

**ZARZĄDZENIE NR 16/2013
STAROSTY NOWOSĄDECKIEGO**

z dnia 28 marca 2013 r.

**w sprawie zatwierdzenia Sprawozdania z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym
Sączu za rok 2012**

Na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331, z późn. zm.) zarządzam, co następuje:

§ 1. Zatwierdzam Sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym Sączu za rok 2012, stanowiące załącznik do niniejszego zarządzenia.

§ 2. Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

Starosta Nowosądecki


Jan Golonka

Sprawozdanie z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym Sączu za rok 2012

Stanowisko pracy Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Starostwie Powiatowym w Nowym Sączu jest stanowiskiem samodzielnym i podlegającym bezpośrednio Staroście Nowosądeckiemu. Wymiar czasu pracy Rzecznika to ½ etatu. Wszystkie czynności o charakterze kancelaryjno-biurowym, niezbędne w realizacji zadań Rzecznik wykonuje osobiście. Z dniem 2 stycznia 2012r. nastąpiła zmiana obsady stanowiska Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym Sączu

Zgodnie z ustawą z dnia 16 lutego 2007r o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007r. Nr 50, poz.331, późn. zm.) do zadań rzecznika należy:

- 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 konsumentów,
- 4) współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi,
- 5) wykonywanie innych zadań określonych w ustawach odrębnych.

Do obowiązków Rzecznika należy również przedkładanie, w terminie do dnia 31 marca każdego roku, rocznego sprawozdania ze swojej działalności, Staroście do zatwierdzenia oraz właściwej miejscowo delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Na przestrzeni 2012 roku nastąpił wyraźny, prawie dwukrotny, przyrost aktywności konsumentów, którzy zgłaszali się do Rzecznika o udzielenie porady lub o pomoc w rozwiązywaniu sporów na linii konsument – przedsiębiorca. Przyrost ten najprawdopodobniej wynikał ze znacznego wzrostu świadomości konsumentów w zakresie dochodzenia swoich praw, będącego efektem intensywnej kampanii informacyjnych nagłaśniających coraz liczniejsze przypadki naruszeń zbiorowych interesów konsumentów. Pomimo tego, w dalszym ciągu obserwowano niewystarczającą znajomość praw i obowiązków wśród konsumentów oraz przekonanie, że wszystkie dokonywane transakcje regulowane są przez przepisy prawne, wyznaczające przedsiębiorcom obowiązki i nakazy określonego zachowania się, zawierające rygor zastosowania przymusu państwowego. Brak czujności i rozwagi w wyborze towarów i usług lub w wyborze kontrahentów (sprzedawców, dostawców, wykonawców), przy braku zastosowania formalnej procedury reklamacyjnej, często powodowały ujemne następstwa dla konsumentów. W celu podniesienia świadomości konsumenckiej, Rzecznik każdorazowo informował konsumentów o przepisach regulujących dany obszar działalności i wskazywał zarówno prawa, jak i obowiązki konsumenta w tym zakresie.

Udzielając pomocy konsumentom Rzecznik starał się ocenić i wskazać realne możliwości korzystnego dla konsumenta załatwienia sprawy. Analizował każdą sprawę indywidualnie, dążąc do ugodowego rozstrzygnięcia sporów.

Realizacja zadań wynikająca z ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

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

W okresie sprawozdawczym zarejestrowano i udzielono ogółem 678 porad konsumenckich, z których 110 zakończyło się wszczęciem postępowania konsumenckiego i skierowaniem wystąpień do przedsiębiorców (część wystąpień dotyczyła sporów przedsiębiorców z więcej niż jednym konsumentem). Na ogólną liczbę 678 porad 211 wpłynęło w formie pisemnej i zostało zarejestrowanych jednolitym rzeczownym wykazie akt. Praktycznie w każdej z wniesionych w tym trybie spraw po wstępnej weryfikacji stwierdzono duże prawdopodobieństwo naruszenia praw konsumenckich.

Zadania w zakresie poradnictwa załatwiane były w zależności od wagi problemu: niektóre na miejscu poprzez udzielenie konkretnej porady lub pomocy w sformułowaniu pisma reklamacyjnego lub oświadczenia o odstąpieniu od umowy, inne poprzez przeprowadzenie rozmowy telefonicznej z przedsiębiorcą i wyjaśnienie bezpośrednio przedmiotu sporu, jeszcze inne poprzez wymianę korespondencji.

Pozostałe 467 porad zostało zgłoszone w formie telefonicznej (ok. 75%), ustnie w czasie wizyty u Rzecznika (22%) lub za pośrednictwem poczty elektronicznej (3%). Porady te zostały zarejestrowane w prowadzonym w formie elektronicznej rejestrze porad.

Tematyka spraw, z jakimi zgłaszali się konsumenci do Rzecznika była różnorodna.

Zdecydowana większość porad i interwencji dotyczyła sprzedaży artykułów przemysłowych, produktów i usług – ponad 98%. Pozostałe porady dotyczyły spraw, w których stwierdzono brak możliwości zastosowania przepisów konsumenckich albo z powodu uczestniczenia w sporze dwóch przedsiębiorców, albo z powodu konieczności zastosowania przepisów prawa administracyjnego.

Tradycyjnie większość problemów dotyczyła trudności w wyegzekwowaniu uprawnień konsumentów, wynikających z ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego, z tytułu niezgodności towaru z umową lub z tytułu gwarancji. W tej grupie porad zdecydowanie przeważały w sprawy dotyczące reklamacji obuwia i odzieży i galanterii (237 porad). Zauważono przyrost ilości spraw związanych z reklamacją telefonów komórkowych (25 porad) i problem dotyczący trybu reklamacji (nakłanianie konsumentów przez sprzedawców do składania reklamacji telefonów z tytułu gwarancji i negatywny stosunek do zgłoszeń reklamacyjnych z tytułu niezgodności towaru z umową).

Na podobnym poziomie utrzymuje się udział skarg dotyczących reklamacji sprzętu AGD, mebli, stolarki okiennej i drzwiowej oraz urządzeń grzewczych (ogółem 31 porad).

Część skarg dotyczyła jakości materiałów budowlanych takich jak: pokrycia dachowe, zwłaszcza blachy, farby, płytki ceramiczne, kostka brukowa itp. i związane z tym problemy wymiany towaru a także brak dokumentów gwarancyjnych (11 porad). Pojawiały się również skargi dotyczące złej jakości sprzętu komputerowego (9 porad), usług motoryzacyjnych (9 porad) i wadliwego wykonania okularów (4 porady).

W tym obszarze konsumenci skarżyli się głównie na oddalenie reklamacji z winy użytkownika, odrzucanie żądań reklamacyjnych, w tym prawa do wymiany towaru na nowy, obciążanie ich kosztami napraw gwarancyjnych, przewlekłość postępowania reklamacyjnego i utrudnianie dochodzenia roszczeń.

Główną przyczyną i źródłem skarg podobnie jak w latach poprzednich była utrzymująca się niska jakość towarów przemysłowych, szczególnie towarów tanich i pochodzących z Chin. Słaba jakość z reguły nie pozwalała na użytkowanie produktów dłużej niż przez sezon, co było powodem największej ilości reklamacji (obuwie), które z kolei były oddalane przez sprzedawców chcących odpowiedzialność za ich jakość przerzucić na konsumentów.

Metody uchylania się sprzedawców od odpowiedzialności były różne. Najbardziej powszechną formą było uzasadnianie oddalenia roszczeń konsumentów na podstawie opinii rzeczoznawców lub towaroznawców, powoływanych i opłacanych przez sprzedawców, w których winę za niezgodność

towaru z umową przypisywano konsumentom. Przyczyną oddalania roszczeń konsumentów najczęściej było stwierdzenie uszkodzeń mechanicznych lub braku przestrzegania zasad użytkowania. Wśród przedsiębiorców w dalszym ciągu daje się zauważyć niską znajomość ustawy o sprzedaży konsumenckiej, stronicze interpretowanie jej przepisów oraz nagminne mylenie gwarancji z rękojmią z tytułu niezgodności towaru z umową.

Drugą kategorię spraw pod względem liczebności stanowiły skargi konsumentów dotyczące umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz umów zawieranych na odległość regularnych przepisami ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

W grupie spraw dotyczących umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa bardzo niepokojącym zjawiskiem były liczne skargi na działania przedsiębiorców niosące znamiona nieuczciwych praktyk rynkowych w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (świadome wprowadzanie konsumenta w błąd poprzez podawanie się za pracowników TP S.A. lub Enion/Tauron, nieprawdziwe przedstawianie oferty, brak wypełnienia ustawowych obowiązków w zakresie pouczenia konsumentów o prawie do odstąpienia od umowy oraz unikanie odpowiedzi na telefony i pisma reklamacyjne, zawyżanie rachunków, naliczanie kar umownych). Skargi te w zdecydowanej większości dotyczą firm działających na rynku usług telekomunikacyjnych, w tym przede wszystkim firm „Mini-telecom” i „Telekomunikacja Novum” (68 porad) oraz firm z branży energetycznej (25 porad). Podobne skargi konsumenci kierowali również pod adresem firm trudniących się tzw. sprzedażą bezpośrednią w trakcie pokazów (18 porad) – w ramach udzielanych porad pomagano konsumentom formułować oświadczenia o odstąpieniu od umowy i edukowano w zakresie znajomości przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów.

W grupie spraw dotyczących zawierania umów na odległość najwięcej porad udzielono w związku z działalnością serwisu „pobieraczek.pl” (28 porad) oraz zakupami dokowanymi za pośrednictwem Internetu (21 porad). Porady i wystąpienia dotyczyły przedsiębiorców, którzy ograniczali prawa konsumenckie na etapie odstąpienia od umowy i zwrotu towaru, dostarczali towar niezgodny z ofertą zamieszczoną w Internecie lub utrudniali realizację postępowania reklamacyjnego.

Kolejną liczną grupę skarg konsumentów (częściowo opisaną przy umowach zawieranych na odległość), w której odnotowano wzrost porad i wystąpień są skargi na działalność przedsiębiorców w sferze usług telekomunikacyjnych (58 porad). Skargi te dotyczą realizacji umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawieranych w salonach sprzedaży (telefonii stacjonarnej, komórkowej, internetowej, telewizji cyfrowej, Internetu przesyłowym lub bezprzewodowym), w tym zawyżania rachunków, przerw lub braków świadczeniu usług, braku uznawania roszczeń reklamacyjnych oraz nierzetelnej informacji o ofercie przekazywanej konsumentom na etapie zawierania umów terminowych w promocji (nowa umowa lub kontynuacja), z których wynika błędne przeświadczenie konsumentów o możliwości aktywacji jednocześnie kilku pakietów promocyjnych lub automatycznym włączeniu pakietów promocyjnych przez operatora, co skutkowało wyższymi opłatami za połączenia.

W roku 2012 odnotowano znaczący i niepokojący wzrost skarg konsumenckich na usługi finansowe świadczone przez parabanki i banki. Konsumenci skarżyli się na nieuczciwe praktyki rynkowe parabanków „Skarbiec” i „Pożyczka Polska” (9 porad) – w ramach poradnictwa udzielono pomocy w sformułowaniu oświadczeń konsumentów o zawarciu umowy pod wpływem błędu. W przypadku usług bankowych najwięcej skarg konsumenci kierowali pod adresem Getin Banku (12 porad). Skargi dotyczyły wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych przez pracowników banku, wyniku których konsumencie nieświadomie przystępowali do produktów ubezpieczeniowych – w ramach poradnictwa także udzielono pomocy w sformułowaniu oświadczeń konsumentów o zawarciu umowy pod wpływem błędu i edukowano w zakresie zasad obowiązujących przy zawieraniu tego rodzaju umów. Pozostałe porady dotyczyły

skarg konsumentów na jakość świadczonych usług bankowych (11 porad) Skargi dotyczyły głównie nierzetelnego przedstawiania oferty kredytowej w zakresie wszystkich kosztów kredytu, nieuzasadnionego naliczania odsetek karnych i opłat za monity, braku zgody na konsolidację lub restrukturyzację zadłużenia. Pomoc rzecznika w tym zakresie polegała na sporządzaniu projektów pism reklamacyjnych i edukowaniu w zakresie znajomości przepisów ustawy o kredycie konsumenckim i prawa bankowego.

Pozostałe porady dotyczyły pojedynczych skarg konsumentów związanych w szczególności z:

- Ubezpieczeniami komunikacyjnymi (kwestia wypowiedzenia umów i zaniżania wypłaty odszkodowań) – 9 porad,
- Usługami turystycznymi (niezgodność realizacji turnusu z ofertą, niższy standard hotelu, skrócenie pobytu z powodu wydłużenia czasu przejazdu/przelotu) – 7 porad,
- Usługami w zakresie pośrednictwa nieruchomości (terminy wypowiedzenia umów, niedozwolone klauzule umowne) – 8 porad,
- Działalnością firm windykacyjnych (ściąганie należności spornych lub przedawnionych) – 7 porad,
- Zakupem samochodów w komisie (występowanie wad ukrytych, brak przyjmowania roszczeń reklamacyjnych z tego tytułu przez przedsiębiorców) – 6 porad,
- Zakupem samochodów i motorowerów u autoryzowanych dealerów (przeciągające się naprawy gwarancyjne, brak realizacji roszczeń reklamacyjnych zakresie wymiany pojazdu na nowy) – 3 porady,
- Złej jakości towarów spożywczych (sery, mleko) – towary przeterminowane (wskazanie konsumentom kontaktu z Państwową Inspekcją Handlową i Sanepidem – 4 porady,
- Ubezpieczenia zdrowotnego oraz z tytułu z tytułu następstw nieszczęśliwych wypadków (zniżenie wysokości odszkodowania, odmowa wypłaty) – 4 porady,
- Realizacją roszczeń reklamacyjnych od przedsiębiorców z krajów UE (zakupy za granicą) – 3 porady,
- Realizacją umów na dostawę gazu i energii (zawyżanie rachunków, naliczanie kar umownych, przedłużająca się budowa przyłącza) – 8 porad.
- Pozostałe porady (11 porad) nie dotyczyły spraw konsumenckich i były związane z:
 - naliczaniem dodatkowych opłat parkingowych w miejskiej strefie parkowania,
 - roszczeniami wynikającymi z umów zawartych pomiędzy przedsiębiorcami,
 - odszkodowaniami za słupy energetyczne ustawione na gruntach prywatnych właścicieli,
 - ulgami przy przejazdach komunikacji zbiorowej,
 - postępowaniem ZUS w sprawach emerytalno – rentowych,

Strukturę udzielonych porad ilustruje poniższa tabela:

Tabela nr 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów.

Tematyka porad	ilość
I. Usługi ogółem, w tym:	234
ubezpieczeniowe	13
finansowe (inne niż ubezpieczeniowa)	32
remontowo-budowlane	12
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	8
telekomunikacyjne (telefonii, TV, materiał), (w tym sprzedaż usług tel. Poza lokalem przedsiębiorstwa)	126 (68)
turystyczno-hotelarskie	7
deweloperskie, pośrednictwo nieruchomości	8
motoryzacyjne	7
pralnicze	2
timeshare	-

Tematyka porad	ilość
pocztowe	2
gastronomiczne	-
przewozowe	2
edukacyjne/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	1
medyczna	-
wyposażenie wnętrz	-
pogrzebowa	-
windykacyjne	7
inne	7
II. Sprzedaż ogółem, w tym:	341
Obuwie, odzież, galanteria	237
telefony komórkowe	25
meble, stolarka okienna i drzwiowa, urządzenia grzewcze	21
materiały budowlane (blachy, kostka bukowa)	11
sprzęt RTV i AGD	10
komputer i akcesoria komputerowe	9
motoryzacja	9
artykuły spożywcze	4
artykuły chemiczne i kosmetyki	3
zabawki	2
inne	10
III. Sprzedaż poza lokalem i na odległość (bez usług telekomunikacyjnych)	43
IV. Sprzedaż na odległość	49
V. Pozostałe	11
RAZEM	678

2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.

W 110 przypadkach (wszystkie zarejestrowane w jednolitym rzeczowym wykazie akt) załatwienie sprawy konsumenckiej nie zakończyło się poradą, lecz wymagało bezpośredniej interwencji u przedsiębiorcy poprzez skierowanie wystąpienia z wezwaniem do złożenia wyjaśnień, ustosunkowania się do zarzutów, realizacji uzasadnionych roszczeń konsumenta, przyjęcia oświadczenia woli konsumenta o odstąpieniu od roszczeń w stosunku do konsumenta, zwrotu zapłaty za towar, zaprzestania stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, przyjęcia towaru do ponownej reklamacji, przywrócenia unieważnionej gwarancji.

Przyjęto generalną zasadę aktywnego działania tj. zastępowania konsumenta w sporze z przedsiębiorcą, w którym konsument jest zawsze stroną słabszą – szczególnie w przypadkach gdy konsument wykorzystał przysługujące mu środki prawne w postaci reklamacji towaru bądź usługi, odwołania się o d decyzji reklamacyjnej czy odstąpienia od umowy.

Wystąpienia Rzecznika w zdecydowanej większości wzmacniały roszczenia konsumenta, które wcześniej zostały poddane weryfikacji w zakresie ich zasadności i istnienia rzetelnej podstawy prawnej ich dochodzenia. Dlatego też – przy braku kompletnej informacji lub dokumentacji opisującej daną sprawę, pierwsze wystąpienie do przedsiębiorcy miało charakter wezwania do złożenia wyjaśnień i uzupełnienia danych. W wielu sprawach pozytywne rozstrzygnięcie sporu dla konsumenta uzyskano po dwóch lub więcej wystąpieniach. W każdym z tych wystąpień wskazywano podstawę prawną naruszenia praw konsumenta, a sytuacjach które tego wymagały brak realizacji uzasadnionych roszczeń konsumenta sankcjonowano skierowaniem sprawy na drogę sądową. W trakcie realizacji postępowań konsumenckich dochodziło także do bezpośrednich spotkań z przedsiębiorcami, w trakcie których ustalano wspólną interpretację przepisów dotyczących danej sprawy i wskazywano możliwości polubownego rozstrzygnięcia sporu.

Działania rzecznika podejmowane w trakcie realizacji postępowań konsumenckich przyniosły pozytywny efekt w postaci przychylenia się przedsiębiorcy do roszczeń konsumenta w ponad 54% przypadków.

Występowanie do przedsiębiorców spełniało także rolę edukacyjną – bowiem dokonując analizy konkretnego przypadku rzecznik wskazywał przedsiębiorcy właściwy sposób postępowania w stosunkach z konsumentami.

Przedmiot wystąpień ilustruje poniższa tabela:

Tabela nr 2: Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.

Tematyka wystąpienia	Ilość ogółem	pozytywne	w toku
I. Usługi ogółem, w tym:	38	23	2
ubezpieczeniowe	1	0	0
finansowe (inne niż ubezpieczeniowa)	6	3	1
remontowo-budowlane	1	0	0
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	2	1	0
telekomunikacyjne: telefonia, TV, Internet wraz ze sprzedaż usług tel. poza lokalem przedsiębiorstwa – w nawiasie ilość osób objętych wystąpieniami.	24 (dot. 44 osób)	18 (dot. 37 osób)	1
turystyczno-hotelarskie	0		
deweloperskie, pośrednictwo nieruchomości	0		
motoryzacyjne	0		
pralnicze	0		
timeshare	0		
pocztowe	0		
gastronomiczne	0		
przewozowe	0		
edukacyjne/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	1	0	0
medyczna	0		
wyposażenie wnętrz	0		
pogrzebowa	0		
windykacyjne	1	1	0
inne	2	0	0
II. Sprzedaż ogółem, w tym:	63	34	4
Obuwie, odzież, galanteria	37	23	2
telefony komórkowe	5	2	1
meble, stolarka okienna i drzwiowa, urządzenia grzewcze	10	6	1
materiały budowlane (blachy, kostka bukowa)	3	0	0
sprzęt RTV i AGD	1	0	0
komputer i akcesoria komputerowe	1	0	0
motoryzacja	1	0	0
artykuły spożywcze	0		
artykuły chemiczne i kosmetyki	0		
zabawki	0		
inne	5	3	0
III. Sprzedaż poza lokalem i na odległość (bez usług telekomunikacyjnych)	4	3	0
IV. Sprzedaż na odległość	3	0	0
V. Pozostałe	2	0	0

Tematyka wystąpień	Ilość ogółem	pozytywne	w toku
RAZEM	110	60	6

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

Na przestrzeni 2012 r. nie wnoszono pozwów do sądu na rzecz konsumentów przeciwko przedsiębiorcom. Nie odnotowano także przypadków wstąpienia do postępowania sądowego po stronie konsumenta. Sporządzono 3 pisma sądowe do samodzielnego wniesienia przez konsumentów w sprawach:

- sprzeciwu od nakazu zapłaty,
- o zapłatę na skutek odstąpienia przez konsumenta od umowy.

Brak udziału Rzecznika w sprawach sądowych wynikał z niewystarczającego materiału dowodowego, zgromadzonego przez konsumentów, a także z barku możliwości czasowych oraz techniczno-organizacyjnych do prowadzenia tego zakresu zadań.

4. Współdziałanie.

W 2011r. współdziałano z Wojewódzkim Inspektorem Inspekcji Delegatura w Nowym Sączu, poprzez sygnalizowanie o nieuczciwych praktykach przedsiębiorców, z Nowosądeckim Oddziałem Federacji Konsumentów w zakresie wymiany doświadczeń i poradnictwa konsumenckiego w dziedzinie wyrobów obuwniczych, skórzanych i materiałoznawstwa oraz z Miejskim Rzecznikiem Konsumentów w Nowym Sączu w zakresie przyjęcia wspólnych metod działania w sprawach dotyczących stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych wobec mieszkańców Powiatu Nowosądeckiego i Miasta Nowego Sącza.

Dokonano wymiany materiałów edukacyjnych, korzystano z pomocy rzeczoznawcy w sporach między konsumentami i sprzedawcami, których przedmiotem było wadliwe obuwie.

Uczestniczono w spotkaniu małopolskich rzeczników konsumentów zorganizowanym przez TP SA Region w Krakowie, na którym podniesione zostały problemy dotyczące wykonywania usług telekomunikacyjnych i skarg konsumentów.

Uczestniczono w szkoleniach dla rzeczników zorganizowanych przez Federację Konsumentów i Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów.

5. Działalność edukacyjno - informacyjna.

Podjęto współpracę z lokalnymi mediami. Prezentowano w nich problemy o tematyce konsumenckiej (zagrożenia interesów konsumentów oraz tematy, których nieznanostwo szkodziła konsumentom i narażała ich na straty materialne m. in. w zakresie:

- organizacji wyjazdów turystycznych – weryfikacja biur podróży, postępowanie w przypadku upadłości biura, zasady postępowania reklamacyjnego,
- nieuczciwych praktyk rynkowych stosowanych przez firmy telekomunikacyjne, parabanki (Skarbiec) i banki (Getin Bank),
- system instytucjonalnej ochrony praw konsumenckich w Polsce.

Bieżące tematy konsumenckie, podstawowe akty prawne, wzory pism oraz informacja o czasie pracy Rzecznika zostały umieszczone na tronie internetowej Powiatu Nowosądeckiego.