

SPRAWOZDANIE ZA ROK 2010

I. WSTĘP

Zadania samorządu terytorialnego w zakresie ochrony interesów konsumentów określa ustawa z 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz.331 z późn. zm.) a ochrona praw konsumentów należy do zadań publicznych powiatu wynikających z ustawy z dnia 5 czerwca 1998r. o samorządzie powiatowym.

„Nowa” ustawa o pracownikach samorządowych (z dnia 21 listopada 2008r., Dz. U. Nr 223, poz.1458) dokonała zmiany podporządkowania rzecznika – obecnie jest on podporządkowany staroście a nie jak poprzednio radzie powiatu; również zmianie uległ sposób nawiązania stosunku pracy powiatowego rzecznika konsumentów. Obecnie z rzecznikiem konsumentów stosunek pracy nawiązuje starosta na podstawie umowy o pracę i rzecznik jest bezpośrednio podporządkowany staroście, jemu też powiatowy rzecznik konsumentów przedkłada sprawozdanie ze swojej działalności, a nie radzie powiatu. Zgodnie z nową ustawą rada powiatu już nie powołuje powiatowego rzecznika konsumentów.

Do zadań Rzecznika – zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów - należy w szczególności:

1. zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,
2. składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
3. występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumenckich,
4. współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi,
5. wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych.

Rzecznik może wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować za ich zgodą do toczącego się postępowania w sprawach o ochronie interesów konsumentów. W sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów jest oskarżycielem publicznym w rozumieniu przepisów Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia.

Zadania Rzecznika oraz prawa konsumentów wyznaczają – oprócz przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów – przepisy ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej i Kodeksu cywilnego, Prawo bankowe, telekomunikacyjne, pocztowe, energetyczne, ustawa o kredycie konsumenckim, o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, o świadczeniu usług drogą elektroniczną, o ogólnym bezpieczeństwie produktów, o usługach turystycznych, o cenach, o języku polskim, o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych, o warunkach zdrowotnych żywności i żywienia, o kosmetykach i inne.

II. REALIZACJA USTAWOWYCH ZADAŃ

Problemy z jakimi konsumenci zgłaszali się do rzecznika już tradycyjnie dotyczyły w głównej mierze reklamacji złej jakości towarów i usług. Spośród konsumentów, którzy kierują pod adres sprzedawcy zgłoszenie niezgodności towaru z umową, nadal większość ma problemy ze sprecyzowaniem swojego żądania co do doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową. Tego zadania nie ułatwiają im też sprzedawcy, wpisując na druku „Zgłoszenie reklamacyjne” żądanie reklamującego nie wynikające bądź niezgodne z przepisami prawa, co następnie jest pretekstem do odmownego rozpatrzenia reklamacji. Bardzo często konsumenci uważają, że w przypadku gdy rozmyślą się z zakupu, mogą zwrócić towar do sklepu w ciągu kilku dni, a sprzedawca ma obowiązek dokonania im zwrotu pieniędzy. Konsumenci podpisują często umowy nie zapoznając się wcześniej z ich treścią, korzystają także z ofert firm, które sprzedają swoje towary poza lokalem przedsiębiorstwa. Odbyna się to poprzez odwiedziny akwizytora w domu konsumenta, w miejscu pracy czy też podczas wyjazdów połączonych z możliwością dokonania zakupów. W takich sytuacjach konsumenci nie mają możliwości zastanowienia się co do potrzeby zakupu, porównania ceny czy też po prostu brak im stanowczości aby odmówić zakupu. Coraz więcej konsumentów ma problemy z bankami oraz firmami ubezpieczeniowymi oraz firmami prowadzącymi działalność parabankową.

Ilość udzielonych porad utrzymuje się na stałym poziomie, natomiast zmienia się charakter na rzecz usług finansowych, internetowych i sprzedaży na odległość. Mając taki stan na uwadze można stwierdzić, iż wzrasta świadomość konsumentów w zakresie ich praw podstawowych wynikających z zawieranych umów kupna-sprzedaży w formie tradycyjnej. Pomoc, której oczekiwali od rzecznika konsumenci udzielana była w różnych formach. Przede wszystkim zgłaszającym się konsumentom udzielałam wyjaśnień i informacji o obowiązujących przepisach i o wynikających z nich prawach konsumentów. Konieczne było w wielu sprawach przygotowanie konsumentom pism do przedsiębiorców, np. zgłoszenie reklamacyjne, wyznaczenie terminu załatwienia żądania jeśli sprzedawca nie ustosunkował się do zgłoszenia reklamacyjnego w ciągu 14 dni, oświadczenia o

odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa.

Konsumenci kierowali do rzecznika zapytania i prośby o udzielenie pomocy, porady i informacji telefonicznie i bezpośrednio w biurze a ostatnio coraz częściej za pomocą poczty elektronicznej. W wielu sprawach konieczna była bezpośrednia interwencja telefoniczna rzecznika do sprzedawców czy serwisu, aby przyspieszyć załatwienie reklamacji.

Trzeba tu również wspomnieć, iż wśród korzystających z porad rzecznika są też przedsiębiorcy. Powodem ich pojawienia się u rzecznika jest niezajomość prawa, które obliuguje ich do określonych zachowań w stosunkach z konsumentami. Z reguły nie poczuwają się oni do odpowiedzialności za sprzedany towar, twierdząc że są tylko pośrednikami a cała odpowiedzialność za towar, jeżeli okaże się niezgodny z umową spoczywa na producencie czy dostawcy. W sytuacjach gdy do rzecznika zgłaszali się przedsiębiorcy udzielałam im wyczerpujących informacji z zakresu przysługujących konsumentom praw, ich obowiązków oraz obowiązków ciążących na producencie.

Nadal dużą skalę problemu stanowią usługi budowlane polegające na oferowaniu konsumentom wymianę drzwi i okien przez firmy z innych regionów kraju z udziałem kredytu. Technika działania polega na oferowaniu klientom – najczęściej w podeszłym wieku – okazyjnej wymiany okien lub drzwi. Następnie daje się im do podpisania umowy bankowe. Po jakimś czasie okazuje się, że wykonana usługa nie ma nic wspólnego z wyobrażeniem o niej i oczekiwaniem konsumenta. Dochodzenie roszczeń od wykonawców z innego krańca Polski jest dla tych ludzi bardzo uciążliwe, najczęściej wykonawcy nie odpowiadają na telefony i korespondencje. Tymczasem bank, z którym konsument podpisał umowę kredytu ściąga swoje należności nie wnikając w jakość wykonanej usługi.

W trakcie ubiegłego roku Rzecznik zajmował się 43 sprawami, większość z nich dotyczyła spraw z zakresu ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego, wzrasta liczba skarg konsumenckich z zakresu ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny – dotyczy umów zawieranych na odległość oraz umów poza siedzibą przedsiębiorcy.

W roku objętym sprawozdaniem do rzecznika wpłynęła 1 skarga dotycząca naruszenia zbiorowych interesów konsumentów w związku ze stosowaniem nieuczciwych praktyk rynkowych przez jednego z operatorów telefonii komórkowej. Przedmiotem skargi były wprowadzające w błąd zasady udziału w SMS-owych loteriach promocyjnych. Konsument odpowiadając na rzekomo darmowe SMS-y wpadał w finansową pułapkę, a nagrody nie otrzymywał. Skarga zgodnie z właściwością została przesłana do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który prowadzi sprawy z zakresu ochrony zbiorowych interesów konsumentów.

Poruszając temat nieuczciwych praktyk rynkowych należy przypomnieć, iż w 2010r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w związku z licznymi skargami konsumentów na praktyki stosowane przez operatorów telefonii komórkowej prowadzi kilka postępowań wyjaśniających dotyczących SMS-owych loterii adresowanych do abonentów sieci m.in. Orange, Plus, Play czy Era, której organizatorami są CT Creativ SA, czy Internetq Poland. Konsumenci otrzymują maile z informacją o wygranej i darmowym numerem pod który należy wysłać SMS-a by nagrodę otrzymać. Niestety po wysłaniu SMS-a konsument nie otrzymywał kluczyków od wymarzonego auta ale wpadał w misternie zastawioną pułapkę. Konsument otrzymywał kolejne monity wzywające do wysłania kolejnych SMS-ów, niestety już płatnych.

Z praktyki rzecznika wynika, że ofiarami SMS-owych naciągaczy padają głównie osoby młode, głównym powodem wpadania w „pułapki loteryjne” jest nie zapoznanie się z warunkami regulaminu danej edycji konkursu, który liczy sobie np. 14 stron jak w przypadku regulaminu Klubu Loterii Orange.

Kierowanie spraw na drogę postępowania sądowego jest konsekwencją braku woli przedsiębiorcy do polubownego załatwienia sprawy, a w szczególności ignorowania praw i roszczeń klientów. Z uwagi na kosztowność procedur traktuję to uprawnienie rzecznika jako ostateczność, podejmując wszelkie często uporczywe działania celem doprowadzenia do pozasądowego zakończenia sporu, zachęcając też obie strony do korzystania z instytucji Stałych Polubownych Sądów Konsumenckich działających przy Wojewódzkiej Inspekcji Handlowej. W związku z tym w okresie sprawozdawczym nie wytaczałam powództw na rzecz konsumentów. Przygotowałam natomiast 3 pozwy do indywidualnego wniesienia przez konsumentów dotyczące:

- zwrotu zapłaconej ceny za meble kuchenne,
- zwrotu kosztów zakupu garnituru i powołania rzeczoznawcy w związku z wadą materiału z którego uszyto garnitur,
- zwrotu ceny zakupionych drzwi wejściowych w związku z odstąpieniem przez konsumenta od umowy zawartej na odległość.

Osoby zgłaszające się o poradę do Powiatowego Rzecznika Konsumentów, otrzymywały z reguły przepisy i materiały propagandowe dotyczące poruszanej problematyki, najczęściej ustawę z 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu Cywilnego a także inne tematyczne broszury wydawane przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów i Stowarzyszenie Konsumentów Polskich.

Ponadto w punkcie Obsługi Klienta Starostwa Powiatowego w Hajnówce konsumenci mogą znaleźć lekturę dotyczącą bieżących zagadnień z zakresu ochrony konsumenckiej, podstawowe definicje i porady oraz wzory reklamacji umów kupna-sprzedaży.

Również na stronie Biuletynu Informacji Publicznej Starostwa, jego użytkownicy mogą zapoznać się z interesującą ich problematyką konsumencką. Po wejściu pod adres Powiatowego Rzecznika Konsumentów mogą otrzymać informacje lub skorzystać z linków i dotrzeć do instytucji i urzędów zajmujących się zawodowo i społecznie ochroną konsumentów.

Wnioski płynące z codziennej praktyki konsumenckiej wskazują na potrzebę dalszej edukacji konsumenckiej celem faktycznego wzmocnienia pozycji konsumenta będącego słabszą stroną rynku.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów
w Hajnówce

Hajnówka dnia 9 lutego 2011r.

Metryka strony

Udostępniający: **Powiatowy Rzecznik Konsumenta**
Wytwarzający/odpowiadający: **Katarzyna Zabrocka**
Wprowadzający: **Katarzyna Zabrocka**
Data wprowadzenia: **2011-03-11**
Data modyfikacji: **2011-03-11**
Opublikował: **Katarzyna Zabrocka**
Data publikacji: **2011-03-11**