

**UCHWAŁA NR VI/148/07**  
**Rady Miasta Szczecin**  
**z dnia 5 marca 2007 r.**

**w sprawie zatwierdzenia sprawozdania z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w roku 2006**

Na podstawie art. 38 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tj: Dz. U. z 2005 r., Nr 244, poz. 2080; Dz. U. z 2006 r., Nr 157, poz. 1119, Nr 170, poz. 1217); **Rada Miasta Szczecin uchwala, co następuje:**

**§ 1.** Zatwierdzić sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w roku 2006, stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.

**§ 2.** Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Szczecin.

**§ 3.** Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący Rady Miasta Szczecin

Bazyli Baran

## **SPRAWOZDANIE MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W SZCZECINIE ZA 2006 ROK.**

### **I. Wstęp**

Miejski Rzecznik Konsumentów w Szczecinie został **powołany Uchwałą Rady Miasta Nr XIII 445/99 z dnia 27 września 1999 r.** a działalność rozpoczął dnia 15 października 1999 r.

Usytuowanie organizacyjne i zadania Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Szczecinie określono w Regulaminie Organizacyjnym Urzędu Miasta.

Miejski Rzecznik Konsumentów wykonuje swoje zadania na podstawie przepisów **ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz.2080 z późn. zm.)** – zwaną dalej *ustawą*, które m.in. określają rolę samorządu terytorialnego w zakresie ochrony konsumentów, funkcję i zadania powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów.

Rzecznik Konsumentów posiada **kompetencje doradcze i procesowe**, natomiast **nie ma kompetencji kontrolnych ani władczych**.

### **II. Organizacja pracy Rzecznika Konsumentów**

Rzecznik Konsumentów w Szczecinie swoje ustawowe zadania wykonuje kierując **Biurem Miejskiego Rzecznika Konsumentów**.

W Biurze zatrudnionych jest oprócz Rzecznika 5 pracowników, w tym trzech pracowników z wykształceniem prawniczym i dwóch pracowników z wykształceniem ekonomicznym.

W Biurze prowadzone są dwa rejestry: jeden rejestr zawiera wykaz porad osobistych i przysyłanych na piśmie lub e-mailem, drugi rejestr porad telefonicznych oraz urzędowy rejestr w formie elektronicznej wpływającej korespondencji BOI.

Konsument zgłaszający się osobiście do Biura, przedstawia swoją sprawę w formie pisemnego **wniosku o udzielenie pomocy prawnej**, załączając stosowne kserokopie dokumentów. Następnie sprawa jest przydzielana do rozpatrzenia pracownikowi Biura, który odpowiada za całościowe jej załatwienie – zostało to szczegółowo uregulowane w Procedurze ISO obowiązującej w UM w Szczecinie. Wzór wniosku Konsument może pobrać ze strony internetowej Urzędu Miasta Szczecin.

Na potrzeby Biura stałą pomocą prawną od samego początku istnienia Biura zapewnia radca prawny Pani mecenas Mirosława Tórz, która wydaje opinie prawne w sprawach, w których zwraca się Rzecznik. Pomoc ta polega na wydawaniu pisemnych opinii prawnych w sprawach zawiłych i sprawach w których konieczne jest wystąpienie na drogę postępowania sądowego w każdej instancji. Pani mecenas uczestniczy w bieżących szkoleniach specjalistycznych organizowanych dla rzeczników konsumentów.

Ponadto Rzecznik na bieżąco korzysta z porad Pani mecenas w trakcie trwania spraw sądowych i egzekucyjnych. Pracownicy Biura mają stały kontakt osobisty i telefoniczny z Panią Mecenas, do której zwracają się w skomplikowanych bieżących sprawach wpływających do Biura.

Biuro Rzecznika usytuowane jest w środkowym budynku Urzędu Miejskiego, na parterze w dwóch pokojach **nr 16 i 15**. Jest to miejsce bardzo dogodne dla konsumentów, prawidłowo i wyraźnie oznakowane. Przed wejściem do Biura jest tablica informacyjna z podstawowymi i bieżącymi informacjami konsumenckimi, jak również rozkładane są na bieżąco materiały dla konsumentów wydawane przez UOKiK (ulotki informacyjne).

Na wyposażeniu Biura jest: sześć zestawów komputerowych (w tym 5 zestawów z środków PHARE przydzielonych przez UOKiK Warszawa), dwie drukarki czarno-białe i jedna kolor, ksero, fax, oraz trzy numery telefonów.

### **III. Zadania Rzecznika Konsumentów**

**Istotą instytucji Rzecznika jest cel jego działania – OCHRONA INTERESÓW KONSUMENTÓW.**

**Konsumentem w rozumieniu art. 22<sup>1</sup> kodeksu cywilnego „*jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową*”.**

Konsumentem jest odbiorca określonych dóbr i usług. Konsumentami są np.: klienci banków, instytucji finansowych, firm ubezpieczeniowych, turystycznych, telekomunikacyjnych, placówek handlowo-usługowych, itp...

W świetle obowiązujących przepisów prawa Rzecznik Konsumentów jest uprawniony do dokonywania wszelkich czynności dozwolonych prawem w celu ochrony interesów konsumentów.

Szczegółowe zadania Rzecznika Konsumentów określone są w art. 37 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U z 2005 r. Nr 244, poz. 2080 z późn. zm.).

**Do ustawowych zadań i uprawnień rzecznika konsumentów w szczególności należy:**

1. zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony 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 konsumentów,
4. współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi,
5. wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie za ich zgodą do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów,
6. działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym.

Rzecznik Konsumentów w sprawach o wykroczenie na szkodę konsumentów jest oskarżycielem publicznym w rozumieniu przepisów Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia. Do rzecznika konsumentów stosuje się odpowiednio przepis art. 63 Kodeksu postępowania cywilnego.

Rzecznik Konsumentów realizując swoje ustawowe uprawnienia ma możliwość skierowania wniosku do sądu o ukaranie karą grzywny przedsiębiorcy, który narusza obowiązek udzielenia rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia.

**Oprócz w/w zadań i kompetencji rzecznik konsumentów może również:**

7. występować do Prezesa UOKiK z wnioskiem o wszczęcie postępowania antymonopolowego w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów
8. wytaczać powództwa w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów (SOKiK).

## **IV. Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów – ogólna charakterystyka.**

### **1. zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów - ogólna charakterystyka spraw.**

Sprawozdanie dotyczy okresu od 1 stycznia 2006 r. do 31 grudnia 2006 r. W tym okresie odnotowano znaczny wzrost (około 20 % w stosunku do roku ubiegłego) ilości spraw, które wpłynęły do rozstrzygnięcia przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów.

**Najwięcej skarg konsumenci zgłaszali na: (zob. Tabela nr 1)**

#### **A. firmy świadczące USŁUGI na rzecz konsumentów, tj.:**

- **Firmy zajmujące się świadczeniem usług remontowo-budowlanych**

Sprawy związane z usługami remontowo-budowlanymi dotyczyły zarówno drobnych usług, takich jak: kafelkowanie, malowanie, tapetowanie, układanie podłóg, cyklinowanie, lakierowanie, wymiana okien, drzwi, dachów jak również dużych prac budowlanych polegających na wybudowaniu domu od podstaw.

#### **Problemy konsumentów polegają na:**

- nie zawieraniu umów na piśmie,
  - ustnych ustaleniach istotnych warunków umowy (terminu, ceny, gwarancji, kar umownych),
  - wpłacaniu pieniędzy (zaliczki, zadatku) często bez pokwitowania,
  - składaniu reklamacji w formie telefonicznej,
  - braku reakcji firm na reklamacje konsumentów,
  - nie sprawdzeniu referencji firmy, której zlecano usługę,
  - braku znajomości danych firmy i właściciela, z którą to zawarli umowę (dysponują tylko numerem telefonu komórkowego).
- **Firmy świadczące powszechne usługi telekomunikacyjne (operatorzy telefonii stacjonarnej, komórkowej, TV kablowej )**

Liczba skarg wpływających do Biura Rzecznika Konsumentów na usługi świadczone przez firmy telekomunikacyjne, tj. operatorów telefonii stacjonarnej (TP SA, TELE 2) i telefonii komórkowej oraz telewizji kablowe ciągle wzrasta.

Wśród tych skarg najwięcej problemów Rzecznikowi sprawiała firma Tele2, świadcząca swoje usługi poprzez akwizytorów bezpośrednich i telefonicznych na terenie całego kraju. Akwizytorzy bardzo często w sposób podstępny pozyskują

nowych abonentów, wprowadzając ich w błąd, udzielając nieprawdziwych informacji o ofercie firmy Tele2.

W ten sposób zawarte umowy bardzo często są powodem problemów, takich jak:

- koniecznością opłacania podwójnych rachunków, tzn. dotychczasowego z TP SA za abonament oraz nowego z Tele2 za połączenia telefoniczne,
- brak możliwości rozwiązania umowy zawartej na czas oznaczony, ponieważ skutkuje to obowiązkiem zapłacenia kary umownej w wysokości 100 zł,
- pobieranie opłat za wysyłanie ponagieł do zapłaty rachunków w wysokości 10 zł za list,
- podszywanie się pod pracowników TP SA w celu nakłonienia konsumentów do zawarcia nowej umowy,
- podpisywanie umów z osobami nie mającymi tytułu prawnego do lokalu mieszkalnego, wpisywanie fałszywych danych osobowych abonentów do umowy,
- zawieranie umów przez telefon oraz przysyłanie umowy i regulaminu pocztą za potwierdzeniem odbioru, które w ocenie Tele2 jest równoznaczne z wyrażeniem zgody na zawarcie tej umowy ( w tej sprawie toczy się postępowanie prowadzone zarówno przez UKE jak i UOKiK).

#### **Skargi na TP SA dotyczyły głównie:**

- wzywanie do zapłaty , pomimo wcześniejszego pozytywnego załatwienia reklamacji, lub zawarcia ugody między konsumentem a TP SA,
- wzywanie do zapłaty roszczeń przedawnionych w świetle prawa (np. dotyczących zapłaty za niezamówione usługi 0700..),
- zbyt pochopne kierowania spraw zadłużeń do windykacji firmom trzecim (np. Intrum Justitia, Kruk),
- w dalszym ciągu zdarzają się przypadki bezpodstawnego wyłączenia telefonów,
- brak aktywacji zamówionych usług telefoniczno-informatycznych w umówionym terminie,
- niedokładne informowanie w ofertach reklamowych TP SA o warunkach świadczenia usług,
- umieszczanie numeru abonenta w książce telefonicznej, mimo zastrzeżenia numeru telefonu.

#### **• firmy świadczące konsumentom usługi finansowe i bankowe**

Poważnym zagrożeniem dla bezpieczeństwa finansowego Konsumentów są nieuczciwe firmy proponujące szybką, łatwą, na dogodnych warunkach pożyczkę gotówkową.

Chodzi głównie tu o firmy, których właściciele wcześniej prowadzili firmy działające w tzw. systemie argentyńskim. Tego typu firmy nadal się ogłaszają w prasie i nie brakuje chętnych na skorzystanie z ich oferty.

Źródłem powodzenia tych firmy, jest fakt, iż konsumenci nadal nie czytają umów które są im podawane do podpisania, ponieważ wierzą w ustne zapewnienia pracowników tych firm i naiwnie wpłacają wysokie opłaty wstępne, które nie podlegają zwrotowi. Po zorientowaniu się, że nie są w stanie wywiązać się z niekorzystnej umowy, którą podpisali składają zawiadomienia do prokuratury i na policję, jednak wszystkie sprawy są umarzone.

Jedyną obroną przed oszukańczymi praktykami tego typu firm jest rozsądek przy wyborze firmy kredytowej. Rzecznik Konsumentów na bieżąco apeluje poprzez media do Konsumentów o czytanie umów przed podpisaniem i wpłaceniem jakiegokolwiek pieniędzy oraz przestrzega przed konkretnymi firmami działającymi w ten sposób na szczecińskim rynku.

Postępujące zubożenie społeczeństwa, powoduje wzrost zadłużenie konsumentów w bankach. To natomiast skutkuje problemami w terminowym spłaceniu zaciąganych kredytów i pożyczek.

Pozycja konsumentów w trakcie zawierania umów z bankami nadal jest słabsza. Banki rzadko godzą się na indywidualne negocjowanie warunków umowy, niejednokrotnie narzucając konsumentom niekorzystne rozwiązania, np. obowiązkowe, wysokie ubezpieczenie kredytu. Bardzo dużym problemem przy tym jest nieudostępnianie Konsumentom warunków takiego ubezpieczenia oraz nieinformowanie o możliwości odstąpienia od takiego ubezpieczenia.

Banki nagminnie stosują uciążliwe dla konsumentów postanowienia umowne, takie jak: wysokie karne oprocentowanie, opłaty za wezwania do zapłaty, wysokie prowizje, konieczność założenia rachunku w banku który udziela kredytu konsumentowi.

#### Skargi Konsumentów na usługi bankowe dotyczyły:

- problemów związanych ze skorzystaniem z przysługującego prawa do odstąpienia od umowy kredytu w terminie 10 dni od jego zawarcia w sytuacji gdy umowa była zawarta zarówno w siedzibie lokalu jak i po za nim,
- windykacji przedawnionych roszczeń,
- naliczaniu prowizji od wcześniejszej spłaty kredytu,
- pobierania z góry całej kwoty z tytułu ubezpieczenia kredytu i problemów z jej odzyskaniem w przypadku wcześniejszej spłaty,
- uzależniania udzielenia kredytu bankowego od obowiązkowego, zazwyczaj bardzo wysokiego ubezpieczenia,
- nie wydawania warunków ubezpieczenia,
- nie określania górnej granicy opłat za czynności bankowe (bank określa tylko dolne granice opłat, a w rzeczywistości pobiera dużo większe opłaty),
- pobierania przez bank zarówno odsetek od nieterminowej spłaty raty kredytu, jak i dodatkowej kary pieniężnej, co prowadzi do podwójnego karania konsumenta za to samo,
- pobierania opłaty za wypłatę pieniędzy z konta w kasie banku,

- wymuszania na konsumentach zawarcia umowy o kartę kredytową, w sytuacji gdy można było zawrzeć umowę o kredyt konsumencki,
- narzucania klientom poddania się egzekucji do kwoty nieproporcjonalnie wysokiej w stosunku do zaciągniętego przez nich kredytu,
- wysyłania ważnych dokumentów bankowych (regulaminy, wyciągi z kont) zwykłym listem.

**Konsumenci przy zawieraniu umów kredytowych i pożyczek nadal popełniają błędy, polegające na:**

- nie sprawdzaniu rzetelności firm oferujących kredyty i pożyczki,
- akceptowaniu (podpisywaniu) warunków umów kredytu bez czytania, w szczególności w części dotyczącej całkowitych kosztów kredytu, odstąpienia od kredytu, warunków spłaty rat, ubezpieczenia kredytu, itp.
- podpisywaniu umowy kredytu lub innej umowy z bankiem mimo jej niezrozumienia,
- nieterminowym spłacaniu rat kredytów, pożyczek,
- zbyt późnym szukaniu pomocy, najczęściej gdy sprawa jest już przekazana do windykacji firmom zajmującym się windykacją zadłużeń lub do sądu i komornika.

Rzecznik Konsumentów udzielając pomocy prawnej konsumentom napotyka na znaczne ograniczenia ze strony banków w udzielaniu informacji i wyjaśnień. Bardzo często banki domagają się od rzecznika przedstawienia pisemnego upoważnienia podpisanego przez konsumenta o udostępnieniu informacji związanych z jego sprawą, powołując się na art. 105 prawa bankowego. Taka procedura zazwyczaj znacznie wydłuża i komplikuje sprawę konsumenta.

- **firmy świadczące usługi edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne),**

W 2006 r. Rzecznik zaobserwował dużo skarg od konsumentów na szkoły językowe, oraz na niepubliczne szkoły wyższe.

Rzecznik Konsumentów analizując umowy przedkładane przez Konsumentów stwierdził, iż szkoły nadal stosują niedozwolone klauzule umowne, które już są wpisane do Rejestru klauzul niedozwolonych. Na zwróconą dyrekcji szkoły uwagę, szkoły nie zawsze reagują pozytywnie.

Skargi konsumentów dotyczyły głównie:

- braku możliwości wcześniejszego rozwiązania umowy bez ponoszenia kar umownych,
- żądaniu zapłaty z góry za cały semestr, nawet wówczas gdy konsument nie podjął nauki, gdyż wybrał inną uczelnię, nie powiadomił jednak szkoły pisemnie o rezygnacji z jej usług,



- żądaniu wysokich odsetek karnych za nieterminowe płacenie czesnego,
- braku możliwości rozwiązania umowy w sytuacji niezadowolenia z jakości świadczonych usług przez szkołę,
- niemożność uzyskania odszkodowania (np. obniżenia wysokości czesnego) w przypadku niewykonania lub nienależytego świadczenia usług (mniej godzin lekcyjnych w stosunku do zaplanowanych),
- odmowa wydania świadectwa ukończenia szkoły z powodu nieuregulowania wszystkich opłat za szkołę.

- **firmy z branży turystyczno-hotelarskiej**

Systematycznie z roku na rok wzrasta ilość skarg składanych na organizatorów imprez turystycznych krajowych i zagranicznych.

Problemy konsumentów związane głównie były z:

- nienależytym świadczeniem usług turystycznych (zmiana terminów rozpoczęcia lub zakończenia imprezy, podwyższanie opłat, zmiana warunków zakwaterowania, najczęściej na gorsze i tańsze warunki, brak klimatyzacji, monotonne wyżywienie przez cały okres pobytu, zmiana istotnych postanowień umowy, istotne różnice między ofertą katalogową a stanem faktycznym, brak należytej opieki rezydenta),
- znaczne opóźnienia w przelotach lotniczych, za które organizator imprezy turystycznej odmawiał ponoszenia odpowiedzialności,
- brak opieki ze strony organizatora nad turystami oczekującym po kilka - kilkanaście godzin na lotniskach na samolot,
- niezrozumieniem, nie czytaniem i nie negocjowaniem warunków umów (podpisywanie umów bez czytania, w pełni akceptowanie nie zawsze korzystnych i dozwolonych postanowień umów),
- ponoszeniem bardzo wysokich kosztów związanych z odstąpieniem od umowy usługi turystycznej,
- nie terminowym rozpatrywaniem reklamacji, zakreślanie w umowach krótkiego terminu na złożenie reklamacji.

**B. firmy prowadzące działalność handlową ( zawierające z konsumentami UMOWY SPRZEDAŻY różnorodnych towarów),**

W 2006 r. do Biura Rzecznika Konsumentów zgłosiło się ponad 4 tys. konsumentów, którzy mieli różnego typu kłopoty związane z zawartymi umowami sprzedaży towarów konsumpcyjnych.

Ich problemy dotyczyły głównie:

1. **niezgodności zakupionych towarów z umową sprzedaży** tj. obuwia, odzieży, telefonów komórkowych, artykułów wyposażenia wnętrz, sprzętu komputerowego, sprzętu RTV, AGD, itp.
2. odmowie przyjmowania od konsumentów reklamacji po upływie 6 miesięcy użytkowania towaru,
3. kierowanie konsumentów do serwisów gwarancyjnych ( w przypadku posiadania karty gwarancyjnej),
4. uzależniania przyjmowania reklamacji od przedstawienia sprzedawcy ekspertyz wykazujących ujawnienie się wady w chwili wydania towaru,
5. nie przestrzeganie 14–dniowego terminu ustosunkowania się do żądań reklamacyjnych konsumenta,
6. odmowa przyjęcia reklamacji od konsumenta na podstawie dowodu zakupu, jakim jest wydruk z terminala kart płatniczych, lub potwierdzenia transakcji wystawionego przez bank.

Poza tym skargi konsumentów związane były również z:

- brakiem lub nieterminowym udzieleniem odpowiedzi na złożoną reklamację,
- nie określaniem terminów załatwienia reklamacji (naprawy lub wymiany towaru),
- dostarczeniem uszkodzonego mechanicznie towaru, czego konsument nie sprawdził na miejscu,
- z koniecznością udowodnienia, iż reklamowana wada powstała bez winy konsumenta,
- nie wykazywaniem dobrej woli ze strony sprzedawców w razie prośby konsumentów o wymianę lub zwrot towaru,

**Konsumenci mają również problemy związane z realizacją uprawnień z tytułu udzielonej gwarancji (przez sprzedawców, producentów towarów, dystrybutorów, importerów).**

Konsumenci korzystający z kart gwarancyjnych napotykają na szereg kłopotów, wynikających z niekorzystnych, ogólnych, niejasnych zapisów gwarancyjnych. Często zapewnienia producenta lub sprzedawcy, np. „*gwarancja dożywotnia, gwarancja 15, 20 lat*” konsumenci traktują jako gwarancję, że produkt przez ten okres będzie objęty bezpłatną ochroną. Samo takie oświadczenie nie jest gwarancją, ponieważ nie kształtuje obowiązków gwaranta.

Z uwagi na fakt, iż udzielenie gwarancji nie jest obowiązkiem a jej treść gwarant może swobodnie kształtować, uprawnienia konsumentów z tytułu gwarancji są bardzo słabe i często narażają konsumenta na:

- długi czas naprawy lub wymiany (nie określenie terminu załatwienia reklamacji),
- często mimo ewidentnej wadliwości towaru, nie ma możliwości wymiany towaru na nowy,
- ponoszenie kosztów transportu, badania-ekspertyzy towaru,
- żądanie od konsumentów opłat w sytuacji nieuzasadnionej w ocenie serwisu reklamacji,
- nie przedłużanie gwarancji w razie naprawy lub wymiany towaru,
- uzależnianie ochrony gwarancyjnej od obowiązku wykonania płatnych przeglądów serwisowych,

Jak widać z powyższego zestawienia, brak unormowania gwarancji konsumenckiej w Kodeksie cywilnym, powoduje, iż konsument nie jest właściwie chroniony gdy korzysta z gwarancji.

Niestety konsumenci nadal nie mają świadomości, iż przysługuje im prawo wyboru między ochroną wynikającą z gwarancji a ustawową odpowiedzialnością sprzedawcy wynikającą z ustawy o sprzedaży konsumenckiej, co sprzedawcy nagminnie wykorzystują, uchylając się w ten sposób od odpowiedzialności.

### **C. Firmy zawierające z konsumentami UMOWY POZA LOKALEM I NA ODLEGŁOŚĆ**

Rzecznik Konsumentów w 2006 r. podejmował bardzo często interwencje zarówno telefoniczne jak i osobiste w sprawach skarg konsumentów na **przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą poza lokalem firmy i na odległość (zakupy przez Internet)**.

Interwencje te dotyczyły zarówno umów sprzedaży towarów (drzwi, okien, filtrów wodnych, kuchenek i piecyków gazowych, pościeli, detektorów gazowych, naczyń kuchennych, urządzeń rehabilitacyjnych, itp.) jak i ich montażu. Należy zauważyć, iż proponowany do sprzedaży akwizycyjnej asortyment z roku na rok się poszerza.

Przedsiębiorcy prowadzący tego typu działalność nagminnie nie przestrzegają postanowień *ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny*, tj. nie informują konsumentów o możliwości odstąpienia od umowy, nie wręczają konsumentowi wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy, pobierają opłaty w formie zaliczek i zadatków, których następnie nie chcą dobrowolnie zwracać, nie okazują konsumentom dokumentów potwierdzających prowadzenie działalności gospodarczej.

Na nieuczciwą działalność takich firm narażone są w szczególności osoby starsze, samotne, emeryci, renciści, którzy z ufnością i wiarą podchodzą do przedstawicieli firm działających w systemie akwizycji.

### **Drugą grupą umów szczególnie chronionych przepisami prawa są UMOWY zawierane NA ODLEGŁOŚĆ.**

Do tego typu umów zaliczamy: sprzedaż wysyłkową przy wykorzystaniu katalogów, formularzy, telefonów, faxów, itp. oraz coraz bardziej powszechną sprzedaż towarów i usług za pośrednictwem Internetu.

Podobnie jak w umowach zawieranych poza lokalem tak i ten rodzaj umów można rozwiązać w terminie 10 dni bez ponoszenia konsekwencji prawnych i finansowych.

Tego typu zakupy nadal obciążone są dużym ryzykiem, ponieważ nie zawsze jest możliwość dokładnego sprawdzenia zarówno firmy sprzedającej jak i towaru, w szczególności towaru o dużych gabarytach, ciężkiego. Uszkodzenia towarów mogą być trudne do wychwycenia na pierwszy rzut oka. Nie zawsze towar jest dostarczany

w oryginalnym opakowaniu producenta, o czym konsument często dowiaduje się po fakcie.

W przypadku zwrotu towaru zakupionego na odległość, konsumenci muszą ponosić wysokie koszty wysyłki towaru spowrotem do sprzedawcy.

Niejednokrotnie towar oferowany w Internecie nie spełnia naszych oczekiwań i jesteśmy zmuszeni do dokonania zwrotu, który często jest kłopotliwy.

Podkreślenia wymaga fakt, iż w kwestii umów zawieranych poza lokalem jak i na odległość, bardzo ważną rolę odgrywa działalność edukacyjna Rzecznika Konsumentów poprzez media, co prowadzi do podwyższenia świadomości konsumentów.

Szczególnie ważne to jest kiedy na rynku pojawia się nowa firma i należy przed nią ustrzec konsumentów.

## **2. Udzielanie porad, informacji i innych form pomocy w zakresie ochrony interesów i praw konsumentów**

Rzecznik Konsumentów udziela każdego dnia kilkadziesiąt porad prawnych - wizyty osobiste konsumentów w Biurze Rzecznika oraz odpowiedzi na bieżące e-maile i skargi pisemne, a także porady telefoniczne.

Urząd Miasta Szczecin posiada certyfikat jakości ISO 9001 i Biuro Miejskiego Rzecznika Konsumentów ma opracowaną procedurę nr P-V-02, w której uregulowano metody i tryb udzielania pomocy konsumentom – mieszkańcom Szczecina.

Zgodnie z tą procedurą Biuro Miejskiego Rzecznika Konsumentów realizuje udzielanie pomocy konsumentom w następujący sposób:

- **przedstawianie konsumentom sytuacji prawnej zgłoszonego problemu i wskazywanie możliwości jego rozwiązania,**
- **badanie** (analizowanie) na miejscu zasadność skargi konsumenta,
- **bezpośrednie interwencje u przedsiębiorców** (najczęściej telefonicznie),
- **pisemne wystąpienia** do przedsiębiorców,
- bieżące odpowiedzi na pytania konsumentów zadawane w formie elektronicznej,
- przeprowadzanie postępowań ugodowych (**mediacje**),
- **kierowanie konsumentów do właściwych instytucji** (Inspekcji Handlowej, Sanepidu, Urzędu Regulacji Energetyki, Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Rzecznika Ubezpieczonych, itp.)
- sporządzanie **pozwów i pism procesowych** dla konsumentów,
- **wytaczanie powództw i wstępowanie w imieniu konsumentów do toczących się spraw sądowych** oraz prowadzenie i nadzorowanie postępowania egzekucyjnego prowadzonego przez komornika.
- **Informowanie konsumentów o możliwości skorzystania z sądownictwa polubownego lub arbitrażu specjalistycznego.**

Ponadto Rzecznik Konsumentów **zawiadamia organa ścigania** tj. prokuraturę i Policję – w sprawach, w których zachodzi podejrzenie popełnienia przestępstwa na szkodę konsumenta lub grupy konsumentów.

W celu zapewnienia prawidłowej ochrony praw konsumentów Rzecznik współpracuje na co dzień z właściwymi **urzędami i instytucjami**. Należy podkreślić, iż w 2006 r. Rzecznik na bieżąco współpracował z **Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Biurem Rzecznika Ubezpieczonych, z Arbitrem Bankowym, Głównym Inspektorem Ochrony Danych Osobowych, Urzędem Regulacji Energetyki, Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Sądem Polubownym przy Inspekcji Handlowej, Rzecznikiem Praw Pacjenta działającym przy Narodowym Funduszu Zdrowia w Szczecinie**.

Efektom tej współpracy są szybkie, fachowe i skuteczne porady i pomoc dla konsumentów.

Należy podkreślić, iż coraz więcej firm na które wpływają uzasadnione skargi ( np. UPC, TP SA, Poczta Polska, właściciele firm prywatnych) same występują z propozycją polubownego ich załatwienia.

Rzecznik kontynuuje bieżącą współpracę z mediami zarówno lokalnymi jak i ogólnokrajowymi. Współpraca polega na prowadzeniu **akcję informacyjno-edukacyjną**, mającą na celu ostrzeżenie potencjalnych klientów przed nierzetelną, a niekiedy wręcz oszukańczą działalnością różnych firm takich jak:

- proponujących szybkie i łatwe pożyczki gotówkowe,
- pośredniczących w obrocie nieruchomościami,
- działających na zasadzie akwizycji (drzwi, okna, pościel, naczynia kuchenne, itp.)
- deweloperów,
- i innych, którzy swoją działalność prowadzą w sposób nie zawsze zgodny z prawem.

Stało się regułą, iż po każdej kampanii informacyjnej-edukacyjnej do Biura trafia coraz większa ilość konsumentów w celu zaciągnięcia porady, czy informacji prawnej, co Rzecznik Konsumentów traktuje jako pozytywny objaw.

Działalność Rzecznika Konsumentów polegała też na bieżącej **współpracy z rzeczoznawcami, biegłymi sądowymi**, głównie z branż: obuwniczej, odzieżowej i budowlanej.

Dla tych konsumentów, którzy nie byli w stanie ponieść kosztów opinii rzeczoznawcy, w Biurze Rzecznika można było bezpłatnie otrzymać opinię rzeczoznawcy w spornych sprawach reklamacji butów, odzieży, okien PCV. W pozostałym zakresie Rzecznik udostępniał numery telefonów rzeczoznawców z listy Rzeczoznawców do Spraw Jakości Produktów lub Usług prowadzonej przez Zachodniopomorskiego Wojewódzkiego Inspektora Inspekcji Handlowej.

#### **W 2006 roku rzeczoznawcy wydali na rzecz konsumentów:**

- **124** opinie w sprawie jakości obuwia,
- **65** opinii w sprawach: odzieży, kompletu wypoczynkowego, dywanu, firanek.
- **8** opinii w sprawie okien PCV, drzwi, podłóg

Opinie rzeczoznawców pozyskane w Biurze Rzecznika Konsumentów mają na celu pomaganie konsumentom w załatwieniu sporu ze sprzedawcą.

Należy zauważyć, że coraz częściej zarówno rzecznik jak i pracownicy Biura Rzecznika biorą osobiście udział w różnego typu oględzinach, najczęściej w mieszkaniach konsumentów w celu potwierdzenia zasadności reklamacji konsumenta. Taki osobisty udział w oględzinach pomaga rzecznikowi w rozstrzygnięciu zaistniałego sporu.

Ilość wpływających spraw dotyczących niezgodności obuwia z umową nie maleje a wręcz odwrotnie wzrasta, co jest spowodowane, tym iż na naszym rynku sprzedaje się dużo taniego towaru o ograniczonym czasie użytkowania i złej jakości obuwia. Rzecznik obserwuje, iż przy zakupie obuwia coraz częściej głównym kryterium wyboru jest cena a nie jakość, co w konsekwencji prowadzi do licznych, nie zawsze uzasadnionych reklamacji obuwia. Ponadto źródłem problemów jest brak informacji o przeznaczeniu zakupionego obuwia, jak również sprzedaż obuwia sportowego podrobionej marki Nike, Reebok, Adidas.

W sytuacjach, kiedy mimo przedstawienia opinii sprzedawca dalej odmawia naprawy towaru lub jego wymiany, Rzecznik pomaga konsumentom skierować sprawę na drogę postępowania sądowego.

Z satysfakcją należy odnotować, iż około **80 %** spraw które wpłynęły do Biura zostało załatwionych na korzyść konsumentów. Ten wskaźnik utrzymuje się na podobnym poziomie od początku działalności Biura.

Siedem lat działalności Rzecznika skutkuje tym, iż zwiększyła się świadomość zarówno po stronie konsumentów jak i przedsiębiorców, co przejawia się w tym, iż coraz więcej sporów jest rozwiązywanych na drodze mediacyjnej.

### **3. Załatwianie sporów między konsumentami a przedsiębiorcami w formie mediacji.**

**Mediacja** jest najlepszym, najprostszym i najszybszym sposobem rozstrzygnięcia sporu, pod warunkiem, że na takie rozwiązanie jest zgoda dwóch stron. Mediacja nie naraża żadnej ze stron na ponoszenie dodatkowych kosztów, np. sądowych, komorniczych i ma na celu pozasądowe załatwienie sporu.

Pracownicy Biura po wstępnej analizie sprawy zgłaszanej przez konsumenta decydują, czy sprawę można załatwić natychmiast, czy też konieczne jest wszczęcie postępowania wyjaśniającego i przeprowadzenie mediacji z udziałem dwóch stron zainteresowanych polubownym pozasądowym załatwieniem sprawy.

Jeśli postępowanie wyjaśniające lub mediacja nie doprowadziły do pozytywnego zakończenia sporu pozostaje skierowanie sprawy na drogę postępowania sądowego. Jednak głównym zamierzeniem pracy Rzecznika i jego Biura jest takie prowadzenie sprawy, żeby nie było konieczności kierowania jej do sądu.

Zaobserwowano, iż wśród konsumentów szukających pomocy pokaźną grupę stanowią osoby starsze, samotne, schorowane, niezrównoważone psychicznie, które po przedstawieniu swojego problemu (nie zawsze konsumenckiego i uzasadnionego prawnie) kierowane są do odpowiednich instytucji.

Rzecznik Konsumentów zaobserwował, iż taka forma pomocy jak mediacja cieszy się zainteresowaniem zarówno konsumentów jak i przedsiębiorców, jako szybka, bezpłatna i co najważniejsze skuteczna.

#### **4. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów – opis Tabeli nr 1.**

W roku 2006 pracownicy Biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów w formie bezpośredniej (osobistej), telefonicznej, pisemnej, i w formie odpowiedzi na zapytania e-mailowe udzielili porad konsumenckich i informacji prawnych: **OGÓLEM 12225** osobom potrzebującym pomocy prawnej . W tym:

**sprawy i porady wniesione osobiście – 4857,  
sprawy przesłane pocztą, e-maile – 1700,  
porady i informacje udzielone telefonicznie – 5668.**

*Struktura i ilość udzielonych porad jest szczegółowo zestawiona w Tabeli nr 1 (załącznik do Sprawozdania).*

Z analizy Tabeli wynika, że problemy z którymi zgłaszali się konsumenci w 2006 r. w większości są podobne do lat poprzednich są podobne jeśli chodzi o przedmiot skarg i wniosków, natomiast jest ich coraz więcej.

Z oceny Rzecznika wynika to z faktu, iż konsumenci którzy już raz skorzystali z pomocy Biura, przychodzą powtórnie niejednokrotnie przyprowadzając swoich bliskich i znajomych ponieważ są zadowoleni ze sposobu załatwienia ich sprawy. Bardzo często podkreślają to w formie pisemnych podziękowań.

Niemniej jednak Rzecznik spotyka się z problemami nietypowymi, dotyczącymi np. likwidacji przez Ministerstwo Finansów opłat w formie znaków skarbowych i prośba konsumentów o udzielenie pomocy w ich zwrocie (jeden z konsumentów miał niepotrzebne znaki na kwotę 213 zł).

Ponadto bardzo często konsumenci z nietypowymi problemami dzwonią bezpośrednio od sprzedawcy lub usługodawcy prosząc o pomoc.

#### **5. Występowanie do przedsiębiorców i innych instytucji w sprawie ochrony interesów konsumentów - opis Tabeli nr 2.**

Po zbadaniu sprawy przedstawionej przez konsumenta, Rzecznik występuje do przedsiębiorcy o przedstawienie swojego stanowiska w przedmiotowej sprawie w formie telefonicznej lub pisemnej. W razie pisemnego wystąpienia przedsiębiorca ma obowiązek ustosunkować się do wezwania Rzecznika i w tym celu określa się 14 dniowy termin na udzielenie odpowiedzi.

W 2006 r. Rzecznik Konsumentów miał ogólnych wystąpień w sprawach ochrony interesów konsumentów ponad 2 tys. z których ok. 80 % zostało zakończonych pozytywnie dla konsumentów.

W razie stwierdzenia naruszenia powszechnie obowiązujących przepisów prawa z zakresu ochrony praw konsumentów **wzywa się przedsiębiorcę o zaprzestanie** stosowania niezgodnych z prawem praktyk i załatwienie skargi konsumenta zgodnie z jego żądaniem.

W przypadku niedostosowania się do wezwania Rzecznik może zarówno zawiadomić właściwą delegaturę lub centralę UOKiK-u o stosowanych praktykach naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w pozostałych przypadkach ma prawo skierować wnioski o ukaranie przedsiębiorcy przez sąd grodzki zgodnie z przepisami kodeksu ds. wykroczeń.

Oprócz naruszeń przepisów prawa nierzadko można było zaobserwować działania przedsiębiorców, które łamały zasady dobrych obyczajów kupieckich. Także w takich przypadkach rzecznik podejmował interwencję na rzecz konsumentów.

Podobnie jak w latach poprzednich Rzecznik Konsumentów korzystał z różnych form wystąpień do przedsiębiorców jak również na bieżąco zawiadamiał Prokuraturę i Policję o przypadkach podejrzenia popełnienia przestępstw.

Rzecznik Konsumentów korzysta z możliwości skierowania wniosku o ukaranie przedsiębiorcy do Sądu Rejonowego, z powodu uchylania się od udzielania Rzecznikowi wyjaśnień w sprawie konsumenta. Jest to skuteczna forma dyscyplinowania przedsiębiorcy.

Na skutek takich wystąpień Sąd każe przedsiębiorców karą grzywny w wysokości **od 200 do 500 zł.**

## **6. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie za ich zgodą do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów – opis Tabeli nr 3.**

Powództwa wytaczane przez Rzecznika na rzecz konsumentów oraz pomoc prawna w zakresie przygotowywania pozwów sądowych wnoszonych indywidualnie przez konsumentów oraz sprzeciwów dla konsumentów opisuje **Tabela nr 3.**

W roku 2006 Rzecznik Konsumentów wytoczył w imieniu konsumentów **8 powództw** dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancją i niewykonania lub nienależytego wykonania usług. Jednocześnie udzielił pomocy prawnej **36** konsumentom polegającej na przygotowaniu dla nich pozwów i pism procesowych (sprzeciwów od nakazów zapłaty, odpowiedzi na pozwy, pism w postępowaniu egzekucyjnym) dotyczących spraw spornych z przedsiębiorcą.

W **2** przypadkach Rzecznik wstąpił do toczącego się już postępowania sądowego.

W uzasadnionych prawnie sytuacjach Rzecznik Konsumentów namawiał również konsumentów do załatwiania sporów z przedsiębiorcami poprzez występowanie z powództwem do Stałego Polubownego Sądu Konsumentckiego działającego przy Inspekcji Handlowej w Szczecinie.



## **V. Z ciekawszych a zarazem skomplikowanych spraw, które wpływały do Biura Rzecznika w 2006 roku należy wspomnieć o kilku następujących:**

### **1. Zakup luksusowego Mercedesa przez emeryta**

Konsument w styczniu 2006 r. w salonie Mercedesa zakupił samochód osobowy **Mercedes-Benz C 320 CDI** za cenę **155 000 PLN**. Część ceny samochodu została opłacona przez niego gotówką (62 000 zł), na pozostałą część został zaciągnięty kredyt. Wszystkie formalności kredytowe były załatwiane w siedzibie sprzedawcy.

Konsument wniosek kredytowy na zakup pojazdu mechanicznego Mercedes-Benz C 320 CDI podpisał w siedzibie sprzedawcy, w obecności przedstawiciela handlowego.

Po dwóch miesiącach od zakupu, Konsument zjawił się w salonie Mercedesa, gdzie oświadczył, iż nie chce tego samochodu, bowiem nie stać go na taki drogi samochód i płacenie tak wysokich rat. Konsument przedmiotowym samochodem prawie w ogóle nie jeździł (zrobił tylko około 300 km). Sprzedawca przyjął od Konsumenta samochód jako używany i zobowiązał się w ramach umowy pośrednictwa sprzedaży samochodów używanych pośredniczyć w jego odsprzedaży.

Samochód stał w komisie jakiś czas, nie znajdując nabywcy i dlatego Konsument zdecydował się telefonicznie obniżyć znacznie jego cenę (o 25 000 zł). Jednocześnie Konsument musiał kosztem swojego zdrowia spłacać bardzo wysokie raty kredytu w wys. 2500 zł.

W całej tej sprawie bardzo istotna była sytuacja zdrowotna Konsumenta. Konsument zgłaszając się do Rzecznika Konsumentów przedstawił zaświadczenie lekarskie, potwierdzające, iż od 9 lat leczy się z powodu choroby „*zaburzenia afektywne dwubiegowe*”. Z opisu choroby, przedstawionego przez lekarza wynika, iż zaburzenia Konsumenta przebiegają z okresami depresji oraz manii. I właśnie w okresie od listopada 2005 r. do lutego 2006 r. w stanie psychicznym Konsumenta występowały objawy manii (podwyższony nastrój i aktywność, radość, wzmożona samoocena, itp).

W tym okresie również Konsument zdecydował się na zakup tak drogiego i luksusowego samochodu, zapominając o swojej chorobie, o swoim wieku 69 lat, a przede wszystkim o braku pieniędzy! Będąc w stanie ograniczonej świadomości planował rozkręcenie działalności gospodarczej z której oczekiwał zawrotnych zysków. Gdy w stanie psychicznym konsumenta nastąpił zwrot choroby (depresja) zdał sobie sprawę, iż z działalności gospodarczej nic nie wyjdzie i dlatego zdecydował się na zwrot samochodu do sprzedawcy.

Konsumenta nigdy nie było stać na zakup tak drogiego samochodu. Pieniądze na wpłatę gotówkową pożyczał od rodziny, na zapłatę miesięcznych rat też musiał pożyczać bo nie miał pieniędzy. Jego miesięczna emerytura wynosiła ok. 1400 zł i nie pokrywała kwoty raty (ok. 2500 zł miesięcznie).

Konsument oświadczył w rozmowie z Rzecznikiem Konsumentów, iż kupując Mercedesa czuł się jak „*dziecko w sklepie z zabawkami*”, jakby wybierał zabawkę dla siebie. Przemawia za tym m.in. opis kupowania samochodu: Konsumenta nie interesowały aspekty techniczne samochodu, jego cena, jego wyposażenie, przyjął taki samochód jaki zaoferował mu sprzedawca, tj. samochód nietypowy: z dużą

mocą silnika, automatyczną skrzynią biegów, auto które jest przeznaczone na duże szybkości, na autostrady, auto prawie sportowe, bardzo rzadko spotykane na naszych polskich drogach. Konsument w swojej bez trosce scedował na sprzedawcę takie czynności jak rejestracja auta, czy nawet odprowadzenie samochodu do jego mieszkania (nie jeździł samochodem od początku choroby tj. od 10 lat).

Takie zachowanie Konsumenta już w momencie sprzedaży, powinno dać sprzedawcy sygnał, iż po stronie Konsumenta występuje brak świadomości co do skutków oświadczenia woli tj. umowy sprzedaży tak drogiego samochodu i umowy kredytu na ponad 100 tys. zł, przy racie znacznie przekraczającej jego miesięczne dochody.

Konsument nie mogąc sobie sam poradzić z sytuacją w jakiej się znalazł (spowodowanej chorobą psychiczną), poprosił Rzecznika Konsumentów o pomoc. Próbując pomóc konsumentowi Rzecznik zwrócił się do banku obsługującego firmę Mercedes z opisem sprawy i wnioskiem o anulowanie kredytu, powołując się na brak świadomości podczas zawierania umowy kredytu jak również na brak zdolności kredytowej emeryta, którego jedynym dochodem jest emerytura wys. ok. 1400 zł miesięcznie. Niestety Bank nie był zainteresowany rozwiązaniem zawartej umowy jak również nie czuł się winny przyznając tak wysoki kredyt osobie nie mającej odpowiedniego zabezpieczenia.

Jednocześnie Rzecznik zwrócił się do sprzedawcy, wskazując na nieprawidłowości które miały miejsce w trakcie zawierania zarówno umowy sprzedaży samochodu jak i umowy kredytu. Rzecznik zdecydował również o nagłośnieniu tej sprawy poprzez prasę lokalną. W konsekwencji, sprzedawca w porozumieniu z bankiem wyraził zgodę na zawarcie ugody z Konsumentem na warunkach korzystnych dla konsumenta. Ugoda została zawarta w Biurze Rzecznika w obecności zainteresowanych stron.

Taki sposób załatwienia sprawy bardzo usatysfakcjonował konsumenta. Ponadto konsument podjął pewne kroki prawne mające ustrzec go w przyszłości przed popełnieniem podobnych błędów.

## 2. Sprzedaż filtrów wodnych w drodze akwizycji.

Na terenie naszego miasta działa firma zajmująca się akwizycyjną sprzedażą filtrów do wody wątpliwej jakości ale za to za bardzo wysoką cenę. Klientami tej firmy są głównie ludzie starsi, chorzy, nie wychodzący z domu. Pracownicy firmy dzwonią do konsumentów i namawiają ich na bezpłatne badanie wody. Po przeprowadzeniu badania wody, okazuje się najczęściej, że woda która płynie w kranach mieszkańców Szczecina jest bardzo zanieczyszczona a to powoduje ich liczne choroby. Według akwizytorów najlepszym rozwiązaniem w takiej sytuacji jest montaż filtrów, które firma sprzedaje w „bardzo atrakcyjnej i promocyjnej cenie” i z możliwością spłaty w niewielkich ratach. Pracownicy tej firmy spisują z Konsumentami umowy sprzedaży filtrów i umowy kredytu w ich domach, a mimo tego dają im do podpisania dokument zatytułowany „oświadczenie”, z którego wynika, że umowa kupna-sprzedaży filtra została podpisana w siedzibie firmy! Taką informację firma udostępnia ludziom w formie odrębnej karteczki, którą każe im podpisać a którą następnie zabiera! W ten sposób uniemożliwia się tym

konsumentom skorzystanie z praw jakie im gwarantuje **ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny oraz ustawa z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim (tj. prawa do odstąpienia od umowy).**

Zgodnie z art. 12.1. ustawy o kredycie konsumenckim, Konsument odstępując od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, odstępuje także od umowy o kredyt konsumencki. Jednak ze względu na fakt, iż spełnienie świadczenia przez kredytodawcę (bank) nastąpiło na rzecz podmiotu (firma), od którego Konsument nabył rzecz (filtr do wody), Konsument nie ma możliwości zwrócenia Bankowi kwoty kredytu. Ustawa w tej sytuacji stanowi, iż kredytodawca i przedsiębiorca powinni się rozliczyć między sobą, jeżeli istnieje między nimi umowa regulująca zasady udzielania kredytu konsumenckiego na nabycie rzeczy lub usługi. Dla Miejskiego Rzecznika Konsumentów oczywistym było, iż między firmą sprzedającą filtry a bankiem istniała taka umowa o współpracy. Pracownicy firmy pobierając od Konsumentów dane niezbędne do kredytu i przygotowując wnioski kredytowe dla banku, powinni posiadać upoważnienie banku w tym zakresie. Dlatego w ocenie Rzecznika umowa o współpracy między przedsiębiorcą a bankiem powinna przewidywać takie sytuacje i nie dopuszczać do przekazywania środków pieniężnych w krótkim czasie (1-2 dni) od podpisania umowy kredytu ale przedłużyć ten termin do 10 dni tj. o tyle ile konsument ma na odstąpienie od umowy.

Miejski Rzecznik Konsumentów wielokrotnie zwracał się do firmy z wezwaniem do zaniechania stosowania powyższych praktyk wobec konsumentów jak i do banku o zbadanie działalności tej firmy tj. sposobu zawierania umów kredytu.

Oszukani konsumenci zgłosili również problem na Policję.

W konsekwencji zdecydowanych działań Rzecznika, firma zwróciła do banku kredyty i rozwiązała z konsumentami umowy sprzedaży filtrów.

**Rzecznik wobec braku współpracy ze strony firmy, obawiając się, iż podobne sytuacje będą się powtarzały w przyszłości zdecydował się zawiadomić Prokuraturę o nieuczciwej działalności firmy sprzedającej filtry do wody.**

### **3. Promocja wprowadzająca w błąd konsumentów**

Ogólnopolska, markowa firma odzieżowa pod koniec sierpnia 2006 r. przeprowadzała w swoich sklepach firmowych akcję promocyjną. Akcja ta polegała na tym, iż w wejściu do sklepu umieszczono duże reklamy: na czerwonym tle białe litery o treści: „**tylko 3 dni – 50 % na wszystko**”.

Konsumenci zachęteni w/w reklamą w sklepie, wchodzili do środka z zamiarem skorzystania z promocyjnej oferty sklepu. Po wybraniu towaru, już przy kasie okazywało się, że nie wszystkie towary oferowane w sklepie są sprzedawane po atrakcyjnej, obniżonej cenie. Ekspedientki wyjaśniały zdziwionym i zaskoczonym konsumentom, iż promocja dotyczy tylko strojów z kolekcji letniej. Okazało się, iż wiele osób kierując się umieszczoną przy wejściu do sklepu reklamą żądało sprzedania wybranego towaru po obniżonej cenie. Po odmowie i wyjaśnieniu sprawy, część klientek sklepu odchodziło od lady rozczarowane i zawiedzione nieuczciwą reklamą a część decydowało się na zakup towaru po normalnej cenie.

Na okoliczność nieuczciwej, wprowadzającej w błąd reklamy została złożona reklamacja do sklepu oraz żądanie sprzedania wybranego towaru po promocyjnej

cenie. Odpowiedź sprzedawcy na reklamację nie zawierała ustosunkowania się do zarzutu nieuczciwej i wprowadzającej w błąd reklamy, jak również ustosunkowania żądania sprzedania towaru w promocyjnej cenie.

W tej sytuacji Miejski Rzecznik Konsumentów wystąpił do prezesa firmy odzieżowej z zawiadomieniem, iż zastosowana z jego inicjatywy w sklepach firmowych wyżej opisana akcja promocyjna, wyczerpuje znamiona praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów wskazując właściwą podstawę prawną. W odpowiedzi na wystąpienie Rzecznika firma odzieżowa wykazała się nieznajomością przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W rozmowie telefonicznej z managerem firmy Rzecznik dowiedział się, że firma nie ma w posiadaniu treści ustawy i będzie wdzięczna za jej przesłanie, co też niezwłocznie zostało dokonane. Jednak mimo posiadania właściwych przepisów, w/w firma nie chciała potwierdzić, że jej akcja promocyjna wprowadzała ewidentnie w błąd konsumentów.

W ocenie Rzecznika zastosowana przez firmę odzieżową akcja promocyjna była nieuczciwa i wprowadzała w błąd co do cen oferowanych towarów. Mogła narazić wielu konsumentów na niepotrzebny wydatek finansowy (zakupy po normalnej cenie), natomiast sprzedawcy przyniosła na pewno duże zyski.

**W tej sytuacji Miejski Rzecznik Konsumentów zdecydował się na złożenie wniosku do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura w Łodzi o przeprowadzenie postępowania wyjaśniającego mającego na celu potwierdzenie, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów w myśl Ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Postępowanie aktualnie jest w toku.**

#### **4. Problemy konsumentów zawierających umowy zakupu mieszkań z deweloperami.**

Z ciekawszych spraw konsumenckich jakie wpłynęły w ubiegłym roku do Biura Rzecznika należy wymienić sprawę konsumenta, który miał problem z deweloperem, dotyczący sposobu obliczania powierzchni użytkowej nowo wybudowanego lokalu mieszkalnego.

Według wyliczeń Konsumenta i powołanego przez niego rzeczoznawcy powierzchnia mieszkania była faktycznie o 0,7 m mniejsza od powierzchni wyliczonej przez dewelopera. Różnica ta wynikała z faktu zastosowania różnych przyjętych sposobów wyliczenia powierzchni.

Zastosowany przez dewelopera sposób obliczania powierzchni był dla konsumenta niekorzystny bowiem godził w jego interes ekonomiczny (konsument tracił około 2 tys. zł). Konsument bowiem przez cały czas korzystania z mieszkania będzie zmuszony ponosić wyższe koszty eksploatacyjne.

Deweloper przy zawieraniu umowy przedwstępnej nie określił w jaki sposób będzie obliczana powierzchnia użytkowa.

Pomimo podjęcia interwencji przez Rzecznika, nie doszło do pozytywnego zakończenia powyższego sporu z winy dewelopera. Deweloper wycofał się z zawartej w Biurze Rzecznika ugody (umowa dżentelmeńska).

Konsument zdecydował się na wniesienie pozwu przeciwko deweloperowi do sądu powszechnego. W razie konieczności Rzecznik Konsumentów będzie nadal udzielał

konsumentowi pomocy poprzez wstąpienie do toczącego się postępowania sądowego.

Drugi przypadek sporu z deweloperem dotyczy sprzedaży nowego mieszkania bez udziału w gruncie. Przed wydaniem lokalu mieszkalnego i podpisaniem umowy sprzedaży, deweloper wezwał konsumentów do zapłaty ceny gruntu w wys. ok. 2 tys. Okazało się, iż umowa przedwstępna sprzedaży mieszkania przewidywała niekorzystny i niezgodny z prawem zapis, z którego wynikało, iż kupujący płaci za lokal mieszkalny określoną umownie kwotę a za grunt musi dodatkowo dopłacić, jednak deweloper nie określił wysokości kwoty.

Dużym problemem jest również podwyższanie ceny mieszkań przez deweloperów.

## **VII. Współdziałanie z właściwymi miejscowo Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, oraz innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.**

Współdziałanie Rzecznika zarówno z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie jak i Delegaturami w Gdańsku, Bydgoszczy, Wrocławiu, Poznaniu, Łodzi jest realizowane na bieżąco poprzez:

1. **stały kontakt** telefoniczny z właściwą miejscowo Delegaturą Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku oraz z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie (głównie Departament Polityki Konsumentckiej),
2. bieżące informowanie w/w instytucji o stwierdzonych przypadkach **naruszania zbiorowego interesu konsumentów**,

Rzecznik złożył w 2006 r.:

- wniosek do UOKiK Delegatura Łódź o wszczęcie postępowania wyjaśniającego przeciwko Moonari Trade SA z Łodzi w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów poprzez zastosowanie wprowadzającej w błąd reklamy,
  - wniosek do UOKiK Delegatura Gdańsk o wszczęcie postępowania wyjaśniającego w sprawie obliczenia powierzchni użytkowej w nowo wybudowanym przez dewelopera mieszkaniu,
3. **informowanie o praktykach niedozwolonych, monopolistycznych** różnych podmiotów gospodarczych na terenie działalności Rzecznika, tj.:
    - zawiadomienie UOKiK w Warszawie w sprawie nieuczciwych metod stosowanych przy zawieraniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych przez pracowników Tele2 Polska Sp. z o.o.
    - zawiadomienie UOKiK w Warszawie o oszukańczej działalności firmy FFS Ekspedycja,

- zawiadomienie UOKiK w Warszawie o pobieraniu przez TP SA wysokich kar umownych za przedterminowe rozwiązywanie umów zawartych na czas określony o Neostradę TP,
- zawiadomienie UOKiK w Warszawie o podwyższeniu przez TP SA opłat za usługę ISDN,
- zawiadomienie UOKiK Delegatura w Gdańsku o oferowaniu przez operatorów sieci komórkowych (Polkomtel SA, Orange) bezprzewodowego dostępu do Internetu w technologii EDGE, bez zapewnienia abonentom technicznych możliwości korzystania z tej usługi na poziomie odpowiadającym technologii EGDE,
- zawiadomienie UOKiK w Warszawie o przypadkach zawierania przez Canal + Cyfrowy Sp. z o.o. umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych w trakcie rozmów telefonicznych z abonentami,

#### 4. **współpraca Rzecznika z innymi instytucjami:**

Miejski Rzecznik Konsumentów w 2006 r. prowadził stałą współpracę z:

- **Arbitrem Bankowy Panią Katarzyną Marczyńską.**

Współpraca wzorem lat ubiegłych polega zarówno na kontaktach telefonicznych jak i sygnalizowaniu i przekazywaniu spraw na piśmie do zaopiniowania przez Arbitra. Niejednokrotnie w razie wątpliwości Rzecznika co do zasadności sprawy zgłoszonej przez konsumenta, Pani Arbitr Bankowy od razu telefonicznie udzielała informacji na jej temat.

W kilku sprawach konsumenckich, pomoc Arbitra Bankowego umożliwiała pozytywne rozstrzygnięcie sporu między Bankiem a Konsumentem, który to bank wcześniej odmówił Konsumentowi i Rzecznikowi pozytywnego załatwienia sprawy (dot. to Lukas Banku, GE Money Bank ).

Ze względu na fakt, iż coraz większą popularnością cieszą się kredyty hipoteczne (długoterminowe i na wysoką kwotę), ilość spraw kierowana do Arbitra spadała, ponieważ Arbitr rozstrzyga tylko skargi do 8 tys. wartości przedmiotu sporu.

- **Biurem Rzecznika Ubezpieczonych, Dyrektor Biura Pani Krystyna Krawczyk,**

W sprawach zawitych z zakresu ubezpieczeń komunikacyjnych, majątkowych oraz pojawiających się problemów związanych z ubezpieczeniem kredytów Rzecznik Konsumentów często korzystał z opinii Dyrektora Biura Rzecznika Ubezpieczonych. Rzecznik występował również w imieniu konsumentów, którzy zawarli umowę ubezpieczenia, do Biura Rzecznika z wnioskiem o podjęcie interwencji u ubezpieczyciela. Interwencja była skuteczna i zakończyła się pozytywnie dla konsumenta.

Ponadto opinie wydawane przez Biuro Rzecznika Ubezpieczonych są przydatne Rzecznikowi w prowadzeniu sprawy konsumenta.

- **Generalnym Inspektorem Ochrony Danych Osobowych**

W związku z aktywnym działaniem firm wysyłkowych i windykacyjnych, Rzecznik nawiązał współpracę z GIODO, informując o przypadkach naruszania praw konsumentów do ochrony ich danych osobowych.

Rzecznik zawiadamiał również GIODO o nieuzasadnionych przypadkach kserowania dokumentów tożsamości przez różne podmioty gospodarcze.

- **Inspekcją Handlową w Szczecinie**

Współpraca Rzecznika polega na stałym kontakcie telefonicznym i osobistym z Inspekcją Handlową, wspólnym udziale w szkoleniach i konferencjach.

Od początku 2006 r. Miejski Rzecznik Konsumentów oraz dwóch pracowników jego Biura pełnią funkcję arbitrów w Stałym Polubownym Sądzie Konsumentckim, działającym przy Inspekcji Handlowej.

Ponadto we wszystkich placówkach handlowych, w których stwierdza się naruszenie prawa konsumentów Inspekcja Handlowa na wniosek Rzecznika przeprowadza kontrole w celu wyeliminowania nieprawidłowości.

- **Urzędem Komunikacji Elektronicznej**

Miejski Rzecznik Konsumentów odnotował znaczną ilość skarg na działalność przedstawicieli firmy Tele2 Polska Sp. z o.o., z których część udało się pozytywnie załatwić przy pomocy UKE.

Urząd Regulacji Telekomunikacji i Poczty interweniował na wniosek Rzecznika do Telekomunikacji Polskiej, Tele2, operatorów telefonii komórkowej i usług informatycznych w sprawach trudnych, skomplikowanych, wymagających przeprowadzenia postępowania dowodowego lub w sprawach w których UKE z urzędu wszczyna postępowanie.

Współpracę należy ocenić jako owocną.

- **Urzędem Regulacji Energetyki**

Od kilku lat Rzecznik współpracuje z URE w spornych sprawach konsumentów dotyczących dostaw energii, gazu i ciepła, które wymagają zarówno wyjaśnienia jak i podjęcia szybkich interwencji. O wszystkich pojawiających się nieprawidłowościach, które dotyczą dostawców energii, gazu i ciepła na bieżąco jest informowany URE.

## **VIII. Działania o charakterze informacyjno-edukacyjnym**

Zadaniem Rzecznika jest stałe podtrzymywanie zainteresowania środków masowego przekazu problematyką konsumencką, co wymaga aktywności rzecznika w kontaktach z dziennikarzami.

Stała współpraca z mediami jest jedną z form rozpowszechniania przez Rzecznika wiedzy konsumenckiej i kształtowania w tym zakresie świadomości mieszkańców Szczecina i okolic.

Dziennikarze gazet lokalnych nadal często zwracają się do Rzecznika o przedstawienie swojego stanowiska w sprawach konsumenckich, bądź proszą o komentarz do wydarzeń o charakterze społecznym.

**Rzecznik prowadzi szeroko zakrojoną działalność o charakterze edukacyjno – informacyjnym poprzez:**

1. Stałe cotygodniowe pisanie artykułów o tematyce konsumenckiej do tygodnika **Szczeciński Punkt Widzenia**.
2. Rzecznik Konsumentów na bieżąco współpracuje z **Telewizją Polską Oddział w Szczecinie** ( udział w programie „**Wokół nas**”, **Kronika Szczecińska, Kątem Oka**).
3. stała współpraca z Polskim Radiem Szczecin.
4. udział w różnych audycjach radiowych różnych rozgłośni (**Radio Żółte Przeboje, Radio VOX, Radio RMF, ZET,** )
5. dodatkowo Rzecznik sygnalizuje dziennikarzom, jakie aktualne problemy wymagałyby ich interwencji, co ma zarówno pomóc w załatwieniu indywidualnej sprawy konsumenta jak i ostrzeżeniu innych konsumentów przed popełnieniem błędu. Wszelkie zmiany przepisów w prawie służącym konsumentom są przekazywane szerokiej grupie odbiorców za pośrednictwem lokalnych mediów.
6. rzecznik kilkakrotnie w ciągu minionego roku był poproszony do udziału w różnych programach, m. in. „**Pytanie na śniadanie**” (Program 2 TVP), „**Gość Trójki**” (TVP 3), jak również proszono o komentarze dla telewizji **POLSAT i TVN program UWAGA**.
7. stała współpraca Rzecznika z **prasą lokalną (Kurier Szczeciński, Głos Szczeciński, Gazeta Wyborcza, Punkt Widzenia, Moje Miasto) i prasą o zasięgu krajowym, w tym Gazeta Prawna, Życie Warszawy, Fakt, Super Express, Rzeczpospolita itp.** polega m.in. na udzielaniu wypowiedzi będących komentarzem do problemów zgłaszanych przez czytelników danej gazety, na udzielaniu wywiadów, w których przedstawiane i omawiane są bieżące i nowe przepisy prawa konsumenckiego.

Rzecznik Konsumentów bierze udział w dyżurach telefonicznych organizowanych przez prasę lokalną, w którym to programie na gorąco odpowiada na telefony czytelników. Tematyka takich dyżurów jest związana z prawami konsumentów i obowiązkami przedsiębiorców.

**Działalność edukacyjna wśród dzieci, młodzieży i przedsiębiorców.**

Nadal prowadzona jest na szeroką skalę edukacja w szkołach gimnazjalnych, średnich, wśród studentów oraz miejscowych przedsiębiorców.



Inicjowanie tych spotkań odbywa się zarówno przez Rzecznika jak i strony zainteresowane.

Rzecznik Konsumentów brał udział w konferencjach, szkoleniach organizowanych przez Politechnikę Szczecińską, Uniwersytet Szczeciński, gdzie prowadził wykłady na temat praw konsumentów, np. udział w szkoleniu pt. Bezpieczne korzystanie z Internetu

Podczas takich spotkań Rzecznik wykorzystuje zarówno przygotowane przez jego Biuro materiały edukacyjne jak i te otrzymywane z UOKiK-u.

Efektom tych spotkań są prośby o kolejne szkolenia, jak również pisemne podziękowania dla Rzecznika i pracowników Biura.

### **Rzecznik Konsumentów brał udział w różnego typu konferencjach i szkoleniach, tak jak.:**

- udział w Konferencji „Moje Konsumentkie ABC” (7 czerwca 2006 r. Szczecin),
- udział w Konferencji pt. Polityka Ochrony Konsumentów i Polityka Konkurencji – razem czy osobno” (26 czerwca 2006 r. Warszawa),
- szkolenie dla rzeczników konsumentów zorganizowane przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich wraz z Kancelarią Adwokacką Prawa Konkurencji – Marek Tadeusiak na zlecenie Fundacji „Fundusz Współpracy” pt. „Wzmocnienie polityki ochrony konsumentów” ( 13-14.02.2006 r. i 6-7.07.2006 r. Gdańsk Jelitkowo),
- seminarium dot. rozwiązywania sporów konsumenckich przy zastosowaniu metod polubownego (pozasądowego rozstrzygnięcia sporów (13-14.07.2006 r. Gdańsk Jelitkowo),
- Międzynarodowa konferencja zorganizowana w ramach sprawowanej przez Polskę prezydencji w Międzynarodowej Sieci Ochrony Konsumentów pt. Podnoszenie Świadomości Konsumentkiej (23 października 2006 r. Warszawa),
- Seminarium dla rzeczników konsumentów zorganizowane przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich oraz Biuro Informacji Kredytowej (26-27 października 2006 r. Warszawa),
- Szkolenie zorganizowane przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich na temat wdrażania do systemu polskiego dyrektyw unijnych dot. polityki konsumenckiej (6-7 listopada, Poznań),
- Konferencja zorganizowana przez Europejskie Centrum Konsumentkie, pt. „Ochrona konsumentów kupujących towary lub usługi za granicą” (28 listopada 2006 r. Warszawa),
- udział w spotkaniach organizowanych przez TP SA w Gdańsku,
- udział w spotkaniach Krajowej Rady rzeczników Konsumentów, w której Rzecznik Konsumentów ze Szczecina jest członkiem.

### **Spotkania i konferencje organizowane z inicjatywy Rzecznika**

- Konferencja Prasowa z udziałem Pani Prezydent Anny Nowak z okazji **Światowego Dnia Konsumenta**, która odbyła się 14 marca 2006 r. w UM Szczecin.

- Rzecznik Konsumentów wspólnie z Dyrektorem Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku, był organizatorem **XI cyklicznego Ogólnopolskiego Spotkania Rzeczników Konsumentów oraz Dyrektorów Delegatur Urzędów Ochrony Konkurencji i Konsumentów**, które odbyło się w Mrzeżynie w dniach 11- 12 maja 2006 r. tematem przewodnim spotkania była „aktualne problemy konsumentów dotyczące usług telekomunikacyjnych i metody ich rozwiązywania”
- Rzecznik Konsumentów pomógł Stowarzyszeniu Konsumentów Polskich w zorganizowaniu Konferencji dot. uruchomienia Infolinii Konsumentkiej, która odbyła się w UM Szczecin w dniu 30 listopada 2006 r.

## **IX. Podsumowanie i wnioski końcowe**

### **Rok 2006 był kolejnym rokiem pracy Rzecznika Konsumentów, który przyniósł m.in.:**

1. Wzrost świadomości konsumenckiej mieszkańców Szczecina i okolic, którzy coraz częściej korzystają z pomocy Biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów przy rozwiązywaniu swoich problemów z profesjonalnie przygotowanym przedsiębiorcą. Dowodem na to jest znaczny wzrost udzielonych porad prawnych, informacji z **ok. 10 tys. do ok. 12 tys. (tj. co stanowi wzrost o ponad 20 %)**
2. efekty pracy Rzecznika i jego Biura są doceniane przez konsumentów, którzy znaleźli pomoc w Biurze Rzecznika. konsumenci wyrażają swoje zadowolenie poprzez pisemne, telefoniczne podziękowania a Biuro Rzecznika w Szczecinie jest stawiane jako wzór przez władze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie. Konsumenci podkreślają kompetencje zatrudnionych pracowników, zajmujących się sprawą, życzliwy i przyjazny sposób ich obsługi, co ma istotny wpływ na tworzenie dobrego wizerunku Urzędu Miasta.

Miejski Rzecznik Konsumentów z przykrością musi stwierdzić, iż wielu problemów udałoby się uniknąć lub załatwić na drodze polubownej gdyby wszyscy przedsiębiorcy przestrzegali przepisów prawa, i w swojej codziennej pracy stosowali zasadny współzycia społecznego i wprowadzali w życie praktyki zawarte w Kodeksach Etyki. Z doświadczenia Rzecznika Konsumentów wynika, iż wielu przedsiębiorców nadal stosuje w swoich umowach z konsumentami niedozwolone postanowienia umowne, które naruszają interesy konsumentów.

Dlatego działania podejmowane przez Rzecznika i jego Biuro w roku 2006 r. miały na celu zarówno udzielenie doraźnej pomocy w indywidualnych sprawach konsumentom jak również eliminowanie niekorzystnych zjawisk, jakie występują w relacjach konsument-przedsiębiorca poprzez wskazywanie przedsiębiorcom popełnianych przez nich błędów. Zaobserwowano co prawda korzystne zjawisko, polegające na zgłaszaniu się przedsiębiorców do Rzecznika z wnioskiem o pomoc

w rozstrzygnięciu sporu lub wyjaśnieniu przepisów prawa, ale zdaniem Rzecznika to ciągle za mało!

Bardzo dużym problemem są również długotrwałe procesy sądowe, jedna ze spraw prowadzonych przez Rzecznika w imieniu Konsumenta w sądzie rejonowym w Szczecinie trwa już 4 lata! Długotrwałe, kosztowne procesy sądowe znacznie ograniczają dochodzenie roszczeń przez konsumentów na drodze sądowej, dlatego bardzo wielu z nich rezygnuje z swoich roszczeń, co utwierdza tylko przedsiębiorców w przekonaniu, że są bezkarni i nikt im nic nie robi. Takie zjawisko na pewno nie sprzyja wzmocnieniu pozycji Konsumenta.

Pomocne są sądy polubowne (w Szczecinie działa Stały Polubowny Sąd Konsumentki przy Inspekcji Handlowej), w których sprawy konsumentki rozstrzyga się bezpłatnie i szybko, jednak i tutaj jest potrzebna współpraca konsumenta i przedsiębiorcy, bowiem obaj muszą wyrazić zgodę na rozstrzygnięcie sprawy przez ten sąd. I w praktyce jest tak, że o ile konsument zawsze jest zainteresowany, to przedsiębiorca już nie! Rzecznik Konsumentów i dwóch pracowników jego Biura aktywnie działają w tym sądzie, co pozwala na monitorowanie spraw konsumentów do samego końca.

**Sporządziła:**

**Longina Kaczmarek**  
**Miejski Rzecznik Konsumentów**

Szczecin, luty 2007 r.

Załączniki: Tabela nr 1, Tabela nr 2, Tabela nr 3,

# SPRAWOZDANIE MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW w SZCZECINIE za 2006 r.

**Tabela nr 1:**

**Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów**

Przedmiot sprawy				Ogółem
	telefoniczne	osobiste	pisemne	
<b>I. Usługi - ogółem, w tym:</b>	<b>3555</b>	<b>2811</b>	<b>917</b>	<b>7283</b>
bankowe	182	155	25	<b>362</b>
ubezpieczeniowe	139	92	30	<b>261</b>
finansowe	111	444	35	<b>590</b>
telekomunikacja (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, TV kablowa)	424	411	73	<b>908</b>
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	95	61	57	<b>213</b>
informatyczne	140	92	60	<b>292</b>
motoryzacyjne (serwis)	185	70	111	<b>366</b>
turystyczne i hotelarskie	191	62	58	<b>311</b>
pralnicze	52	47	9	<b>108</b>
naprawa sprzętu komputerowego, RTV, AGD	172	120	57	<b>349</b>
remontowo – budowlane	490	305	120	<b>915</b>
stolarskie	137	81	22	<b>240</b>
pocztowe	87	60	30	<b>177</b>
medyczne	52	21	11	<b>84</b>
dentystyczne	16	13	3	<b>32</b>
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	218	121	87	<b>426</b>
komunikacyjne	108	93	21	<b>222</b>
transportowe	60	35	8	<b>103</b>
kamieniarskie	75	91	16	<b>182</b>
fotograficzne	42	37	5	<b>84</b>
krawiecko-kuśnierskie	56	35	9	<b>100</b>
lokalowe	177	155	31	<b>363</b>
jubilersko-złotnicze	39	25	11	<b>75</b>
inne	307	185	28	<b>520</b>
<b>II. Umowy sprzedaży - ogółem, w tym:</b>	<b>1893</b>	<b>1691</b>	<b>722</b>	<b>4306</b>
artykuły wyposażenia wnętrz	252	163	70	<b>485</b>
sprzęt RTV i AGD	211	150	85	<b>446</b>

sprzęt komputerowy	186	192	98	<b>476</b>
odzież	155	278	111	<b>544</b>
obuwie	320	251	158	<b>729</b>
samochody i akcesoria	98	80	31	<b>209</b>
nieruchomości (pośrednicy, deweloperzy)	111	97	15	<b>223</b>
materiały budowlane	85	70	18	<b>173</b>
telefony komórkowe	215	180	95	<b>490</b>
sprzęt sportowy	18	11	2	<b>31</b>
sprzęt rehabilitacyjny	5	5	2	<b>12</b>
art. spożywcze	27	25	1	<b>53</b>
biżuteria	12	16	-	<b>28</b>
zabawki	21	19	5	<b>45</b>
zwierzęta	2	5	-	<b>7</b>
płyty CD, DVD	15	7	3	<b>25</b>
kosmetyki	10	5	3	<b>18</b>
Inne	150	137	25	<b>312</b>
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	<b>220</b>	<b>355</b>	<b>61</b>	<b>636</b>
<b>OGÓŁEM</b>	<b>5668</b>	<b>4857</b>	<b>1700</b>	<b>12225</b>

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

Wyszczególnienie	Ogółem ilość wystąpień	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
<b>I. Usługi – ogółem w tym:</b>	<b>1037</b>	<b>850</b>	<b>143</b>	<b>44</b>
bankowe	85	78	7	-
ubezpieczeniowe	32	27	5	-
finansowe	37	30	5	2
telekomunikacja (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, TV kablowa)	121	96	17	8
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	24	18	2	4
informatyczne	52	47	3	2
motoryzacyjne (serwis)	37	30	6	1
turystyczne i hotelarskie	39	29	8	2
pralnicze	22	16	6	-
naprawa sprzętu komputerowego, RTV, AGD	112	87	20	5
remontowo - budowlane	104	90	10	4
stolarskie	39	28	7	4
pocztowe	34	30	4	-
medyczne	5	3	2	-
dentystyczne	3	1	2	-
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	98	83	11	4
komunikacyjne	24	18	4	2
transportowe	18	14	3	1
kamieniarskie	29	19	7	3
fotograficzne	4	2	1	1
krawiecko-kuśnierskie	21	18	2	1
lokalowe	30	27	3	-
jubilersko-złotnicze	2	2	-	-
inne	65	57	8	-
<b>II. Umowy sprzedaży - ogółem, w tym:</b>	<b>879</b>	<b>708</b>	<b>140</b>	<b>31</b>
artykuły wyposażenia wnętrz	75	58	12	5
sprzęt RTV i AGD	83	68	11	4
sprzęt komputerowy	78	55	19	4
odzież	159	122	31	6
obuwie	111	98	10	3
samochody i akcesoria	19	13	6	-
nieruchomości (pośrednicy, deweloperzy)	32	25	6	1
materiały budowlane	12	10	2	-
telefony komórkowe	56	45	11	-
sprzęt sportowy	6	4	1	1
sprzęt rehabilitacyjny	2	1	-	1

art. spożywcze	6	3	3	-
biżuteria	2	2	-	-
zabawki	5	3	1	1
zwierzęta	1	-	1	-
płyty CD, DVD	5	4	-	1
kosmetyki	59	47	12	-
Inne	168	150	14	4
<b>IV. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	<b>102</b>	<b>78</b>	<b>22</b>	<b>2</b>
<b>OGÓŁEM</b>	<b>2018</b>	<b>1636</b>	<b>305</b>	<b>77</b>

**Tabela nr 3:**  
**Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów:**

Ip .	Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		w toku	Ilość powództw ogółem
		pozytywne (np. uwzględniające żądanie w zasadniczej części)	negatywne (np. oddalone, nieuwzględniające żądanie)		
1.	Powództwa dotyczące reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	3	-	1	4
2.	Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania usług	2	-	2	4
3.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	14	3	5	22
4.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług	9	3	2	14
5.	Sprawy kierowane do rozpatrzenia przez sąd polubowny	7	2	-	9
6.	Wstępowanie rzecznika konsumentów do postępowań	2	-	-	2
7.	Inne	5	1	-	6
	<b>RAZEM</b>	<b>42</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>61</b>