2000 zł.

II.1 Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji 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 wzmocniony przez działania edukacyjne.

W ramach projektu PHARE 2003 (PL 2003/004-379/01.10.02 - *Polityka Ochrony Konsumentów*) w styczniu 2005 r. przekazano na rzecz Starostwa Powiatowego sprzęt komputerowy o wartości 3.973,56 PLN, współfinansowany ze środków budżetu UOKiK (umowa nr CFCU/D/2627/2005 z dnia 30. 12. 2005), a następnie system informatyczny - obsługa bazodanowa „*Skargi konsumenckie w Polsce*”, który ma ułatwić bieżący kontakt drogą elektroniczną z Urzędem oraz przyspieszyć wymianę informacji pomiędzy wszystkimi instytucjami zaangażowanymi w system ochrony konsumentów w Polsce, zarówno na szczeblu lokalnym jak i ogólnokrajowym (tj. rzeczników konsumentów, Inspekcji Handlowej, sądów polubownych, UOKiK i konsumenckich organizacji pozarządowych).

Z tego zakresu w czerwcu przeprowadzono we Wrocławiu jednodniowe szkolenie, ale w ocenie większości rzeczników niewystarczające dla prawidłowego i skutecznego korzystania z tego programu. Wobec tego, iż zgodnie z warunkami projektu wykorzystanie systemu będzie mogło być kontrolowane przez przedstawicieli jednostki finansująco - kontrolującej oraz UOKiK, Krajowa Rada Rzeczników podjęła w tej sprawie działania celem przedstawienia Urzędowi stanowiska w tej sprawie.

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 46 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 (najbardziej czasochłonne) 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 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 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa i informacji w zakresie ochrony konsumentów

Przedmiot sprawy	Rodzaj udzielonej porady		Ogółem
	telefoniczna	osobista	
I. Usługi, w tym:	171	217	388
finansowe/windykacja, pośrednictwo	15	43	58
bankowe	7	20	27
ubezpieczeniowe	7	13	20
systemy argentyńskie	2	5	7
telekomunikacja (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej)	15	29	44
TV kablowa	6	4	10
informatyczne	9	2	11
pocztowe	4	1	5
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	7	8	15
turystyczne i hotelarskie	6	4	10
pralnicze	1	2	3
remontowo - budowlane	42	50	92
motoryzacyjne	8	3	11
komunikacyjne	7	3	10
Inne (edukacyjne, medyczne, naprawy gwarancyjne)	35	30	65
II. Umowy sprzedaży, w tym:	440	235	675
telefony komórkowe	21	22	43
sprzęt RTV i AGD	105	70	175
wyposażenie wnętrz/meble	23	28	51
sprzęt komputerowy	31	15	46
Odzież	21	13	34
Obuwie	85	57	142
samochody i akcesoria/ komis	16	10	26
nieruchomości/domy, deweloperzy	2	3	5
materiały budowlane	14	5	19
Inne	122	12	134
III. Umowy poza lokalem i na odległość	28	17	45
IV. inne	43	32	75
RAZEM	682	501	1183

Na ogółem **1183** spraw, ponad połowa (57%) dotyczyła roszczeń z tytułu umowy kupna – sprzedaży. Najczęściej reklamowanymi towarami tradycyjnie już był sprzęt AGD (ok. 20 % wszystkich umów sprzedaży) oraz obuwie (21%). Znaczna część porad dotyczyła możliwości zwrotu towarów, zakupionych na próbę oraz przysługujących konsumentom uprawnień nie dotyczących konkretnego stosunku prawnego oraz różnicy między odpowiedzialnością sprzedawcy za niezgodność towaru z umową a gwarancją.

Wskazuje to na wzrost świadomości konsumenckiej i coraz większe zainteresowanie tą problematyką, co pozwala zapobiec sporom ze sprzedawcą.

Praktyczne aspekty stosowania obowiązujących w tym zakresie od 4 lat przepisów **ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej** wskazują na konieczność ich zmiany i dostosowania do naszego rynku oraz mentalności przedsiębiorców, jak też

konsumentów. Dotyczy to też przepisów Kodeksu Cywilnego, zwłaszcza w zakresie gwarancji.

Polscy przedsiębiorcy nie przestrzegają norm unijnych, a korzystanie z gwarancji przestaje być dla konsumentów opłacalne i bezpieczne. Powszechna staje się praktyka wymuszania na klientach tego trybu reklamacji, choć sprzedawcy doskonale wiedzą, że konsumenci mają prawo wyboru korzystniejszego trybu reklamacyjnego: z gwarancji (o ile przedsiębiorca jej udzielił) lub zwykłego z tytułu niezgodności towaru z umową u sprzedawcy. Jest to bardzo istotne zwłaszcza w sytuacji, gdy korzystanie z gwarancji wiąże się z odpłatnością albo wskazane punkty serwisowe są w odległych miejscowościach.

Istotny problem z gwarancjami występuje na rynku motoryzacyjnym. Naprawy i obowiązkowe, odpłatne przeglądy w praktyce realizują tylko autoryzowane stacje obsługi uzależnione od oficjalnych importerów. Wobec tego części zamienne są drogie a koszt usługi wyższy. Natomiast zgodnie z przepisami unijnymi dopuszczalne są naprawy i przeglądy przez niezależne warsztaty.

Ustawa wiele kwestii pozostawia uzgodnieniom między stronami, co jak wskazuje dotychczasowa praktyka jest bardzo konfliktogenne. Zawiera też wiele niejasnych, nieostrych pojęć, które każdorazowo muszą być interpretowane przez sąd. Dlatego też stosowanie jej w praktyce jest trudne i nastrocza wiele wątpliwości. Przedsiębiorcy samoczynnie zmieniają żądanie reklamacyjne konsumenta, dokonując zwykle napraw grzecznościowych, które co do zasady wymagają zgody konsumenta. Z uwagi na to, że reklamacje dotyczą zwykle drobnych spraw życia codziennego konsumenci 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 w dalszym ciągu dominowały **usługi remontowo-budowlane** (około 24 % wszystkich usług). Zarzuty dotyczyły głównie jakości i nieterminowości wymiany stolarki okiennej i drzwiowej. 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.

Nadal znaczna część udzielonych porad dotyczyła **usług finansowych**, a w szczególności pośrednictwa przy zawieraniu umów kredytowych, windykacji zaległości, jak też nadmiernego zadłużenia oraz pobierania nadmiernie wygórowanych odsetek od osób fizycznych.

Większość ze zgłaszanych przez konsumentów problemów wymagały odpowiednich regulacji prawnych wprowadzających ograniczenie wysokości pobieranych odsetek od kredytów i pożyczek, przeciwdziałania niewypłacalności oraz upadłości osoby fizycznej. Konieczne wydaje się być, objęcie nadzorem działalności usług pośrednictwa finansowego i windykacji. Konsumenci skarżyli się głównie na brak pełnej i prawdziwej informacji, wprowadzanie w błąd, co do warunków transakcji, ukrywanie rzeczywistych kosztów kredytów i wysokości opłat za nieterminową spłatę kredytu. Są to sprawy bardzo wrażliwe społecznie, gdyż często stanowią zagrożenie dla egzystencji całej rodziny.

Ustawa „antylichwiarska” wprowadziła przy kredytach konsumenckich (tj. udzielanych przez przedsiębiorcę osobie fizycznej do 80 tys. zł) limit maksymalnych odsetek (nie więcej niż czterokrotność stopy kredytu lombardowego NBP) i kosztów kredytu (do 5 % wartości udzielonego kredytu), ale odnosi się tylko do umów zawartych po 20 lutego 2006 r.

Dla wcześniejszych niestety wiążąca jest zasada swobody umów. W umowach kredytowych ponadto trzeba sprawdzać, jakie są koszty i warunki ubezpieczeń zabezpieczeń, czy nie ma w nich zapisów umożliwiających obniżenie oprocentowania kredytu o stałej stopie, jakie będą koszty w razie nie wywiązania się w terminie ze zobowiązań. Szczególnie zalecam ostrożność i wnikliwą analizę warunków umowy przy ofertach typu „Raty 0%”, gdyż wcale to nie oznacza, że kredyt nic nie kosztuje.

W odniesieniu do działalności **firm windykacyjnych**, skupujących, krótkoterminowe należności pieniężne na podstawie umowy cesji i factoringu, sprawy te należą do szczególnie trudnych i skomplikowanych. Konsument występuje w nich nie jako dłużnik z umowy o dostawę towaru i usług, lecz jako dłużnik nabywcy wierzytelności (zmiana wierzyciela). Skuteczna obrona jego interesów może być prowadzona tylko w postępowaniu sądowym poprzez podniesienie zarzutu nieistnienia zobowiązania bądź przedawnienia roszczeń, ale skarżący często nie dysponują stosownymi dokumentami. Działania tych firm są często agresywne i jak podnoszą skarżący naruszają ich prywatność.

Jeśli chodzi o **upadłość konsumencką** to, nikt nie kwestionuje konieczności ustawowego uregulowania tego tak palącego i bardzo wrażliwego społecznie problemu. Wiele projektów stosownych ustaw było przedkładanych do Sejmu kolejnych kadencji. Założeniem projektu tej ustawy jest przeciwdziałanie rozszerzającemu się zjawisku wykluczania społecznego, które dotyka niewypłacalnych dłużników, którym przysługuje prawo do zaspokojenia podstawowych potrzeb bytowych rodziny. Sporny natomiast jest zakres i metody rozwiązania tego problemu. Do końca nie wiadomo, ile jest nadmiernie zadłużonych gospodarstw domowych, ilu jest dłużników, którzy spełnialiby przesłanki podmiotowe ustawy, a także istnieje ryzyko wykorzystania takich przepisów przez nieuczciwych dłużników. Dyskusyjne jest, kto miałby to oceniać. Ze względu na koszty proponuje się organ pozasądowy. Pojawiły się koncepcje, aby była to specjalna komisja przy Rzeczniku Konsumenta bądź organizacja pozarządowa.

W ramach udzielonych porad sygnalizowano też problem „**agencji opłat**” działających bez nadzoru bankowego. Prowadzenie ich przez osoby fizyczne nie wymaga uzyskania specjalnych zezwoleń i koncesji, a jedynie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej. Korzystanie z punktów kasowych, prowadzonych przez osoby fizyczne staje się coraz bardziej popularną i dogodną formą regulowania rachunków, głównie ze względu na fakt, że znajdują się w miejscach często odwiedzanych przez konsumenta, pobierają w nich niskie prowizje. Dają więc oszczędność czasu i pieniędzy. Niestety nie zawsze jednak. Jak donoszą konsumenci zdarzają się przypadki nieterminowego przekazywania wpłat na rachunek wierzycieli, a nawet defraudacje wpłaconych pieniędzy. Podejmowane w indywidualnych sprawach interwencje nie przynoszą pożądanego rezultatu. Odzyskanie należności jest raczej niemożliwe, nawet po uzyskaniu nakazów sądowych. Z uwagi na skalę tego problemu, występującego nie tylko na lokalnym rynku, zasygnalizowałam UOKiK potrzebę podjęcia działań w zakresie ochrony zbiorowych interesów konsumentów. Mieszkańcom Powiatu zalecam daleką ostrożność w korzystaniu z takich punktów kasowych. Powierzając im swoje pieniądze należy przede wszystkim sprawdzić, do kogo należy taki punkt, czy posiada certyfikaty, cennik oraz ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej, jaki jest gwarantowany termin przekazania wpłat na konta wierzycieli, z jakim bankiem operator współpracuje. Dobrze, jeśli taki przedsiębiorca jest zrzeszony w *Polskiej Izbie Rozliczeń Finansowych*, bo w razie „wpadki” przejmie ona za niego odpowiedzialność. W przeciwnym razie konsument będzie musiał uregulować zaległości wierzycielowi, a swoich roszczeń dochodzić na drodze sądowej i to z wątpliwym skutkiem. W takich sytuacjach punkt zostaje zwykle zamknięty a właściciel znika z pieniędzmi klientów.

W zakresie **usług telekomunikacyjnych** porady dotyczyły możliwości rozwiązania umowych zawartej na warunkach promocyjnych bez konieczności zapłaty kary umownej na rzecz operatorów telefonii komórkowej, kwestie wymuszania oświadczenia woli o zawarciu umów o preselekcję przez jednego z konkurencyjnych wobec TP S. A. operatorów oraz możliwość rozwiązania umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych wobec nabycia wadliwego telefonu. Wiele problemów dotyczyło też żądania przez TP S. A. kar umowy z tytułu wcześniejszego rozwiązania umowy Neostrada TP zawartej na czas określony w związku ze zmianą cennika usług. W sprawie prowadzone było przez UOKiK postępowanie o ochronę zbiorowych interesów konsumentów, gdyż działania operatora są nie zgodne z prawem telekomunikacyjnym w świetle, którego można się ich domagać tylko w sytuacji, gdy przyznano abonentowi jakieś zniżki.

W okresie sprawozdawczym istotnie, bo o 60 % wzrosła ilość skarg na metody stosowane przy **zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorcy oraz na odległość**. Zasady tej formy sprzedaży bezpośredniej, a w szczególności obowiązki informacyjne naruszane są przede wszystkim wobec osób starszych, samotnych i bezradnych. Usługi wymiany drzwi, kuchenek gazowych, podgrzewaczy wody itp. finansowane zwykle kredytem bankowym, wykonywane są niestarannie. Najczęściej nie dopełniano szczególnych obowiązków informacyjnych uniemożliwiając konsumentom skuteczne skorzystanie z **prawa do odstąpienia od tego typu transakcji** w ciągu **10 dni**. Uznać to należy za szczególnie naganne wobec relacji pokrzywdzonych, którzy podali ofiarom przeróżnych wybiegów i kłamstw nieuczciwych przedsiębiorców.

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

II.2 Występowania 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, 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 informację, weryfikację stanowiska w sprawie reklamacji, propozycji polubownego załatwienia sprawy bądź poddania sporu do rozstrzygnięcia przez sąd konsumencki, a w ostateczności wezwań przed sądowych. Staram się w nich uświadamiać przedsiębiorcom, iż sposób rozpatrywania reklamacji i skarg wpływa na wizerunek firmy, a także zwracać uwagę na zalety sadownictwa polubownego.

Przedmiotową strukturę tych wystąpień i ich skuteczność przedstawia poniższa tabela.

Tabela 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	
I. Usługi, w tym:	50	29	16	5	18227	
bankowe	9	5	4	-	4664	
ubezpieczeniowe	1	1	-	-	2 000	
systemy argentyńskie	2	1	1	-	4500	
inne finansowe (windykacja, pośrednictwo)	3	2	1	-	-	
telekomunikacja	telefon stacjonarna					
	telefon komórkowa	3	2	1	-	61
	TV kablowa i satelitarna	4	3	1	-	952
	informatyczne	2	2	-	-	525
	pocztowe	1	1	-	-	-
dostawa mediów	Prąd (nielegalny pobór energii)	4	3	1	-	3225
	gaz i ciepło	2	1	1	-	-
	woda i ścieki	4	1	1	2	-
remontowo - budowlane	11	4	5	2	-	
edukacyjne	1		-	1	-	
komunikacyjne	1	1	-	-	2000	
turystyczne	1	1	-	-	300	
motoryzacyjne	1	1	-	-	-	
II. Umowy sprzedaży, w tym:	29	21	7	1	958	
wyposażenie wnętrz/ meble	3	3	-	-	-	
sprzęt RTV i AGD	5	4	1	-	-	
sprzęt komputerowy	3	2	1	-	-	
odzież	3	1	2	-	-	
obuwie	6	4	1	1	958	
samochody i akcesoria	1	1	-	-	-	
telefony komórkowe	5	4	1	-	-	
Inne	3	2	1	-	-	
III. Umowy poza lokalem i na odległość	11	9	2	-	10220	
IV INNE	2	-	1	1	-	
RAZEM	92	59	26	7	29405	

W okresie sprawozdawczym zakończono też 9 spraw z poprzedniego roku, w większości ze skutkiem pozytywnym.

Efektywność podejmowanych działań utrzymuje się na poziomie ubiegłego roku. Na 92 wystąpienia w indywidualnych sprawach konsumentów pozytywnie załatwiono około 64 %, a kwota odzyskanej należności wzrosła o 9 tys. zł. w stosunku do roku ubiegłego. Wiele interwencji podejmowanych było po wyczerpaniu przez konsumenta wszelkich możliwości polubownego załatwienia sprawy i postępowania mediacyjnych przed innymi instytucjami i organizacjami, działającymi na rzecz ochrony konsumentów. Sprawy te były szczególnie skomplikowane pod względem formalno- prawnym.

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 renegotiacji ich warunków dostosowując spłatę należności do możliwości finansowych konsumentów, poprawę jakości wykonanej usługi bądź uzyskania stosownych upustów cenowych. Wymagało to dużego zaangażowania i długotrwałych negocjacji z przedsiębiorcami oraz bankami.

Dla przykładu chciałabym wskazać sprawę zakupu na prezentacji w przychodni zdrowia aparatu do magnetoterapii o wartości 3.300zł. Jak wynikało z treści skargi klientki osoby starszej, samotnej i chorej, zachętą do podjęcia decyzji o zakupie tak drogiego urządzenia, które miało pomóc jej na natrączywe dolegliwości bólowe nóg był atrakcyjny 30 % upust cenowy oraz możliwość zakupu na raty.

Jak się okazało po dostarczeniu towaru i analizie warunków umowy kredytowej jego cena nie była adekwatna do jakości urządzenia, a upust cenowy pochłonęły koszty kredytu. Z pozoru prosta sprawa znacznie się komplikowała. Konsumentka nie skorzystała z przysługującego przy tego typu transakcjach prawa odstąpienia od umowy kupna-sprzedaży i kredytu w ciągu 10 dni od ich podpisania. Z Biurem Rzecznika skontaktowała się po upływie tego terminu. Podjęta przeze mnie próba polubownego anulowania transakcji trwała prawie 3 miesiące. Prowadzenie negocjacji było znacznie utrudnione. Konsumentka była mieszkanką Boguszowa-Gorce, bank kredytujący znajdował się w Poznaniu a sprzedawca w Dąbrowie Górniczej. Każdy deklarował chęć załatwienia tak wrażliwego społecznie problemu, jednakże każdy dbał o zabezpieczenie swoich interesów. Przedmiot sprzedaży był przewłaszczony przez bank jako zabezpieczenie kredytu, wobec czego sprzedawca ani konsumentka nie mogła nim swobodnie dysponować. Konieczna była zgoda banku, którą nie łatwo było uzyskać, zwłaszcza, że sprzedawca się do tego nie kwapił, deklarując jedynie, że gdy taka zgoda będzie to umowę rozliczy. Bank pomimo trwających negocjacji wzywał kredytobiorcę do regulowania zaległych rat, co rodziło jej niepewność i stresy. Istniało, bowiem ryzyko postawienia kredytu w stan natychmiastowej wymagalności i dochodzenia należności na podstawie bankowego tytułu egzekucyjnego. Do czasu ewentualnego rozstrzygnięcia sporu przez sąd konsumentka byłaby pozbawiona i tak skromnych środków na utrzymanie. Podejmowane przeze mnie liczne interwencje w tej sprawie wymagały wycucia i dostosowania metod nacisku do sytuacji. Jak w końcu udało mi się uzyskać na piśmie zgodę banku to sprzedawca usiłował wycofać się z wcześniejszych deklaracji, zlecając prowadzenie sprawy adwokatowi. Oczywiście mogłam wchodzić w spory prawne z kancelarią, ale wybrałam sprawdzony już sposób. Przesyłając zgodę banku do sprzedawcy podziękowałam z góry za wrażliwość na trudne sytuacje losowe klientów, co poskutkowało. Urządzenie odebrano od klientki a umowę rozliczono z bankiem.

W wielu sprawach interwencja Rzecznika okazywała się nieodzowna, jak np. w sprawie mieszkanki Wałbrzycha, która wpadła w pułapkę kredytu konsolidacyjnego. Chcąc zdobyć środki na zakup okien w wysokości 3500 zł (w grudniu 2005 kończyła się ulga podatkowa) postanowiła skorzystać z oferty banku dotyczącej zwiększenie kwoty posiadanego i regularnie spłacanego kredytu. Po przygotowaniu umowy kredytowej przez pośrednika i niestety podpisaniu jej przez klientkę okazało się, że uzyskała jedynie wydłużenie okresu spłaty kredytu, a do dyspozycji zaledwie 480 zł., co nie było adekwatne do kosztów anektowania umowy (prowizja 1500zł.). Długotrwała korespondencja klientki z bankiem nie dawała pożądanego rezultatu. Twierdzono, iż poprzedni rachunek kredytu został już zamknięty i sprawy nie da się już „odwrócić”. Dziwnym w sprawie wydawał się

fakt, iż dla otwarcia rachunku kredytu wspólnego z małżonkiem potrzebna była jego zgoda, a na zamknięcie już nie. Po mojej interwencji udało się sprawę załatwić pozytywnie i zgodnie z życzeniem klientki przywrócono poprzednie warunki umowy.

Sukcesem zakończyła się też sprawa konsumentki, będącej osobą niepełnosprawną, która dochodziła roszczeń z tytułu nienależycie wykonanej usługi wymiany okien, finansowanej ze środków PFRON-u w ramach usuwania barier architektonicznych. Sprawa była bardzo skomplikowana pod względem faktycznym i prawnym. Wykonawca usługi po dokonaniu tylko drobnych poprawek uchylał się od zaspokojenia roszczeń klientki, a prowadzone przed Inspektorem Inspekcji Handlowej przez 10 miesięcy postępowanie mediacyjne, nie dało pożądanego rezultatu. Po przejęciu sprawy, w której proces sądowy wydawał się nieunikniony, udało się nakłonić producenta okien do przywrócenie im funkcji uchylno-rozwiernych, mimo iż to nie on ponosił odpowiedzialność prawną za zaistniały stan rzeczy. Jest to godny naśladowania przykład pozytywnego podejścia przedsiębiorcy do problemu konsumenta będącego osobą niepełnosprawną.

Często zdarza się, że długotrwałe, samodzielnie prowadzone przez konsumenta spory z przedsiębiorcą udaje się pozytywnie zakończyć. Tak było np. w sprawie windykcji rzekomych zaległości od 95 - letniej mieszkanki Głuszycy. Wielomiesięczna korespondencja z przedsiębiorcą za pośrednictwem kancelarii adwokackiej nie przynosiła pożądanej skuteczności. Firma mimo żądania nie kierowała sprawy na drogę sądową, nękając ją wezwaniami do zapłat i telefonami narażając na stresy i niepokoje. Po przekazaniu tej sprawy przez UOKiK do indywidualnego prowadzenia udało mi się ostatecznie wycofać wierzycielność z windykcji.

Do ciekawszych i zarazem nietypowych spraw (wykraczających poza zakres zadań rzecznika konsumentów), które udało się pozytywnie załatwić zaliczyłabym uzyskanie odszkodowania za utratę instrumentu w przechowalni jednego z miejscowych supermarketów.

Kolejnym przykładem może być uzyskanie zadośćuczynienie z powodu odmowy zabrania na pokład samolotu dziecka mającego nogę w gipsie. Pokrzywdzeni z uwagi na pobyt ze granica nie mogli podjąć osobiście działań w tym kierunku. W takich, więc sytuacjach działania na rzecz konsumenta okazują się bardzo wskazane.

Niezależnie od interwencji w sprawach indywidualnych podejmowałam też działania w zakresie **ochrony zbiorowych interesów konsumentów**. Dotyczyło to głównie spraw, w których osobista interwencja nie przynosiła pozytywnych rezultatów, a okoliczności sprawy wskazywały na częste i nagminne naruszanie interesów konsumentów bądź działania sprzeczne z prawem. Dotyczyło to w szczególności oszustw na szkodę konsumentów, którzy na oferowane usługi wymiany drzwi i okien, zaciągali kredyty bankowe, a nie doczekali się realizacji umów.

Wobec tego, iż przedsiębiorca nie reagował na pisma klientów, jak też moje wystąpienia **złożyłam doniesienie o popelnieniu przestępstwa do prokuratury**. Wystąpiłam też do banku o wstrzymanie procedur bankowych wobec poszkodowanych, głównie osób niezamożnych, starszych, bezradnych i bezrobotnych. Akt oskarżenia przeciwko osobie działającej w imieniu tego przedsiębiorcy został przez prokuratora wniesiony do sądu.

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

Kierowanie spraw na drogę postępowania sądowego jest konsekwencją braku woli przedsiębiorcy do polubownego załatwienia sprawy, a w szczególności, gdy ignoruje roszczenia konsumentów, nie udziela żadnych informacji i wyjaśnień w sprawie złożonej reklamacji oraz dopuszcza się wielu naruszeń praw konsumentów.

W takich sytuacjach przygotowuję konsumentom pozwы do samodzielnego wniesienia oraz pisma procesowe na każdym etapie postępowania.

W okresie sprawozdawczym były to:

- pozwы w sprawie nienależytego wykonania usługi i reklamacji towaru z tytułu niezgodności towaru z umową
- wnioski dowodowe
- wniosek pozwanej o uzupełnienie dowodów przez powódkę
- wniosek powoda o zwolnienie od kosztów sądowych i ustanowienie adwokata
- oświadczenie o stanie majątkowym
- zażalenie na postanowienie o odmowie zwolnienia od kosztów sądowych
- cofnięcie pozwu

a spory dotyczyły nienależytej jakości notebooka, butów, mebli, drzwi, okien i usługi pralniczej.

W sprawach skomplikowanych, możliwe jest wstąpienie do postępowania Rzecznika – za zgoda powoda – i udzielania mu wsparcia. Wówczas do rzecznika mają zastosowanie przepisy k.p.c dotyczące prokuratora, w tym zapis o zwolnieniu z kosztów sądowych.

Wytaczanie powództw na rzecz konsumenta wykorzystywane jest w wąskim zakresie z uwagi na stosunkowo długi okres rozstrzygania sporów, koszty dochodzenia roszczeń a także trudności w komorniczym egzekwowaniu zasadzonych kwot. Wymaga to dużego zaangażowania, dlatego traktuję to jako ostateczność i podejmuję wszelkie, często uporczywe działania celem doprowadzenia do pozasądowego zakończenia sporu, co w roku sprawozdawczym wielokrotnie miało miejsce.

Podkreślić należy, że spory konsumenckie mogą być rozstrzygane przez sądy polubowne, które mają mniej sformalizowane procedury, są szybsze i tańsze a ich rozstrzygnięcia i zawarte przed nimi ugody mają moc orzeczeń sądów powszechnych. Aktualnie działają przy Wojewódzkich Inspektoratach Inspekcji Handlowej, Prezesie Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Rzeczniku Ubezpieczonych i Związku Banków Polskich-Arbiter Bankowy.

Konsumenci jak i przedsiębiorcy rzadko z tej drogi korzystają, gdyż mało o niej wiedzą. Dlatego w kierowanych do nich wystąpieniach staram się przedstawić zalety sądownictwa polubownego i zachęcić strony do skorzystania z tego sposobu rozstrzygania sporu z udziałem niezależnych rzeczoznawców.

W okresie sprawozdawczym udało mi się spór dotyczący rozliczenia robót budowlanych z konsumentem, będącym osobą niepełnosprawną skierować do takiego rozstrzygnięcia. Aby to było możliwe przedsiębiorca musi wyrazić na to zgodę.

Posiedzenie Sądu odbyło się 16 lutego br., na którym strony zawarły ugodę.

II.4 Współdziałanie z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumentckimi 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. Nie opierają się na rywalizacji, lecz pomocy i uzupełnianiu podejmowanych na rzecz mieszkańców powiatu wałbrzyskiego działań. Funkcjonowanie w Wałbrzychu Delegatury Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej oraz Federacji Konsumentów, z którymi nawiązałam współpracę już na początku swojej działalności znacznie ułatwia realizację ustawowych działań. Pozytywnie też oceniam rozpoczęcie działalności Biura Porad Obywatelskich. Dotychczasowe doświadczenie wskazuje na duże zapotrzebowanie na pomoc prawną w różnych sferach życia prywatnego i każda forma pomocy oraz wsparcia jest wskazana.

Stały i ścisły kontakt z przedstawicielami Inspekcji Handlowej pozwala na korzystanie z ich wieloletniego doświadczenia w załatwianiu indywidualnych spraw konsumentckich oraz praktycznej wiedzy i specjalistycznych opinii, a także na wykluczenie dublowania postępowań w tej samej sprawie. W razie złożenia przez klienta tej samej skargi w kilku instytucjach, uzgadnia się, kto przejmie ją do wyjaśnienia i ostatecznego załatwienia. Najczęściej wykonuje to Inspekcja Handlowa, do której ustawowych zadań należy min. prowadzenie postępowania mediacyjnego w zakresie handlu i usług. Jeśli okaże się ono nieskuteczne, konsument korzysta z pomocy prawnej Rzecznika w celu ewentualnego skierowania spraw na drogę postępowania sądowego. W okresie sprawozdawczym przy takiej współpracy udało się załatwić kilkanaście spraw. Korzystanie z pomocy Inspekcji znacznie zmniejsza koszty postępowania wyjaśniającego i daje gwarancję obiektywnej oceny stanu faktycznego i materiału dowodowego w danej sprawie. Niezbędne zaś jest to w sytuacji, gdy potrzebne są oględziny i wydanie opinii, co do jakości towaru lub wykonanej usługi.

Do Inspektoratu Inspekcji Handlowej sygnalizowane są też (bezpośrednio lub za pośrednictwem UOKiK) potrzeby przeprowadzenia kontroli legalności i rzetelności działania przedsiębiorców. W okresie sprawozdawczym dotyczyło to min. rzetelności świadczenia usług remontowo- budowlanych na podstawie umów, zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, odzieży i sprzętu AGD.

Współdziałanie z Klubem Federacji Konsumentów polega głównie na wymianie poglądów, doświadczeń i materiałów edukacyjnych z dziedziny ochrony praw konsumentów. We wrześniu uczestniczyłam w jubileuszowym zebraniu członków, na którym uhonorowano zasłużonych działaczy ruchu konsumentckiego oraz zainaugurowano konkurs „Placówka przyjazna konsumentowi”.

Na bieżąco współpracuję też ze Stowarzyszeniem Konsumentów Polskich w Warszawie, Arbitrem Bankowym, Rzecznikiem Ubezpieczonych, Rzecznikiem Odbiorców Paliw Urzędem Komunikacji Elektronicznej w ramach prowadzonych przez te instytucje dyżurów oraz postępowań mediacyjnych.

Bardzo korzystna jest bieżąca współpraca z Rzecznikami sąsiednich powiatów w ramach spotkań roboczych, wspólnych szkoleń, oraz obchodów Światowego Dnia Konsumenta.

Współpraca z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów odbywa się przede wszystkim przez korzystanie z udostępnianej nieodpłatnie literatury fachowej (książki, broszury, ulotki, materiały szkoleniowe). Szczególnie cenne i wykorzystywane w praktyce były przekazywane cyklicznie biuletyny zawierające bardzo przydatne informacje.

Pomocne są też bieżące kontakty (telefoniczne bądź pisemne) z właściwymi terenowo Delegaturami. W okresie sprawozdawczym dotyczyły one min.:

- sygnalizowanych praktyk ograniczających korzystanie z Internetu w Jedlinie-Zdroju (w sprawie prowadzone było postępowanie o naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, zmierzające do wydania stosownej decyzji).
- likwidacji w Wałbrzychu bezpłatnych punktów kasowych przez Dolnośląską Spółkę Gazowniczą - prawdopodobne jest wszczęcie postępowania w sprawie ochrony zbiorowych interesów konsumentów).

W lutym i lipcu uczestniczyłam w przeprowadzonym na zlecenie UOKiK szkoleniu dotyczącym m.in. zagadnień procesowych dochodzenia roszczeń konsumenckich przed sądem, usług turystycznych, finansowych i telekomunikacyjnych oraz stosowanych w tym zakresie wzorców umownych - uzyskując stosowny certyfikat.

Aktywnie włączyłam się w ogólnopolską kampanię „Moje Konsumenckie ABC”, o czym szczegółowo niżej.

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, a szkolenia i konferencje, w których uczestniczę, finansowane są ze środków UE i UOKiK.

II.5 Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.

Wobec wprowadzanych tak istotnych zmian w zakresie prawa konsumenckiego, w wyniku dostosowywania naszych regulacji do standardów unijnych, priorytetowym zadaniem staje się powszechna edukacja mającą na celu propagowanie wiedzy, rozwijanie świadomości na temat praw konsumentów oraz reguł działania na rynku wśród wszystkich jego uczestników. Ważną rolę do spełnienia w tym zakresie ma Rzecznik Konsumentów.

Działania w tym zakresie polegają przede wszystkim na zamieszczaniu w miarę możliwości i potrzeb informacji istotnych dla konsumentów na stronie internetowej, Biuletynie Informacji Publicznej oraz tablicy informacyjnej w siedzibie Starostwa oraz przygotowywaniu dla lokalnych mediów publikacji prasowych i tematycznych wywiadów.

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

W okresie sprawozdawczym aktywnie włączyłam się w ogólnopolską kampanię „Moje Konsumenckie ABC” zorganizowaną przez UOKiK, a współfinansowaną z funduszy UE. Skierowana ona była do uczniów szkół podstawowych, gimnazjalnych, liceów

i studentów. Celem jej było podniesienie świadomości młodych konsumentów, a w szczególności poinformowanie ich o prawach i obowiązkach, zwiększenie umiejętności racjonalnego odbioru przekazu reklamowego oraz rozbudzanie krytycznego podejścia do oferty rynkowej i technik sprzedaży. Adresatami jej byli także rodzice i nauczyciele.

W ramach tej kampanii, trwającej od marca do września na zaproszenie Prezesa UOKiK uczestniczyłam w konferencji naukowej we Wrocławiu prowadzonej pod hasłem:

- „*Młody konsument w sieci: aspekty prawne, medialne, edukacyjne, konsumenckie i marketingowe*” oraz
- „*Młody konsument: nastolatki wobec marki, reklamy i zakupów*”

Na zaproszenie Centrum Edukacji Obywatelskiej uczestniczyłam też w szkolenie dla nauczycieli wałbrzyskich szkół podstawowych, które cieszyło się dużym zainteresowaniem.

Z mojej inicjatywy podobne szkolenie przeprowadzone zostało dodatkowo dla nauczycieli szkół podstawowych z pozostałych gmin powiatu wałbrzyskiego, którego byłam współorganizatorem.

Podjęłam też działania celem pozyskania podręczników i materiałów edukacyjnych dla placówek oświatowych powiatu wałbrzyskiego, które nie uzyskały ich w ramach tej akcji (wybierano je losowo), a które w czasie kampanii zgłaszały takie zapotrzebowania.

Kampanią zainteresowałam też lokalne media, które informowały społeczność lokalną o podejmowanych działaniach.

Mimo zakończenia tej ogólnopolskiej akcji działania w tym zakresie w powiecie będą kontynuowane poprzez prowadzenie lekcji konsumenckich, w których zadeklarowałam swój udział.

Współpraca z lokalnymi środkami społecznego przekazu jest bardzo istotna w popularyzacji wiedzy konsumenckiej oraz ostrzeganiu przed niebezpiecznymi zjawiskami na lokalnym rynku.

W okresie sprawozdawczym współpracowałam przy przygotowaniu publikacje nt.:

- zapewnienia miejsc parkingowych przy budynkach użyteczności publicznej- Nowe Wiadomości Wałbrzyskie, styczeń
- zasad reklamowania żywności- Słowo Polskie.- Gazeta Wrocławska, styczeń
- firm zawierających umowy poza lokalem przedsiębiorstwa- lokalne media, luty
- obchodów Światowego Dnia Konsumenta pod hasłem: „Bezpieczne zakupy w sklepach i na aukcjach internetowych”- lokalne media, marzec
- „Gaz bez kontroli”- Słowo Polskie - Gazeta Wrocławska, maj
- szkoleń nauczycieli w ramach kampanii konsumenckiej- lokalne media, maj, wrzesień, październik,
- „udanego urlopu”- Tygodnik Wałbrzyski, czerwiec,
- „skarg na działalność Śląskiego Centrum Badań Opinii publicznej- TVN redakcja Krakowska”- sierpień,
- „posezonowe wyprzedaże”- Słowo Polskie - Gazeta Wrocławska,- październik,

- „możliwości zwrotu towarów”- Nowe Wiadomości Wałbrzyskie, grudzień,
- „zakupowe wpadki”- Tygodnik Wałbrzyski- grudzień

Byłam też gościem w siedzibie redakcji Słowa Polskiego - Gazety Wrocławskiej w Wałbrzychu w ramach dyżuru telefonicznego oraz gościem Telewizji Wałbrzyskiej (program był kilkakrotnie emitowany w grudniu ub.r. oraz lutym br.; dostępny był też na stronie internetowej telewizji).

III ZESTAWIENIE REALIZOWANYCH W ROKU SPRAWOZDAWCZYM ZADAŃ W STOSUNKU DO LAT POPRZEDNICH

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

Moim zdaniem przede wszystkim instytucja ta powinna być obiektywna, skuteczna i taka jest.

Porównanie realizacji zadań, na przestrzeni ostatnich 4 lat funkcjonowania połączonego powiatu wałbrzyskiego przedstawia poniższa tabela..

Tabela 3: Wykaz ilości spraw, podjętych interwencji i ich skuteczność

Rok	Ilość spraw	Ilość pisemnych interwencji	Ilość spraw pozytywnie załatwionych	Skuteczność (%)
2003	678	80	38	48
2004	895	72	38	53
2005	1174	91	61	67
2006	1183	92	59	64

Jak wynika z powyższego 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 polubownym 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 optymistycznie postrzegam stan świadomości konsumenckiej mieszkańców regionu, który nadal jest niezadowolający. Są oni 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 „żerują” nieuczciwi przedsiębiorcy narażając ich na znaczne straty, a często niestety na zagrożenie egzystencji rodziny.

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

Na nich też przede wszystkim zamierzamy koncentrować swoją działalność.

IV PODSUMOWANIE

Potrzeba zapewnienia skutecznej ochrony praw konsumentów jest dziś ważnym elementem polityki społecznej Państwa. Wprowadzane od kilku lat zmiany prawne, w tym instytucjonalne związane z ochroną interesów konsumentów i wzmacniające jego pozycję na rynku są warunkiem koniecznym, lecz niewystarczającym, aby konsument odczuł w praktyce poprawę swojej sytuacji. Prawo, aby było skuteczne musi być znane, rozumiane, a przede wszystkim respektowane.

Poważną rolę do spełnienia w tym zakresie mają Rzecznicy Konsumentów, jako grupa pierwszego kontaktu konsumentów z instytucjami zapewniającymi im ochronę w razie sporu z przedsiębiorcą. Powinni być przede wszystkim ośrodkami powszechnie dostępnej informacji i porady. Dzięki przyznanym kompetencjom i przypisanym zadaniom, Rzecznik Konsumentów może stać się jednym z głównych realizatorów polityki konsumenckiej Państwa. Musi być w jednej osobie kompetentnym doradcą, prokuratorem przed sądem w sprawach o ochronę naruszonych praw konsumenckich, oskarżycielem publicznym w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów, znawcą prawa gospodarczego, handlowego, ekonomii, towaroznawstwa, prawa sanitarnego i jakości zdrowotnej żywności. Również elokwentnym wykładowcą, gdyż sprawy edukacji i informacji konsumenckiej stanowią niezwykle ważne jego zadanie.

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, że wielokrotnie korzystali z mojej pomocy i wsparcia z pożądanym skutkiem. Stwierdzenia typu „Dziękuję za pomoc i dobre serce”, „Dziękuję za wsparcie i zaangażowanie w moją sprawę”, „Jak Pani mi nie pomoże to już nikt”, „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”, „Dziękuję za szczere zajęcie się sprawą i ludzką treść pism kierowanych do przedsiębiorcy”. Dają mi wiele satysfakcji i utwierdzają w przekonaniu, że dobrze rozumiem sens i potrzebę działania tej instytucji, zaś corocznie przysyłane życzenia świąteczne i imieninowe są dla mnie najpiękniejszym docenieniem tej trudnej i odpowiedzialnej pracy.

Wałbrzych, marzec 2007 r.

PRZEWODNICZĄCY
Rady Powiatu Wałbrzyskiego

Andrzej Lipiński