

Województwo świętokrzyskie
STAROSTA
21-11
mgr inż. Krzysztof Wrona

Sprawozdanie

Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Zawierciu za rok 2016.

Na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2015 r., poz. 184 z późn. zm.) Rzecznik przedkłada Staroście do zatwierdzenia roczne sprawozdanie z działalności w roku poprzednim.

Jednym z zadań powiatu zgodnie z art. 4 ust. 1 pkt 18 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (tekst jednolity: Dz. U. z 2016 r., poz. 814 z późn. zm.) jest ochrona praw konsumentów. Określone powyżej zadanie wykonuje w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Powiatowy Rzecznik Konsumentów.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Zawierciu zatrudniony jest na cały etat. Powierzone zadania wykonuje jednoosobowo. Pomoc konsumentom świadczona była przez 5 dni w tygodniu w godzinach pracy Starostwa Powiatowego w Zawierciu.

Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów do zadań Rzecznika Konsumentów należy między innymi:

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,

- współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi.

Oprócz w/w zadań i kompetencji Rzecznik Konsumentów może również:

- fakultatywnie wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować za ich zgodą do toczącego się postępowania,
- występować jako oskarżyciel publiczny w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów, w rozumieniu kodeksu wykroczeń,
- występować do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z zawiadomieniem dotyczącym podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, z zawiadomieniem dotyczącym podejrzenia naruszenia zakazu stosowania niedozwolonych postanowień wzorów umów.

Jednocześnie wskazać należy, że:

- Rzecznik Konsumentów jest bezpośrednio podporządkowany Staroście,
- Rzecznik Konsumentów w terminie do dnia 31 marca każdego roku przedkłada Staroście do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim,
- zatwierdzone sprawozdanie Rzecznik przekazuje właściwej miejscowo delegaturze UOKiK.

Instytucja Powiatowego Rzecznika Konsumentów jest podmiotem służącym ochronie podstawowych interesów konsumenta w stosunku do profesjonalnych podmiotów, jakim są przedsiębiorcy. Konsumentem jest natomiast osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

Zadania Rzecznika oraz prawa konsumentów wyznaczają, oprócz przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przepisy ustawy o prawach konsumenta, kodeks cywilny, ustawa o kredycie konsumenckim, ustawa o usługach turystycznych, ustawa o cenach, ustawa o języku polskim, ustawa o ogólnym bezpieczeństwie produktów, ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, ustawa - Prawo bankowe, ustawa – Prawo pocztowe, ustawa- Prawo przewozowe oraz szereg aktów wykonawczych m.in. do w/w ustaw.

W trakcie 2016 r. w Biurze Rzecznika Konsumentów zarejestrowano 1845 spraw związanych z ochroną praw konsumentów, co wskazuje na wyraźne zainteresowanie wśród konsumentów tematyką pomocy konsumenckiej.

Spośród wszystkich spraw konsumenckich w 1591 przypadkach Rzecznik udzielał konsumentom bezpłatnych porad konsumenckich i informacji prawnej, co miało miejsce w ramach rozmów osobistych z konsumentami, korespondencji mailowych, a także podczas rozmów telefonicznych.

Poradnictwo konsumenckie miało największy udział w ogólnej liczbie spraw będących przedmiotem działalności Rzecznika. Wynika to z dużego zapotrzebowania na taką formę pomocy.

Podobnie jak w latach poprzednich, porady polegały na udzieleniu konsumentom wszechstronnych wyjaśnień dotyczących praw i obowiązków konsumenckich, terminów składania reklamacji, wskazaniu odpowiednich przepisów, wyjaśnieniu podstawowych różnic między gwarancją a rękojmią, a także pomocy w przygotowaniu pism celem przedłożenia u sprzedawcy, włącznie ze wskazaniem jakie działania w konkretnej sprawie konsument ma podjąć.

Po uzyskaniu właściwej porady konsumenci podejmowali czynności w zakresie dochodzenia roszczeń przeciwko przedsiębiorcy.

W praktyce zdarzało się również, że Rzecznik udzielał porad z zakresu obowiązującego prawa przedsiębiorcom np. w sprawach dotyczących reklamowania towarów i usług, podnosząc ich wiedzę z tej dziedziny. Zasadniczo w takiej sytuacji Rzecznik powinien odmówić udzielenia porady, jednak mając na względzie dobro konsumenta udzielał wyjaśnień i informował o obowiązujących przepisach, co skutkowało poszanowaniem praw konsumentów we wzajemnych stosunkach.

W pewnych przypadkach konsumenci, zwłaszcza w wieku starszym, wymagali pomocy w toku całego postępowania reklamacyjnego. W tym zakresie Rzecznik służył pomocą nie tylko w kwestii fachowej informacji, ale również pomagał redagować pisma, począwszy od napisania zgłoszenia dotyczącego ujawnienia wad towaru/usługi, poprzez procedurę reklamacyjną, aż do ewentualnego przygotowania pozwu.

Każda porada kończy się zaproszeniem do ponownego nawiązania kontaktu z Rzecznikiem w przypadku jakichkolwiek trudności w rozwiązaniu problemów, bądź wyjaśnienia wątpliwości.

Do Rzecznika zgłaszali się także konsumenci, którzy chcieli uzyskać informacje bądź porady w innych sprawach, np. z zakresu przepisów prawa miejscowego, prawa pracy, prawa spadkowego, rodzinnego, ubezpieczeń, spółdzielczego oraz dotyczącego wspólnot mieszkaniowych. Osoby te często nie wiedziały do kogo mają się zwrócić, dlatego też Rzecznik wskazywał podmioty właściwe do udzielenia pomocy lub wyjaśnienia przedstawionych zagadnień.

Szczegółową charakterystykę udzielonych porad przedstawia tabela nr 1.

data	
1	bankowe (inne niż kredyt konsumencki) 47
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	
20	
21	
22	
23	
24	
25	
26	
27	
28	
29	
30	
31	

usługi, w tym:

- parabankowe (inne niż bankowe i kredyt konsumencki) 21
- kredyt konsumencki 74
- ubezpieczeniowe 18
- systemy argentyńskie 0
- telekomunikacja (telefon, internet) operatorzy stacjonarni i komórkowi 78
- telewizja (TV kablowa, TV satelitarna) 50
- dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda) 175
- wywóz śmieci i kanalizacji 7
- informatyczne 6
- motoryzacyjne (serwis) 26
- turystyczne i hotelarskie 40
- timeshare 1
- pralnicze 19
- remontowo-budowlane 40
- pocztowe 4
- medyczne 1
- dentystyczne 1
- edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne) 30
- komunikacyjne 10

W udzielonych poradach dominowały następujące kategorie spraw:

a) związane z wadliwością lub niezgodnością z umową świadczonych usług.

Podstawowymi problemami, z jakimi konsumenci się spotykali w tym zakresie były:

- usługi telekomunikacyjne – podszywanie się przedstawicieli firm konkurencyjnych pod firmę, której konsument jest abonentem oraz świadczenie usług niezgodnie z warunkami umowy;
- usługi dostawy energii elektrycznej – wprowadzanie w błąd konsumentów co do tożsamości przedsiębiorcy, nieprzekazywanie konsumentom dokumentów potwierdzających zawarcie umowy i jej warunki;
- kredyt konsumencki – w związku ze zmianą ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim wprowadzającą nowe rozwiązania wzmacniające ochronę osób fizycznych w obszarze kredytów konsumenckich udzielanych przez banki, SKOK-i i instytucje pożyczkowe, konsumenci chcieli uzyskać informację na temat wprowadzonych zmian, w szczególności co do kosztów udzielanych kredytów oraz przysługującego prawa do odstąpienia od umowy kredytu;

b) związane z umową sprzedaży konsumenckiej – reklamacje towarów zakupionych. Najczęściej reklamowanym towarem (w kolejności wykazanej częstotliwością problemu) było obuwie, odzież, sprzęt RTV i AGD, sprzęt komputerowy, telefony komórkowe oraz materiały budowlane.

Najczęściej spotykanymi przez konsumentów trudnościami w kontaktach ze sprzedawcami, podobnie jak w latach poprzednich, były przede wszystkim wady towaru oraz sposób załatwiania reklamacji, narzucanie konsumentom przez przedsiębiorcę własnego sposobu załatwienia reklamacji, niezależnie od żądań zgłoszonych przez konsumentów.

Nadal częstą praktyką sprzedawców jest odsyłanie konsumentów z uwagi na nieznajomość przez nich swoich praw do punktów serwisowych w celu wyłączenia swojej odpowiedzialności z tytułu rękojmi.

Kupujący wchodzili natomiast w relacje z gwarantem z tytułu gwarancji, a więc na warunkach ustalonych przez nich samych. Z uwagi na fakt, iż udzielenie gwarancji nie jest obowiązkiem, a jej treść gwarant może swobodnie kształtować, uprawnienia konsumentów z tytułu gwarancji są słabe i często narażają konsumentów na:

- długi czas naprawy lub wymiany towaru;
- brak możliwości (mimo ewidentnej wadliwości towaru) wymiany towaru na nowy wolny od wad, ponieważ gwarant zastrzegł sobie wyłącznie naprawę;
- żądanie od konsumentów opłat w sytuacji nieuzasadnionej, w ocenie serwisu, reklamacji;
- uzależnienie ochrony gwarancyjnej od obowiązku wykonywania płatnych przeglądów serwisowych.

W ramach poradnictwa konsumenci otrzymywali również wzory pism, oświadczeń i zgłoszeń reklamacyjnych oraz teksty odpowiednich aktów prawnych.

Rzecznik, udzielając porad, informuje konsumentów o ich prawach i obowiązkach, analizuje zapisy umów, kart gwarancyjnych, regulaminów.

Interesy Konsumentów były również istotnie naruszone poprzez nieprawidłowości w umowach zawieranych **poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość**:

- polegające na wykorzystaniu łatwowierności konsumentów, zwłaszcza osób starszych, co do przedstawionej oferty towaru;
- w przypadku skutecznego odstąpienia od umowy, przedsiębiorcy niezasadnie powoływali się na regulacje prawne wyłączające prawo do odstąpienia od umowy lub też celowo zwlekali ze zwrotem zapłaconej przez konsumenta ceny;
- brak wskazania w umowie adresu, na który należy zwrócić towar w sytuacji skutecznego odstąpienia od umowy.

Poza udzielonymi poradami prawnymi Rzecznik zarejestrował **254 wniosków o podjęcie czynności mediacyjnych** z przedsiębiorcami zmierzających do ugodowego zakończenia zaistniałego sporu.

Dodatkowo w 2016 r. Rzecznik kontynuował prowadzenie spraw wszczętych w roku poprzednim.

Pomoc w formie mediacji była udzielana w sprawach, w których konsumenci wyczerpali przysługujące im środki prawne.

Kierowane do przedsiębiorców wystąpienia miały charakter pisemnego wniosku o udzielenie wyjaśnień, ponowne przeanalizowanie okoliczności sprawy, ustosunkowanie się do uwag i opinii dotyczących niezgodnego z prawem załatwienia reklamacji, poddanie sporu pod rozstrzygnięcie sądu polubownego.

Rzecznik prowadził mediacje w formie pisemnej, polegające głównie na przedstawieniu stanowiska konsumenta popartego rzeczowymi argumentami i wskazaniem stosownych przepisów prawa, co często prowadziło do pozytywnego zakończenia zaistniałego sporu. Struktura prowadzonych wystąpień do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw i interesów konsumentów w 2016 r. przedstawia się następująco.

usługi:

- sprzedaż energii elektrycznej – 12 spraw:

każdy konsument ma możliwość dokonania samodzielnego wyboru sprzedawcy energii elektrycznej. Sytuacja ta powoduje, że na rynku energetycznym dochodzi do stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych.

Przedstawiciele handlowi reprezentujący alternatywne przedsiębiorstwa energetyczne odwiedzają konsumentów w ich domach, proponują podpisanie nowej umowy dotyczącej sprzedaży energii elektrycznej, nie informując przy tym jaką firmę reprezentują. Nierzadko podają się za pracowników Tauron i nie pozostawiają żadnych dokumentów, które pozwalałaby konsumentowi zorientować się z jakim podmiotem zawarł umowę. W kilku przypadkach konsumenci, którzy zgłosili się do Rzecznika twierdzili, że nie podpisywali umów. Po otrzymaniu od operatorów kopii umów oświadczali, że ich podpisy zostały podrobione. W przypadkach takich konsumenci byli kierowani do organów ścigania Policji i Prokuratury, po czym w wielu przypadkach podjęte przez Rzecznika mediacje, skutkowały rozwiązaniem umów bez naliczania kary umownej.

- medyczne – 1 sprawa,
- krawieckie – 1 sprawa,
- ubezpieczenia – 2 sprawy,
- bankowe, parabankowe – 9 spraw: sprawy dotyczyły nienależytego wykonywania umów zawartych z konsumentami oraz nienależytego świadczenia usług bankowych na rzecz konsumentów.
- turystyczne – 4 sprawy: roszczenia konsumentów związane były z nienależytym wykonaniem umowy, polegającym na niezapewnieniu przez organizatorów imprezy turystycznej warunków przewidzianych w umowie.
- usługi telekomunikacyjne (operatorzy, TV kablowa, pocztowe) – 24 sprawy:

można tutaj odnotować sprawy, gdzie zapewnienia przedstawicieli operatorów nie mają pokrycia w pisemnych warunkach umowy, a także sprawy podstępnego wprowadzenia w błąd przez przedstawiciela innego operatora, niż ten, z którym konsument ma podpisaną umowę.

- internetowe – 2 sprawy: konsumenci skarżyli się na nienależyte wykonywanie umowy,

- remontowo – budowlane – 11 spraw:

zarzuty konsumentów dotyczyły głównie trudności z wyegzekwowaniem przysługujących uprawnień i niskiej jakości świadczonych usług.

- usługi przewozu (kurierskie) – 3 sprawy: w usługach **przewozowych** prowadzone sprawy związane były z nienależytym wykonaniem umowy przewozu, zniszczeniem przesyłki,
- usługi pralnicze – 1 sprawa,
- usługi motoryzacyjne – 1 sprawa,
- kursy – 1 sprawa

Umowy sprzedaży:

- wyposażenie wnętrz (AGD, RTV), armatura sanitarna - 24 sprawy: sprawy dotyczyły wadliwości różnego rodzaju towarów gospodarstwa domowego i armatury sanitarnej w tym: telewizory, pralki, lodówki, płyty kuchenne, kabiny prysznicowe.
- odzież – 5 spraw: zastrzeżenia konsumentów związane były przede wszystkim z niską jakością materiału, ujawniającą się po stosunkowo krótkim okresie użytkowania.
- obuwiu – 71 spraw: podobnie jak w latach poprzednich obuwiu jest najczęściej reklamowanym towarem. W zakresie obuwia najczęściej występowały sprawy dotyczące nieuznanych reklamacji związanych z niską jakością obuwia. Na skutek wystąpień Rzecznika połowa spraw została załatwiona pozytywnie. W dalszym ciągu problemem są opinie rzeczoznawców w tym zakresie, wystawione na zlecenie sprzedawcy. Opinie te są wystawiane na niekorzyść konsumenta i w wielu przypadkach wykazują się podobieństwem. Zdarza się, że nawet w przypadkach oczywistej wady produktu, występującej po bardzo krótkim okresie użytkowania,

przedsiębiorcy usiłują uzasadnić odmowę uznania reklamacji, a winą obarczyć konsumenta, zarzucając niewłaściwą konserwację lub użytkowanie. Takie zachowanie jest bardzo krzywdzące dla konsumenta i osłabia zaufanie do sprzedawcy, jak i marki reklamowanego towaru.

- materiały budowlane – 5 spraw: zastrzeżenia konsumentów związane były przede wszystkim z niską jakością zakupionego towaru,
- sprzęt sportowy – 5 spraw, zastrzeżenia konsumentów związane były przede wszystkim z wadliwością zakupionego towaru,
- meble, wypoczynki, wyposażenie wnętrz - 24 sprawy: zastrzeżenia konsumentów dotyczyły nieuznanych reklamacji w sytuacji ujawnienia się wad,
- okna, akcesoria – 1 sprawa,
- sprzęt motoryzacyjny, samochody, akcesoria – 3 sprawy,
- drzwi – 2 sprawy,
- urządzenia grzewcze – 1 sprawa,
- elektronarzędzia, sprzęt sportowy – 2 sprawy,
- biżuteria, galanteria skórzana – 2 sprawy,
- komputery, akcesoria – 6 spraw,
- telefony – 13 spraw: powodem wystąpień była kwestionowana przez konsumentów jakość zakupionych telefonów, a także odmowa przeprowadzenia bezpłatnych napraw gwarancyjnych sugerując, że uszkodzenia nastąpiły z winy użytkownika (np. zalanie telefonu ciecżą), co zwykle powoduje, iż wykazanie przez konsumentów za pomocą dowodów, że sytuacja taka nie miała miejsca jest znacznie utrudnione.

Umowy poza lokalem i na odległość - 18 wystąpień

Podobnie jak w latach poprzednich, sprzedawcy stosują liczne chwyt marketingowe, które mają zachęcić konsumentów do zakupu. Wskazują na wyjątkowość i atrakcyjność danej oferty. Od kupującego wymagają podjęcia decyzji w bardzo krótkim czasie. Wszystko to powoduje, że konsument podejmuje nie do końca przemyślane decyzje. Towary oferowane na różnego rodzaju prezentacjach są zazwyczaj przeciętnej jakości, a ich cena nieadekwatna do wartości.

Największą grupę ludzi, która ulega „magii zakupów cudownych, niepowtarzalnych towarów, wyjątkowej okazji” stanowią osoby starsze.

Umowy te z uwagi na element zaskoczenia i okoliczności ich zawierania, utrudniają konsumentom zastanowienie się, przemyślenie proponowanych warunków umowy, porównanie cen, czy też wywołują brak stanowczości konsumentów pomimo chęci odmowy zawarcia umowy.

W przypadku, gdy konsumenci zgłaszali się do Rzecznika przed upływem 14 dniowego terminu, Rzecznik udzielał pomocy w sporządzeniu stosownego oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Jednocześnie z podpisaniem umowy poza lokalem przedsiębiorstwa konsumenci często zawierają umowę kredytu konsumenckiego. Zdarza się, że przedstawiciele nie pozostawiają egzemplarza takiej umowy, uniemożliwiając tym samym identyfikację kredytodawcy. Prowadzenie tego typu spraw jest bardzo czasochłonne. Zważywszy bowiem na fakt, że konsumentami w takich sprawach są najczęściej osoby starsze, samotne będące emerytami, rencistami, Rzecznik świadczył kompleksową obsługę prawną począwszy od pomocy w przygotowaniu oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem, odstąpienia od umowy kredytu bankowego, aż po pisemne interwencje skierowane do przedsiębiorcy i banku.

Zestawienie wystąpień do przedsiębiorców przedstawia tabela nr 2

tabela nr 2

Wyszczególnienie	Ogółem ilość wystąpień	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Przygotowanie pozwu	Sprawy w toku
I. Usługi ogółem, w tym:					
sprzedaż energii elektrycznej	12	7	3		2
medyczne	1				przekazano wg właściwości
krawieckie	1				1
ubezpieczenia	2		1		1- skierowanie

					do właściwej instytucji
bankowe, parabankowe	9	4	2		1- przekazano wg właściwości, 2 sprawy w toku
turystyczne	4	1	3	1	
telekomunikacyjne (operatorzy, TV kablowa), pocztowe	24	11	10		1- przekazano do UOKiK, 3 sprawy w toku.
internetowe	2		2		
remontowo budowlane	11	3	5		1- przekazano wg właściwości, 2 sprawy w toku
usługi przewozu (kurierskie)	3	2	1		
usługi pralnicze	1		1		
usługi motoryzacyjne	1		1		
kursy	1				1
II. Umowy sprzedaży ogółem, w tym:					
wyposażenie wnętrz (AGD, RTV), armatura sanitarna	24	12	7	1	1- skierowanie do Europejskiego Centrum Konsumenta, 4 sprawy w toku
obuwie	71	31	35	2	1- przekazano wg właściwości,

					4 sprawy w toku
odzież	5	3	1		1
materiały budowlane	5	3	2		
sprzęt sportowy	5	5			
meble, wypoczynki, wyposażenie wnętrz	24	11	9		2- przekazano wg właściwości, 2 sprawy w toku
okna, akcesoria	1	1			
sprzęt motoryzacyjny, samochody, akcesoria	3	1	1		1
drzwi	2	1	1		
urządzenia grzewcze	1		1		
elektronarzędzia, sprzęt gospodarczy	2	1	1		
bizuteria, galanteria skórzana	2	1			1
komputery, akcesoria	6	3	2		1
telefony	13	4	6		3
III. Umowy poza lokalem i na odległość	18	9	8	1	1

Rzecznik stara się pomóc konsumentom w sposób maksymalnie skuteczny, podejmując mediacje. Mediacja nie naraża żadnej ze stron na ponoszenie dodatkowych kosztów i ma na celu pozasądowe zakończenie sporu.

Zdarza się jednak, że w przypadku ewidentnie złej woli przedsiębiorców, rozbieżnych stanowisk stron, braku zgody na rozstrzygnięcie sprawy przez polubowny sąd konsumencki, braku odpowiedzi na wezwanie Rzecznika, pozostaje jako ostateczność droga sądowa.

W 5 przypadkach konsumenci zdecydowali się na dochodzenie roszczeń przed sądem powszechnym. Rzecznik udzielał takim konsumentom pomocy prawnej w formie sporządzenia pozwu i udzielenia dodatkowych wskazówek. Tego typu działanie wymaga dużego nakładu pracy, każda bowiem sprawa kierowana do sądu jest inna i wymaga wnikliwego rozpatrzenia. Wymogi formalne i specyfika sporządzania pozwów do sądu powszechnego na specjalnych formularzach urzędowych wymagała dużego zaangażowania, a także doświadczenia.

W roku sprawozdawczym, tak jak w latach poprzednich Rzecznik na bieżąco współpracował z właściwymi miejscowo Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, przejawiającą się przede wszystkim we wzajemnym sygnalizowaniu problemów dotyczących naruszeń praw konsumentów oraz informowaniu o podjętych działaniach w tym zakresie.

Dodatkowo Rzecznik odpowiadał na kierowane do niego zapytania organów ścigania badających działalność przedsiębiorców pod kątem naruszenia przez nich norm prawa karnego. Kontynuowana była również współpraca z Urzędem Rejestracji Produktów Leczniczych Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych. Sprawa dot. firmy sprzedającej urządzenia lecznicze w ramach umów zawieranych z konsumentami na pokazach (poza lokalem przedsiębiorstwa). Z wyjaśnień złożonych przez konsumenta wynikało, iż przedstawiciel firmy świadomie przekazał nieprawdziwe informacje o okolicznościach wpływających na decyzję konsumenta składającego oświadczenie woli, co w sprawie dotyczyło stanu zdrowia konsumenta.

W przypadku firm energetycznych, operatorów telekomunikacyjnych, problem polegał na dopuszczeniu się przez upoważnionych do reprezentacji przedstawicieli handlowych, karygodnego łamania prawa poprzez rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji, co w świetle postanowień art. 5 ust. 2 pkt 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr 171, poz. 1206 z późn. zm.) jest działaniem wprowadzającym w błąd i zgodnie z art.4 ust. 2 stanowi nieuczciwą praktykę rynkową.

Stosowanie takich praktyk jest zakazane (art. 3 cytowanej ustawy) – Rzecznik informował Delegaturę w Katowicach Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Edukacja konsumentcka

Najczęściej stosowaną formą edukacji jest wskazanie konsumentom, w ramach porady, przysługujących im praw oraz sposobu postępowania w konkretnej sprawie. Często konsumenci dowiadują się o popełnionych błędach w postępowaniu reklamacyjnym, które utrudniają dochodzenie roszczeń.

W dużym stopniu rolę edukacyjną pełniły również wystąpienia kierowane do przedsiębiorców. Wprawdzie dotyczyły one konkretnych spraw, ale wskazując sposób ich załatwienia, równocześnie informowały przedsiębiorcę o sposobie ich właściwego postępowania.

Istotną formą informacji i edukacji konsumentckiej są także różnego rodzaju ulotki i broszurki publikowane oraz dostarczane Rzecznikowi przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Komisję Nadzoru Finansowego. Publikacje także są sukcesywnie rozprowadzane wśród konsumentów.

Podsumowanie

Biorąc pod uwagę ilość załatwianych ogółem spraw - 1845 - można stwierdzić, że instytucja Rzecznika Konsumentów jest ważna dla mieszkańców powiatu zawierciańskiego, którzy chętnie korzystają z Jego pomocy. Świadczenie przez Rzecznika wyłącznie bezpłatnej pomocy prawnej, stanowi niezwykle ważny aspekt tej działalności, bardzo istotny z punktu widzenia konsumentów.

Podejmowane przez Rzecznika wystąpienia mediacyjne do przedsiębiorców w większości spraw doprowadziły do korzystnego dla konsumentów polubownego zakończenia sporu, co niewątpliwie przyczynia się do tworzenia dobrego wizerunku Urzędu.

Życzliwe podejście do konsumentów i wykorzystanie dostępnych metod polubownego zakończenia sporu jest oceniane pozytywnie, o czym świadczą podziękowania składane osobiście, jak również w formie pisemnej.

Powiatowy
Rzecznik Konsumentów
mgr Beata Molenda