

**ZARZĄDZENIE NR 17/2014
STAROSTY NOWOSĄDECKIEGO**

z dnia 28 marca 2014 r.

w sprawie zatwierdzenia Sprawozdania z działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym Sączu za rok 2013.

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 2013, 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 2013

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.

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 2013 roku zaobserwowano dalszy wzrost aktywności konsumenckiej mieszkańców Powiatu Nowosądeckiego, który skutkowało ponad 20% wzrostem ilości spraw realizowanych przez tut. Rzecznika, w porównaniu do roku poprzedniego. Utrzymująca się w tym zakresie tendencja wzrostowa wynika zarówno z rosnącej świadomości konsumentów w zakresie swoich praw, jak i - co jest niepokojącym zjawiskiem rosnącej liczby przypadków stosowania przez przedsiębiorców nieuczciwych praktyk rynkowych ograniczających prawa konsumenckie i zniekształcających zachowania rynkowe konsumentów. Te negatywne zjawiska w połączeniu z zauważalnym spadkiem jakości towarów i usług dostępnych na rynku oraz cały czas niewystarczającym poziomem świadomości konsumenckiej naszych mieszkańców z pewnością wpłyną na utrzymanie się w najbliższych latach tej tendencji. W trakcie realizacji swoich obowiązków Rzecznik szczególną uwagę przywiązywał do kwestii edukacyjnych, każdorazowo informując konsumentów o przepisach regulujących dany obszar działalności i wskazując 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 ogółem 839 udzielonych porad konsumenckich, z których 140 zakończyło się wszczęciem postępowania konsumenckiego i skierowaniem wystąpień do przedsiębiorców (część wystąpień dotyczyła sporów przedsiębiorców z więcej niż jednym konsumentem). Na ogólną liczbę 839 porad 171 wpłynęło w formie pisemnej i zostało zarejestrowanych jednolitym rzeczowym wykazie akt. Praktycznie w każdej z wniesionych w tym trybie spraw po wstępnej weryfikacji stwierdzono znaczne prawdopodobieństwo naruszenia praw konsumenckich.

Zadania w zakresie poradnictwa załatwiane były w zależności od formy wniesienia porady i wagi problemu: niektóre na miejscu poprzez udzielenie konkretnej porady lub pomocy w sformułowaniu zgłoszenia reklamacyjnego, pisma z wezwaniem do realizacji żądania reklamacyjnego lub oświadczenia o odstąpieniu od umowy, inne poprzez przeprowadzenie rozmowy telefonicznej z przedsiębiorcą dotyczącej ustalenia przedmiotu sporu i sposobu jego rozstrzygnięcia, jeszcze inne poprzez wymianę korespondencji.

Pozostałe 668 porad zostało zgłoszone w formie telefonicznej (ok. 76%), ustnie w czasie wizyty u Rzecznika (ok. 20%) lub za pośrednictwem poczty elektronicznej (ok. 4%). 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 różnego rodzaju usług – ponad 99%. 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 z tytułu niezgodności towaru z umową lub z tytułu gwarancji.

W tej grupie porad tradycyjnie przeważały w sprawy dotyczące reklamacji obuwia i odzieży i galanterii – 266 porad, przy 237 poradach w roku 2012. Głównym powodem skarg konsumentów był brak uznawania przez sprzedawców obuwia uzasadnionych żądań reklamacyjnych wynikających z niskiej jakości oferowanego przez nich towaru. Najbardziej powszechną formą było oddalanie roszczeń konsumentów na podstawie opinii sprzedawców lub rzeczoznawców powoływanych i opłacanych przez sprzedawców, w których winę za niezgodność towaru z umową przypisywano konsumentom. Przyczyną oddalania reklamacji najczęściej było stwierdzenie uszkodzeń mechanicznych lub braku przestrzegania zasad użytkowania i konserwacji. Sprzedawcy często uchylali się od wymiany towaru na nowy i od zwrotu gotówki.

Zauważono także utrzymujący się przyrost ilości porad związanych z reklamacją elektronicznych urządzeń multimedialnych (telefonów komórkowych, smartfonów, tabletów) – 46 porad i sprzętu komputerowego – 18 porad oraz powtarzający problem dotyczący realizowanego trybu reklamacji (*unikanie przez sprzedawców przyjęcia na siebie odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową, naklanianie konsumentów do składania reklamacji z tytułu gwarancji, wielokrotne nieskuteczne naprawianie urządzeń i uchylanie się od ich wymiany*).

Dwukrotnie wzrosła ilość porad dotyczących reklamacji zakupionych materiałów budowlanych (30 porad), mebli, pieców i systemów grzewczych (26 porad) oraz sprzętu RTV/AGD (19 porad). W tej grupie skarg dużym problemem, podobnie jak w przypadku zakupu sprzętu elektronicznego, było unikanie przez sprzedawców przyjęcia na siebie odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową i przerzucanie roszczeń konsumentów na gwaranta. W przypadku zakupu materiałów budowlanych częstą praktyką sprzedawców było przesyłanie zgłoszeń reklamacyjnych do gwaranta/producenta, pomimo braku wydania dokumentu gwarancyjnego kupującemu, co uniemożliwiało skuteczną realizację roszczeń reklamacyjnych i znacznie przeciągało postępowanie.

Ponadto sprzedawcy uchylali się od wymiany wadliwego towaru oraz od pokrycia kosztów związanych z przywróceniem zamontowanego towaru do stanu zgodności z umową (demontaż i montaż).

Podsumowując: W tym obszarze konsumenci skarżyli się głównie na oddalanie reklamacji z winy użytkownika, odrzucanie żądań reklamacyjnych, uchylanie się sprzedawców i gwarantów od wymiany towaru na nowy lub zwrotu gotówki, unikanie przez sprzedawców odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową i przenoszenie roszczeń reklamacyjnych na gwarantów, obciążanie konsumentów kosztami napraw gwarancyjnych, przewlekłość postępowania reklamacyjnego i utrudnianie dochodzenia roszczeń.

Główną przyczyną i źródłem skarg podobnie jak w latach poprzednich była niska jakość towarów przemysłowych. Słaba jakość z reguły nie pozwalała na bezproblemowe użytkowanie produktów dłużej niż kilka miesięcy (rzadko dłużej niż 6 miesięcy). Produkty o takim okresie użytkowania były przedmiotem największej liczby reklamacji, które z kolei były oddalane przez sprzedawców chcących odpowiedzialność za ich niską jakość przerzucić na konsumentów.

Wśród przedsiębiorców w dalszym ciągu daje się zauważyć niską znajomość ustawy o sprzedaży konsumenckiej, stronnicze interpretowanie jej przepisów oraz nagminne mylenie gwarancji z rękojmią z tytułu niezgodności towaru z umową i wynikające z tego błędne informowanie klientów o ich uprawnieniach w tym zakresie.

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

W grupie porad dotyczących umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa bardzo niepokojącym i przybierającym na sile zjawiskiem były liczne skargi mieszkańców powiatu na działania przedsiębiorców niosące znamiona nieuczciwych praktyk rynkowych, w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Te nieuczciwe praktyki były w zdecydowanej większości stosowane przy zawieraniu umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych (*świadome wprowadzanie konsumenta w błąd przez przedstawicieli firm telekomunikacyjnych „New-Telekom”, „Mini-telecom”, „Tel. Novum”, „Tel. NOM” poprzez podawanie się za pracowników „Orange”, brak przedstawienia oferty operatora, brak pozostawienia kopii umowy i wypełnienia ustawowych obowiązków w zakresie pouczenia konsumentów o prawie do odstąpienia od umowy oraz unikanie odpowiedzi na telefony i pisma reklamacyjne, brak uznawania oświadczeń o odstąpieniu od umowy, zawyżanie rachunków telefonicznych, naliczanie nieuzasadnionych kar umownych*) oraz firm trudniących się tzw. sprzedażą bezpośrednią w trakcie pokazów (*wyłudzenie podpisów zapraszanych na pokazy osób starszych pod pretekstem potwierdzenia odbioru wylosowanej nagrody, brak wręczania dokumentacji umownej, brak informacji o kosztach kredytu, fałszowanie danych o dochodach kupującego na wniosku kredytowym, utrudnianie odstąpienia od umowy*). W 2013 r. zarejestrowano 72 skargi dotyczące umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa – w tabelarycznym zestawieniu porad zostały one włączone do ogółu porad dotyczących usług telekomunikacyjnych. Znaczny przyrost porad nastąpił w odniesieniu do umów sprzedaży zawieranych na pokazach i prezentacjach (53 porady) – szczególnie niepokojącym i smutnym zjawiskiem jest fakt że ofiarami nieuczciwych praktyk rynkowych przy zawieraniu tego rodzaju umów padają głównie ludzie starsi, często bardzo schorowani i utrzymujący się z niewielkiej renty lub emerytury. W tej grupie spadła ilość skarg na działalność firm z branży energetycznej (9 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 konsumentom skarżącym się na działalność firm telekomunikacyjnych (58 porad) – w tabelarycznym zestawieniu porad zostały one włączone do ogółu porad dotyczących usług telekomunikacyjnych. Najczęstszą przyczyną skarg było uporczywe nakłanianie klientów przez konsultantów telefonicznych operatorów usług do zawierania nowych umów lub aneksowania starych, brak zrozumienia treści oferty przekazanej

telefonicznie, rozbieżności pomiędzy treścią i ceną oferty przekazanej telefonicznie, a zawartą w pisemnym jej potwierdzeniu, ograniczanie prawa do odstąpienia od umowy. Kolejna, coraz liczniejsza grupa skarg dotyczyła umów zawieranych za pośrednictwem Internetu (45 porad). Skargi 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. Spadła ilość skarg na serwisy internetowe działające z wykorzystaniem podobnych metod jak serwis „Pobieraczek.pl” czy „Plikostrada” (19 porad). Pozostałe 14 porad dotyczyło większości skarg na działalność firm, które po rozmowie telefonicznej (w trakcie tej rozmowy nie dochodziło do zawarcia umowy) dostarczały zwykłą przesyłką w formie „gratisów” bieliznę lub inne drobne towary o niewielkiej wartości, po czym przesyłały klientom fakturę obciążającą ich kosztami przesyłki z informacją o zawartej umowie. W ramach porad udzielano pomocy w sporządzeniu oświadczeń o odstąpieniu od umowy.

Kolejną liczną grupę skarg konsumentów (w znacznej części opisaną przy umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość – 130 porad), w której odnotowano wzrost porad są skargi na działalność przedsiębiorców w sferze usług telekomunikacyjnych – łącznie 194 porady. Pozostała część tych skarg (64 skargi) dotyczy realizacji umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawieranych w salonach sprzedaży (telefonii stacjonarnej, komórkowej, internetowej, telewizji cyfrowej, Internetu przewodowy i mobilny), w tym zawyżania rachunków, przerw lub braków świadczeniu usług, braku realizacji dyspozycji aktywacji lub dezaktywacji 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 o automatycznym włączeniu pakietów promocyjnych przez operatora, co skutkowało wyższymi opłatami za połączenia.

Jeżeli chodzi o porady dotyczące szeroko pojętych usług finansowych, to w roku 2013 odnotowano wzrost skarg konsumenckich na usługi finansowe świadczone przez banki (36 porad). W przypadku usług bankowych najwięcej skarg konsumenci kierowali pod adresem banków oferujących skomplikowane produkty ubezpieczeniowe z funduszami kapitałowymi (17 porad) – przy sprzedaży tych produktów bank występował w roli oferującego produkt i ubezpieczającego. Skargi dotyczyły wprowadzaniu konsumentów w błąd poprzez stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych przez pracowników banków (głównie Getin Banku), wyniku których nieświadomie przystępowali oni do tych produktów – w ramach poradnictwa udzielano pomocy w sformułowaniu oświadczeń konsumentów o zawarciu umowy pod wpływem błędu i edukowano w zakresie zasad obowiązujących przy zawieraniu tego rodzaju umów. Bardzo wyraźnie spadła ilość skarg na działalność parabanków – 3 porady. Pozostałe porady dotyczyły skarg konsumentów na jakość świadczonych usług bankowych (16 porad) Skargi dotyczyły głównie nierzetelnego przedstawiania oferty kredytowej w zakresie wszystkich kosztów kredytu, ubezpieczenia kredytu, nieuzasadnionego naliczania odsetek karnych i opłat za monity, braku zgody na konsolidację lub restrukturyzację zadłużenia oraz kosztów i opłat związanych z prowadzeniem rachunków bankowych. Pomoc rzecznika w tym zakresie polegała na sporządzaniu projektów pism reklamacyjnych i edukowaniu w zakresie znajomości przepisów ustawy o kredycie konsumenckim i prawa bankowego.

W przypadku usług ubezpieczeniowych (17 porad), skargi dotyczyły odmowy wypłaty odszkodowania (ubezpieczenie zakupionego towaru – 6 porad, ubezpieczenia komunikacyjne – 2 porady, obowiązkowe ubezpieczenia rolne – 2 porady), a także zaniżania kwoty odszkodowań komunikacyjnych – 3 porady, wypowiedzenia umów ubezpieczenia OC – 2 porady, nieuzasadnionego zawyżenia składki ubezpieczenia OC oraz sprzedaży ubezpieczeniowego produktu z funduszami kapitałowymi przez towarzystwo ubezpieczeniowe.

Pozostałe 42 porady dotyczyło pojedynczych skarg konsumentów związanych w szczególności z:

- Nienależycie wykonanymi usługami motoryzacyjnymi – 6 porad,
- Nienależycie wykonanymi usługami budowlanymi – 6 porad,
- Działalnością firm windykacyjnych (ściąganie należności spornych lub przedawnionych) – 5 porad,

- Reklamacją usług turystycznych (niezgodność realizacji turnusu z ofertą, skrócenie pobytu z powodu wydłużenia czasu przejazdu/przelotu, utrata mienia w czasie pobytu – 4 porady,
- Usługami w zakresie pośrednictwa nieruchomości (terminy wypowiedzenia umów, niedozwolone klauzule umowne) – 3 porady,
- Zakupem wadliwego szamba, węgla i karnetu na wyciąg narciarski – 3 porady,
- Niezgodnego z umową wykonania systemu integracji włosów – 2 porady,
- Wstrzymaniem egzekucji komorniczej – 2 porady,
- Zakupem samochodów w komisie (występowanie wad ukrytych, brak przyjmowania roszczeń reklamacyjnych z tego tytułu przez komisantów) – 2 porad,
- Zakupem samochodów i motorowerów u autoryzowanych dealerów (przeciągające się naprawy gwarancyjne, brak realizacji roszczeń reklamacyjnych zakresie wymiany pojazdu na nowy) – 2 porady,
- Realizacją roszczeń reklamacyjnych od przedsiębiorców z krajów UE (zakupy za granicą) – 2 porady,
- Pozostałe porady (5 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:	275
ubezpieczeniowe	17
finansowe (inne niż ubezpieczeniowa)	36
remontowo-budowlane	6
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	1
Telekomunikacyjne: telefonia, Internet, TV, (w tym sprzedaż usług tel. poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość)	194 (130)
turystyczno-hotelarskie	4
deweloperskie, pośrednictwo nieruchomości	3
motoryzacyjne	6
pralnicze	0
timeshare	0
pocztowe	0

Tematyka porad:	ilość
gastronomiczne	0
przewozowe	1:
edukacyjne/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	0
medyczna	0
wyposażenie wnętrz	0
pogrzebowa	0
windykacyjne	5
inne	2
II. Sprzedaż ogółem, w tym:	419
Obuwie, odzież, galanteria	266
telefony komórkowe, smartfony, tablety	46
meble, urządzenia grzewcze, stolarka	27
materiały budowlane (blachy, kostka brukowa, płytki, tynki zewnętrzne, panele farby,)	32
sprzęt RTV i AGD	20
komputer i akcesoria komputerowe	19
motoryzacja	4
artykuły spożywcze	0
artykuły chemiczne i kosmetyki	0
zabawki	1
inne	4
III. Sprzedaż poza lokalem i na odległość (bez usług telekomunikacyjnych).	62
IV. Sprzedaż na odległość (bez usług telekomunikacyjnych).	78
V. Pozostałe.	5
RAZEM:	839

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

W 140 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, odstąpienia od roszczeń w stosunku do konsumenta, zwrotu zapłaty za towar, zaprzestania stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, przyjęcia towaru do ponownej reklamacji, przywrócenia unieważnionej gwarancji. Poza wystąpieniami zarejestrowanymi w jednolitym wykazie akt jako postępowania konsumenckie, w przypadku umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych zawartych z firmą TP S.A./Orange wysłano mailowo 4 wystąpienia bezpośrednio z teczki porad, co zwiększa ogólną liczbę wystąpień do 144 – zostaną one ujęte w poniższym zestawieniu tabelarycznym w pozycji usługi telekomunikacyjne.

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 58% 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 wystąpień:	Ilość:		
	ogółem	pozytywne	w toku
I. Usługi ogółem, w tym:	52	29	0
ubezpieczeniowe	2	0	0
finansowe (inne niż ubezpieczeniowa)	15	7	0
remontowo-budowlane	2	0	0
dostawy energii, gazu, ciepła, wody, wywóz nieczystości	0	0	0
telekomunikacyjne: telefonia, TV, Internet (wraz ze sprzedaż usług tel. poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość – w nawiasie ilość osób objętych wystąpieniami.). W tym 4 wystąpienia do Orange (z teczki porad)	28 (14)	20 (11)	0

Tematyka wystąpień:	Ilość:		
	ogółem	pozytywne	w toku
turystyczno-hotelarskie	0	0	0
deweloperskie, pośrednictwo nieruchomości	1	1	0
motoryzacyjne	2	1	0
pralnicze	0	0	0
timeshare	0	0	0
pocztowe	0	0	0
gastronomiczne	0	0	0
przewozowe	0	0	0
edukacyjne/kulturalna/rekreacyjno-sportowa	0	0	0
medyczna	0	0	0
wyposażenie wnętrz	0	0	0
pogrzebowa	0	0	0
windykacyjne	1	0	0
inne	1	0	0
II. Sprzedaż ogółem, w tym:	77	50	1
Obuwie, odzież, galanteria	50	31	0
telefony komórkowe, smartfony tablety	9	7	0
meble, stolarka okienna i drzwiowa, urządzenia grzewcze	7	7	0
materiały budowlane (blachy, kostka brukowa)	4	1	1
sprzęt RTV i AGD	2	1	0
komputer i akcesoria komputerowe	1	1	0
motoryzacja	2	1	0
artykuły spożywcze	0	0	0

Tematyka wystąpień:	Ilość:		
	ogółem	pozytywne	w toku
artykuły chemiczne i kosmetyki	0	0	0
zabawki	0	0	0
inne	2	1	0
III. Sprzedaż poza lokalem i na odległość (bez usług telekomunikacyjnych)	9	4	1
IV. Sprzedaż na odległość	5	1	0
V. Pozostałe	1	1	0
RAZEM:	144	85	2

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

Na przestrzeni 2013 r. nie wnoszono pozwów do sądu na rzecz konsumentów przeciwko przedsiębiorcom. Nie odnotowano także przypadków wstąpienia do postępowania sądowego po stronie konsumenta. W ramach poradnictwa sporządzono 2 pisma sądowe do samodzielnego wniesienia przez konsumentów w sprawach sprzeciwu od nakazu zapłaty, a także przygotowano projekty 5 pozwów sądowych do wniesienia przez konsumentów w sprawach o zapłatę oraz nakazu określonego zachowania się przedsiębiorców.

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

4. Współdziałanie.

W 2013r. współdziałano z Wojewódzkim Inspektorem Inspekcji Handlowej 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.

W ramach współdziałania z Federacją Konsumentów skierowano kilkudziesięciu konsumentów z terenu Powiatu Nowosądeckiego do dyżurujących w Oddziale Federacji Konsumentów rzeczoznawców w celu uzyskania bezpłatnych opinii. Dokonano także wymiany materiałów edukacyjnych oraz omówiono zarówno najczęstsze, jak i nietypowe przypadki spraw konsumenckich.

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. Przeprowadzono 4 godzinne zajęcia w szkołach ponadgimnazjalnych z terenu Powiatu Nowosądeckiego, na których przedstawiono młodzieży podstawowe zagadnienia związane z edukacją konsumencką

(podstawowe definicje i akty prawne, uprawnienia dotyczące reklamacji, prawo do odstąpienia od umów zawieranych na odległość, zagrożenia związane w zawieraniem umów za pośrednictwem Internetu itp.).

Edukowano konsumentów i przekazywano im materiały informacyjne w związku z prowadzonymi akcjami:

- „Nie bądź jeleń weź paragon” – kampania informacyjna Ministerstwa Finansów.
- „Naziemna telewizja cyfrowa” – materiał Urzędu Komunikacji Energetycznej,
- „Nie daj się nabrać. Sprawdź zanim podpiszesz” – zasady bezpiecznych pożyczek i inwestycji – kampania informacyjna BFG, KNF, MF, MS, NBP, Policji i UOKiK,
- „Świadomy konsument energii elektrycznej” – Federacja Konsumentów, patronat Urzędu Regulacji Energetyki,
- „Życie w kredycie –Przewodnik nie tylko dla zadłużonych” – materiał UOKiK,
- „Poznaj swoje prawa” – Federacja Konsumentów.

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