

Załącznik
do uchwały Nr XXV/161/2005
Rady Powiatu Przemyskiego
z dnia 18.02.2005 r.

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW w 2004 r.

I. Wstęp i uwagi ogólne.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów został powołany Uchwałą Nr III/23/2003 Rady Powiatu Przemyskiego z dnia 25 lutego 2003 r. Czas pracy rzecznika ustalono na 0,2 etatu ((jeden dzień w tygodniu). Zadania swoje wykonuje samodzielnie.
Wykształcenie: Absolwentka Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie – Wydziału Prawa i Administracji w Rzeszowie.

II. Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

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

Zainteresowanie mieszkańców powiatu przemyskiego możliwością skorzystania z usług Rzecznika kształtowało się na podobnym poziomie jak w roku ubiegłym, tj. 4-5 osób w tygodniu, co rocznie wskazuje na przyjęcie około 200 osób.

Charakter udzielanej pomocy prawnej obejmował: pomoc bezpośrednią u Rzecznika oraz porady telefoniczne. Kilkunastu konsumentów zasięgnęło porady za pośrednictwem poczty e-mail. Konsumenty zwracali się do Rzecznika nie tylko w celu podjęcia konkretnych działań na ich rzecz, lecz także oczekiwali wyjaśnień dotyczących interpretacji obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego, a także możliwości korzystania z tego prawa.

Problemy dotyczyły głównie:

- 1) spraw wynikających z zawarcia umów sprzedaży towarów, tj.:
 - odmowy przyjęcia reklamacji,
 - załatwianie reklamacji niezgodnie z oczekiwaniami konsumenta,
 - trudności z wyegzekwowaniem prawa wymiany towaru na nowy w przypadku bezskutecznych wielokrotnych napraw,
- 2) spraw związanych ze świadczeniem usługi (pralniczej, remontowej, telekomunikacyjnej, krawieckiej i serwisów gwarancyjnych), m.in.:

- proponowanych przez przedsiębiorców prowadzących pralnie chemiczne wysokości odszkodowań za zniszczoną odzież. Właścicielom pralni zwracałam m.in. uwagę na zamieszczanie w Regulaminach pralni zapisów niezgodnych z prawem i informowałam, że są one niedozwolonymi postanowieniami umownymi, powołując się na wyroki Sądu Antymonopolowego,
- trudności z odstąpieniem od zawartej już umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych (z przyczyn dotyczących świadczeniodawcy),
- odmowy przyjęcia reklamacji przez sprzedawców w przypadku gdy na towar została wydana karta gwarancyjna.

3) interpretacji obowiązujących przepisów prawnych;

4) wiele pytań kierowanych do Rzecznika dotyczyło:

- możliwości odstąpienia od zawartej już umowy,
- terminów reklamacji artykułów żywnościowych,
- spraw związanych ze zwrotem kosztów poniesionych w związku z demontażem i dostarczaniem towaru do sklepu (serwisu).

Po raz pierwszy z prośbą o udostępnienie aktualnych przepisów prawnych zwracali się przedstawiciele placówek handlowych.

Podobnie jak w roku poprzednim, najczęściej reklamowanym towarem było obuwie, głównie typu sportowego. Sprzedawcy, swoją decyzję o negatywnym załatwieniu reklamacji opierali głównie na opinii rzeczoznawcy.

Opinie te były często lakoniczne, nierzetelne i niezgodne ze stanem faktycznym. W pismach kierowanych do właścicieli sklepów informowałam ich m.in. o odpowiedzialności sprzedawców za niezgodność towaru z umową oraz przysługującym im prawie korzystania z tzw. „roszczenia zwrotnego” w stosunku do każdego podmiotu wprowadzającego towar do obrotu.

O szczegóły tej instytucji prawnej sprzedawcy często pytali telefonicznie.

W sprawach wymagających bezpośredniej interwencji rzecznika, kontaktowałam się z przedsiębiorcą, sprzedawcą, usługodawcą pisemnie i telefonicznie.

Przy załatwianiu spraw preferuję formę pisemną. Daje mi to możliwość przedstawienia swojego stanowiska w oparciu o obowiązujące przepisy, okoliczności oraz przedłożone dokumenty. Telefonicznie najczęściej wyjaśniam okoliczności sprawy.

2. *Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów przedstawia tabela nr 2.*

W pismach kierowanych do przedsiębiorców nie tylko wzywam ich do usunięcia skutków niezgodnego z prawem działania, lecz również szczegółowo uzasadniam swoje stanowisko w oparciu o obowiązujące przepisy prawne. Jednocześnie proszę o pisemne lub telefoniczne poinformowanie mnie o sposobie załatwienia sprawy. Z praktyki wynika, że bardzo często również przedsiębiorcy nie znają obowiązujących przepisów chroniących prawa konsumentów.

3. *Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowania do toczącego się postępowania.*

W okresie sprawozdawczym rzecznik nie wytaczał powództw na rzecz konsumentów i nie wstępował do toczącego się postępowania. Konfliktowe sprawy były załatwiane polubownie, a w 1 przypadku przy współudziale inspektora Delegatury Państwowej Inspekcji Handlowej w Przemysłu.

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

Współpraca z Delegaturą UOKiK w Krakowie układa się dobrze. Na bieżąco utrzymuję kontakty z Delegaturą Państwowej Inspekcji Handlowej w Przemysłu. Systematycznie otrzymuję kwartalne Biuletyny Inspekcji Handlowej informujące o wynikach kontroli oraz przeprowadzonych postępowaniach przed Polubownym Sądem Konsumenckim. Wiadomości te wykorzystuję w bieżącej działalności.

Również czasopisma i informacje otrzymywane z Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Stowarzyszenia Konsumentów Polskich zawierają szereg wyjaśnień i są bardzo pomocne w pracy.

W dniach 06-07 grudnia 2004 r. uczestniczyłam w szkoleniu organizowanym przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich na temat usług finansowych oraz w dniach 08-09 grudnia 2004 r. na temat prawa telekomunikacyjnego, usług turystycznych, handlu elektronicznego i mediacji.

Dobrze układała się również współpraca z mediami.

5. *Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym:*

- 1) *w maju 2004 r. przesłałam do dyrektorów 14 szkół gimnazjalnych z powiatu przemyskiego broszurę na temat działania reklamy oraz prawidłowych zasad żywienia. Jednocześnie zachęcałam młodzież tych szkół do wzięcia udziału w konkursie zorganizowanym przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich na stworzenie reklamy artykułów żywnościowych. Konkurs był połączony z edukacją świadomego wyboru podczas dokonywania zakupów;*
- 2) *w sierpniu 2004 r. do wójtów wszystkich gmin powiatu przemyskiego rozesłałam wydane przez UOKiK publikacje dotyczące „Kredytu konsumenckiego” oraz „Rachunków bankowych i ich rodzajów” z prośbą o umieszczenie ich w miejscu ogólnie dostępnym dla mieszkańców gminy;*
- 3) *broшура wydana przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich nt.: „Zanim kupisz – jak mądrze kupować i skutecznie reklamować artykuły gospodarstwa domowego” została udostępniona w Kancelarii ogólnej (miejsce przyjmowania korespondencji) Starostwa Powiatowego.*

6. *Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.*

W okresie sprawozdawczym nie zachodziła uzasadniona potrzeba składania wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony konsumentów

Tabela nr 1 : Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów – struktura udzielanych porad:

<i>Wyszczególnienie</i>	<i>Ogółem</i>
<i>Usługi, w tym:</i>	
<i>- bankowe</i>	<i>2</i>
<i>- finansowe</i>	<i>-</i>
<i>- ubezpieczeniowe</i>	<i>-</i>
<i>- systemy argentyńskie</i>	<i>1</i>
<i>- telekomunikacyjne</i>	<i>-</i>
<i>(operatorzy, TV kablowa)</i>	<i>2</i>
<i>- dostawa energii (prąd,</i>	<i>-</i>

gaz, ciepło woda		
- motoryzacyjne (serwis)		10
- turystyczne i hotelarskie		-
- pralnicze		2
- remontowo-budowlane (stolarka okienna)		8
- krawieckie		2
OGÓLEM:		27
I. Umowy sprzedaży, w tym:		
- wyposażenie wnętrz (AGD, RTV)		14
- odzież		6
- obuwie		20
- samochody		-
OGÓLEM:		40
II. Umowy poza lokalem i na odległość		8

Tabela nr 2: Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw interesów konsumentów.

Wyszczególnienie	Ogółem ilość wystąpień	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
I. Usługi, w tym:				
- bankowe	-	-	-	
- finansowe	-	-	-	
- ubezpieczeniowe	-	-	-	
- systemy argentyńskie	1	1	-	
- telekomunikacyjne (operatorzy, TV kablowa)	1	1	-	
- dostawa energii (prąd, gaz, ciepło woda)	-	-	-	
- motoryzacyjne (serwis)	2	2	-	

- turystyczne i hotelarskie				
- pralnicze	1	1		
- remontowo- budowlane				
- krawieckie	-	-		
OGÓŁEM:	5	5		
II. Umowy sprzedaży, w tym:				
- wyposażenie wnętrz (AGD, RTV)	2	2		
- odzież	1	1		
- obuwie	12	12		
- samochody	-	-		
OGÓŁEM:	15	15		
III. Umowy poza lokałem i na odległość				

Poradnictwo konsumenckie udzielane
telefonicznie i pocztą e-mail

Ok. 100

Reasumując, realizowane w 2004 roku działania na rzecz konsumentów w znacznym stopniu przyczyniły się do rozwiązania problemów i konfliktów w stosunkach konsument – przedsiębiorca. Jednak w dalszym ciągu priorytetowe znaczenie ma szerzenie wiedzy mającej wpływ na świadomość praw i obowiązków zarówno konsumentów jak i przedsiębiorców.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów

mgr Grażyna Porebska