

KONSUMENT NA RYNKU GAZU W POLSCE

Wstęp	3
Część pierwsza: Rynek Gazu	4
Od administracji do rynku	4
Liberalizacja rynku	4
Konsument na rynku gazu	7
Zmiana sprzedawcy paliwa gazowego	9
Modele zmiany sprzedawcy paliwa gazowego	10
Umowy w obrocie paliwem gazowym	12
Nieprawidłowości obserwowane na rynku	15
Część druga: Analiza wzorców umownych i praktyk sprzedawców	16
Cel i zakres badania	16
Ogólne wyniki badania	18
Szczegółowe wyniki badania	21
Wymagania regulacyjne	23
Zmiana ceny.....	24
Wymagania w zakresie uprawnień konsumentów.....	25
Ocena postanowień wzorców umownych pod kątem ich abuzywności	27
Klauzule abuzywne w badanych umowach	28
Kary umowne	32
Część trzecia: Badanie rynkowe	36
Tło projektu i cel badania	36
Metodologia	36
Próba badawcza i termin realizacji.....	37
Charakterystyka próby badawczej	37
Znajomość sprzedawcy i użytkowanie gazu w gospodarstwach domowych	41
Proces zmiany sprzedawcy gazu.....	46
Świadomość patologii na rynku gazu	54
Podsumowanie badań ankietowych	55
Wnioski z badania.....	57

Wstęp

Podstawowe potrzeby konsumentów, zaspokajane przez gospodarstwa domowe w pierwszej kolejności, to między innymi czynsz, energia elektryczna, gaz i woda. Badania pokazują, że polscy konsumenci od tych pozycji zaczynają planowanie domowego budżetu. Dane statystyczne GUS wskazują z kolei, że przeciętne gospodarstwo domowe w Polsce na nośniki energii (w tym elektrycznej, gazu, centralnego ogrzewania lub podgrzewania wody) wydają ok. 15% swojego budżetu. Po kilku badaniach dotyczących energii elektrycznej Federacja Konsumentów podejmuje tym razem tematykę gazu ziemnego – rynku pokrewnego, choć funkcjonującego nieco inaczej ze względu na swoją strukturę, przesłanki ustawowe i regulacyjne oraz praktyki sprzedawców.

Raport, który mamy przyjemność przekazać, obejmuje trzy podstawowe części. W części pierwszej pokusiliśmy się o krótką charakterystykę rynku: uwarunkowań prawnych, liberalizacji, możliwości zmiany sprzedawcy, pozycji konsumenta oraz jego uprawnień. Przedstawiamy również wykształcone przez rynek modele umów oraz ich zawierania. Część druga obejmuje analizę wzorców umownych stosowanych przez spółki gazowe w relacjach z konsumentami. Na potrzeby badania sprawdziliśmy pod tym kątem 13 spółek sprzedażowych. Kryteria badania to zgodność treści wzorców z prawem, spełnianie wymagań ustawowych i regulacyjnych, występowanie klauzul niedozwolonych oraz praktyki niekorzystne dla konsumentów (w tym problem wygórowanych kar umownych), a także ochrona danych osobowych. Część trzecią stanowi raport z badań ankietowych, przeprowadzonych we współpracy z ARC Rynek i opinia. Zapytaliśmy konsumentów, co wiedzą o swojej konsumpcji gazu, umowie, która łączy ich ze sprzedawcą, a także możliwości zmiany sprzedawcy i oczekiwaniach, szansach i ryzykach związanych z tym procesem. Wyniki badań posłużą Federacji Konsumentów do prowadzenia działań edukacyjnych, ale również do prowadzenia dialogu z ustawodawcą, regulatorem oraz spółkami gazowymi.

Część pierwsza: Rynek Gazu

Od administracji do rynku

Procesy rynkowe w odniesieniu do świadczenia sprzedaży i dostawy energii elektrycznej oraz gazu odbiorcom indywidualnym w gospodarstwach domowych zachodzą od stosunkowo niedługo czasu. Tradycyjnie konsumenci nie mieli wyboru co do sprzedawcy paliwa. Był on narzucony z góry podobnie jak poziom cen i warunki sprzedaży. Konsumenci historycznie traktowali przedsiębiorstwa energetyczne bardziej jak elementy administracji publicznej, niż podmioty działające w oparciu o mechanizmy rynkowe. Silne uregulowanie relacji odbiorcy z przedsiębiorstwem tylko wzmacniało takie przeświadczenie. Zdecydowanie częściej, niż można to zaobserwować w innych sektorach, klienci pozycjonowali się wobec przedsiębiorstwa w roli petenta niż w roli partnera czy kontrahenta. Stąd wpływające do Federacji Konsumentów prośby o udzielenie pomocy w sporze częściej zatytułowane były *podanie* niż *reklamacja*. Na tym rynku silnie odczuwany był brak alternatywy, co także nie pozostawało bez znaczenia dla oceny możliwości wejścia w spór w przypadku, gdy odbiorca uważał, że jego prawa były naruszane.

Dodatkowo istotne jest, że energia elektryczna i gaz mają dla współczesnego człowieka znaczenie cywilizacyjne. Ich brak praktycznie uniemożliwia gospodarstwu domowemu normalne funkcjonowanie, stąd bardzo silna jest obawa, że w przypadku artykułowania jakichkolwiek wątpliwości względem dostaw czy rozliczeń nastąpi wstrzymanie dostaw, co sparaliżuje życie rodziny.

Początek zmian dała implementacja do krajowego porządku prawnego dyrektyw, których celem było ujednolicenie rynku i umożliwienie, a równocześnie pobudzenie na nim zasad konkurencji tak, aby każdy klient przedsiębiorstwa energetycznego mógł nabywać energię czy paliwo od wybranego przez siebie sprzedawcy, co z kolei miało sprzyjać przełamaniu monopoli tzw. sprzedawców zasiedziały (ang. incumbent sellers). Inaczej, niż w przypadku rynku energii elektrycznej, gdzie procesy liberalizacji i konsolidacji wykształciły 5 silnych zintegrowanych grup kapitałowych o zasięgu przede wszystkim regionalnym, na rynku gazu przeważający udział ma jeden podmiot. Stąd świadomość klientów co do możliwości dokonywania jakichkolwiek wyborów pozostała ograniczona.

Sprzedawcy zasiedzieli nie tylko w Polsce swoją dominującą pozycję rynkową i wyjątkowo duży portfel klientów zawdzięczają nie dobrej ofercie rynkowej i podejściu do klienta, ale uwarunkowaniom o charakterze administracyjnym i historycznym. W szczególności w państwach, które mają za sobą transformację gospodarki z modelu centralnie sterowanego do modelu rynkowego, aktualnie działające przedsiębiorstwa energetyczne klientów niejako przejęły wraz z nabyciem przedsiębiorstwa. Nie pozostaje to bez wpływu na to, w jaki sposób klient jest przez takie przedsiębiorstwo traktowany.

Liberalizacja rynku

Pierwszym etapem liberalizacji rynku była zmiana przepisów regulujących funkcjonowanie rynku w Polsce. Art. 1 pkt) 5 ustawy z dnia 4 marca 2005 r. o zmianie ustawy - Prawo energetyczne oraz ustawy - Prawo ochrony środowiska (Dz.U.2005.62.552) dodał do ustawy prawo energetyczne art. 4j w brzmieniu *Odbiorcy paliw gazowych lub energii mają prawo zakupu tych paliw lub energii od wybranego przez siebie sprzedawcy*. Na mocy art 22 pkt) 1 ustawy zmieniającej wszedł on w życie w

dnia 1 lipca 2007r. Formalnie tego dnia pojawiła się możliwość zmiany sprzedawcy energii lub paliwa gazowego.

Klient, aby móc skorzystać z dobrodziejstw rynku, pozostaje w relacji z dwoma przedsiębiorstwami. Sprzedawcą, który odpowiada za udostępnienie zakupionego paliwa, oraz Operatorem Systemu Dystrybucyjnego (OSD), który jest podmiotem odpowiedzialnym za *przetransportowanie* paliwa do punktu, w którym odbiorca może je odebrać. Rozdzielenie sprzedaży i dystrybucji miało na celu wdrożenie zasady TPA (Third Party Access), która opiera się na umożliwieniu wielu sprzedawcom korzystania z tej samej infrastruktury dystrybucyjnej w celu sprzedaży paliwa swoim klientom i jest podstawowym założeniem liberalizacji na tym rynku. W momencie bowiem, w którym rynek był przekształcany, infrastruktura do przesyłania energii już istniała. Gdyby wymagać od każdego z nowych sprzedawców wybudowania nowej infrastruktury, proces liberalizacji nie miałby nigdy prawa zaistnieć.

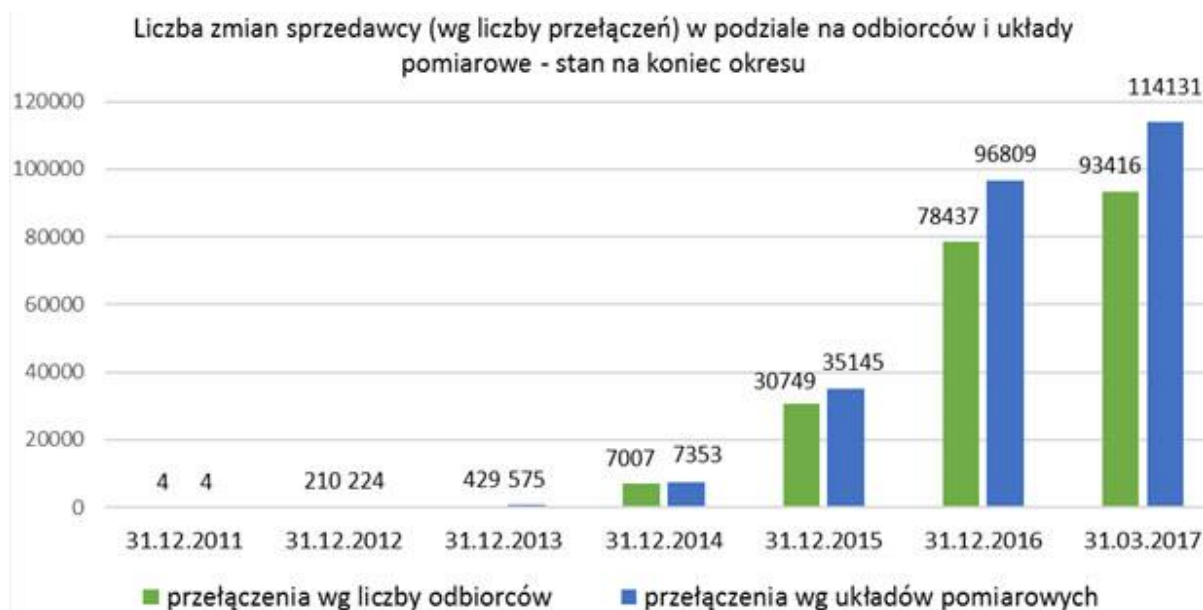
W Polsce działa jeden duży operator systemu dystrybucyjnego gazowego – Polska Spółka Gazownictwa Sp. z o.o. i 50 pionowo skonsolidowanych małych operatorów systemu dystrybucyjnego o charakterze lokalnym, których sieci przyłączone są do PSG Sp. z o.o. lub operatora systemu przesyłowego OGP Gaz-System S.A. Dostarczanie gazu do odbiorców odbywa się na zasadach określonych w IRIESD. Instrukcja największego dystrybutora, tj. PSG Sp. z o.o. podlega zatwierdzeniu przez Prezesa URE, natomiast instrukcje małych OSD podlegają weryfikacji ex post pod kątem zgodności z przepisami ustawy - Prawo energetyczne.¹

Od OSD wymaga się przede wszystkim zachowania zasady niedyskryminacji, tj. operator nie jest uprawniony do uznaniowego różnicowania podmiotów, które chcą za pośrednictwem jego infrastruktury dostarczać paliwa swoim klientom. W szczególności nie powinien dyktować różnym podmiotom różnego poziomu cen. Każde przedsiębiorstwo legitymujące się koncesją na obrót paliwami gazowymi wydaną przez Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki powinno mieć taki sam dostęp do infrastruktury.

Pomimo istnienia takiej możliwości realna liczba zmian sprzedawcy gazu przez lata pozostawała na marginalnym poziomie, co świadczyło o tym, że możliwość ta pozostaje niewykorzystana. Według danych publikowanych przez Regulatora w roku 2011 dokonano 4 zmian sprzedawcy, w roku 2012 zmian było już 210, w roku 2013 429. Istotny wzrost zanotowano w roku 2014, kiedy liczba odbiorców, którzy dokonali zmiany sprzedawcy, przekroczyła 7000. Lata następne to lata istotnych wzrostów, aż do ponad 78 tys. zmian sprzedawcy na koniec roku 2016 r.²

¹ <https://www.ure.gov.pl/pl/rynki-energii/paliwa-gazowe/charakterystyka-rynku/6544,2015.html>

² <https://www.ure.gov.pl/pl/urzed/informacje-ogolne/aktualnosci/7022,Zmiana-sprzedawcy-gazu-kolejne-wyniki-monitoringu-Prezesa-URE.html>



Choć bez wątpienia wzrost liczby konsumentów zmieniających sprzedawcę gazu ma charakter skokowy, to w skali całego kraju odsetek zmieniających jest jeszcze niewielki. Nie można jednak nie docenić wpływu możliwości zmiany sprzedawcy na strukturę rynku. Według danych URE już w roku 2015 obserwowany był wzrost udziałów sprzedawców alternatywnych na rynku detalicznym. Udział grupy kapitałowej PGNiG S.A. w sprzedaży gazu do odbiorców końcowych spadł i wyniósł 80,22%, podczas gdy rok wcześniej udział ten osiągał 89,24%. Pozostałe 19,78% sprzedaży gazu do odbiorców końcowych realizowane było przez inne spółki obrotu dokonujące sprzedaży w kraju (12,66%) oraz przez spółki sprzedające gaz głównie na rynku niemieckim bezpośrednio do dużych odbiorców końcowych, którzy samodzielnie sprowadzili ten gaz do Polski (ok. 7,12%)³.

Zmiany te w oczywisty sposób nie zachwiały monopolem grupy PGNiG S.A., jednak utrzymanie się takiego trendu w latach kolejnych może doprowadzić do zmiany kształtu rynku, co może być zarówno korzystne, jak i niekorzystne dla odbiorców.

Wskazywane są różne przyczyny wzrostu zainteresowania zmianą sprzedawcy gazu i zainteresowania ofertą rynkową. Wymienia się przede wszystkim wzrost świadomości konsumentów oraz zwiększenie atrakcyjności ofert rynkowych. Przede wszystkim jednak zwrócić należy uwagę na inne czynniki. W ostatnim czasie zaobserwować można wzmożoną aktywność reklamową tak sprzedawców alternatywnych, jak i zasiedziały. Dodatkowo należy wskazać na wybrany przede wszystkim przez przedsiębiorstwa działające na rynku alternatywnym model zawierania umów na sprzedaż gazu. Jest to model tzw. sprzedaży bezpośredniej, fachowo nazywany modelem zawierania umowy poza lokalem przedsiębiorstwa. Zakłada on, że przedstawiciel przedsiębiorstwa odwiedza konsumenta w domu, przedstawia ofertę i umożliwia zawarcie umowy. Z założenia model taki jest wygodny dla klienta i powinien być premiowany. W praktyce jego upowszechnienie jest dla klientów bardzo dużym problemem. W tym modelu dochodzi bowiem częstokroć do wykorzystania braku wiedzy odbiorcy i niemalże wyłudzenia jego podpisu pod umową. Podmioty zajmujące się ochroną praw konsumentów określają takie działanie mianem nieświadomej lub ślepej zmiany sprzedawcy.

³ <https://www.ure.gov.pl/pl/rynki-energii/paliwa-gazowe/charakterystyka-ryнку/6544,2015.html>

Konsument na rynku gazu

Konsumenta na rynku energii elektrycznej i gazu w ujęciu formalnym przez lata w ogóle nie funkcjonowało. Klient określany był i do dziś jest mianem odbiorcy. Zgodnie z art. 3 pkt) 13b ustawy prawo energetyczne odbiorca paliw gazowych energii elektrycznej lub ciepła w gospodarstwie domowym to odbiorca końcowy dokonujący zakupu paliw gazowych, energii elektrycznej lub ciepła wyłącznie w celu ich zużycia w gospodarstwie domowym.

Już sam dobór tego rodzaju określenia odpowiednio pozycjonował osoby nabywające paliwa w relacji z przedsiębiorstwem. Rynek przez lata też nie był zainteresowany kształtowaniem pozytywnych relacji z klientem, ponieważ przedsiębiorstwo miało go niejako „z urzędu”. Ostatnie przekształcenia pozwalają jednak zauważyć istotne zmiany w tym zakresie.

Charakterystyka prawna umów o dostarczanie paliwa gazowego

Bez względu na to, czy klient skorzysta, czy nie skorzysta z prawa wyboru sprzedawcy paliwa gazowego, jego dostarczanie odbywa się na podstawie umowy. Prawo energetyczne silnie ingeruje w kształt tych umów, nadając odpowiedni kształt relacji klienta z przedsiębiorstwem.

Aby w ogóle móc stać się uczestnikiem rynku, należy być przyłączonym do sieci dystrybucyjnej. Procedurę przyłączeniową regulują przepisy art. 7 i następnych prawa energetycznego. Proces przyłączania do sieci obsługiwany jest w całości przez OSD, a na jego przebieg nie ma wpływu to, czy klient będzie korzystał z prawa wyboru sprzedawcy paliwa gazowego. Ogólne zasady kontraktowania modyfikuje obowiązek przyłączenia wnioskującego, który spełni warunki wymagane do prawidłowego przeprowadzenia tego procesu. Proces przyłączeniowy powinien być prowadzony w sposób niedyskryminacyjny, a każda odmowa przyłączenia podlega - na wniosek właściwego klienta - kontroli Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki.

Przyłączenie do sieci odbywa się w trzech etapach. Pierwszym z nich jest określenie warunków przyłączenia. Stosownie do art 5 ust. 3a prawa energetycznego podmiot ubiegający się o przyłączenie do sieci składa wniosek o określenie warunków przyłączenia do sieci, zwanych dalej "warunkami przyłączenia", w przedsiębiorstwie energetycznym, do którego sieci ubiega się o przyłączenie. Wniosek powinien zawierać informacje o składającym, miejscu przyłączania oraz spełnieniu wymagań technicznych i eksploatacyjnych określonych w art. 7a ust. 1 prawa energetycznego. W praktyce wszystkie OSD posługują się przygotowanymi w tym celu specjalnie formularzami. Procedura, stosownie do art. 8g pkt) 1 prawa energetycznego, powinna być zakończona w terminie 30 dni. Przyłączanie odbiorcy do sieci gazowej jest co do zasady odpłatne. Również na tym etapie przedsiębiorstwo nie dysponuje swobodą ustalania cen. Zasady kalkulacji opłaty przyłączeniowej reguluje art. 8 prawa energetycznego.

W momencie, gdy odbiorcy zostaną określone warunki przyłączenia, może zawrzeć umowę o przyłączenie do sieci. Niezbędne postanowienia umowy zawiera art. 7 ust. 2 prawa energetycznego. Są to postanowienia określające: termin realizacji przyłączenia, wysokość opłaty za przyłączenie, miejsce rozgraniczenia własności sieci przedsiębiorstwa energetycznego i instalacji podmiotu przyłączanego, zakres robót niezbędnych przy realizacji przyłączenia, wymagania dotyczące lokalizacji układu pomiarowo-rozliczeniowego i jego parametrów, harmonogram przyłączenia, warunki udostępnienia przedsiębiorstwu energetycznemu nieruchomości należącej do podmiotu

przyłączonego w celu budowy lub rozbudowy sieci niezbędnej do realizacji przyłączenia, przewidywany termin zawarcia umowy, na podstawie której nastąpi dostarczanie paliw gazowych lub energii, ilości paliw gazowych lub energii przewidzianych do odbioru, moc przyłączeniową, odpowiedzialność stron za niedotrzymanie warunków umowy, a w szczególności za opóźnienie terminu realizacji prac w stosunku do ustalonego w umowie, oraz okres obowiązywania umowy i warunki jej rozwiązania.

Przedsiębiorstwo i odbiorca mają relatywnie niewielki wpływ na treść kontraktu. Podstawowym problemem, z którym borykają się odbiorcy indywidualnie, jest kwestia możliwego niedotrzymywania warunków umowy. O ile bowiem w przypadku odmowy przyłączenia przysługuje prawo skargi do Prezesa URE, który ma możliwość zaingerowania w sposób władczy, o tyle w przypadku nierealizowania już zawartej umowy stronie przysługuje jedynie droga powództwa o wykonanie umowy przed sądem powszechnym, co jest czynnikiem znacznie wydłużającym inwestycję mieszkaniową i ujemnie wpływającym na sytuację finansową konsumentów. O ile w umowie winna być zastrzeżona konsekwencja jej niewykonania w terminie, co z reguły dzieje się poprzez zastrzeżenia kary umownej, to zdarza się, że OSD wywierają presję na odbiorców, przedkładając im do podpisania kolejne aneksy wydłużające czas na realizację umowy. Konsument w praktyce jest w takiej sytuacji pozbawiony możliwości skutecznej obrony swoich praw. Zakładając jednak, że proces przyłączeniowy pomyślnie dobiegł końca, można podjąć decyzję co do zasad dostarczania paliwa gazowego do gospodarstwa domowego.

Prawo wyboru sprzedawcy

Wspomniane powyżej prawo wyboru sprzedawcy aktualizuje się już w momencie przyłączenia do sieci. Konsument może w takim wypadku zdecydować, czy chce wybrać sprzedawcę energii, czy związać się kontraktem ze sprzedawcą z urzędu.

Sprzedaż z urzędu uregulowana jest w art. 5a prawa energetycznego. Zgodnie z brzmieniem przepisu ust. 1 Sprzedawca z urzędu jest obowiązany do zapewnienia świadczenia usługi kompleksowej i do zawarcia umowy kompleksowej, na zasadach równoprawnego traktowania, z odbiorcą paliw gazowych w gospodarstwie domowym, niekorzystającym z prawa wyboru sprzedawcy i przyłączonym do sieci przedsiębiorstwa energetycznego wskazanego w koncesji sprzedawcy z urzędu. W takim wariancie istnieje obowiązek kontraktowania, a treść umowy jest w większym stopniu zdeterminowana przez powszechnie obowiązujące przepisy.

Zgodnie z art. 9i prawa energetycznego sprzedawców z urzędu wyłania Prezes URE w drodze przetargu. Cena paliw sprzedawanych odbiorcom przez sprzedawcę z urzędu podlega corocznemu zatwierdzeniu przez Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki. Nie jest więc stała. Przedsiębiorstwo, które uzyskało uprzednią zgodę Prezesa URE, może podnieść ceny klientom. Nie jest natomiast uprawnione do podwyższania cen w sytuacji braku stosownej zgody organu regulacyjnego. Każdy konsument, który nie korzysta z prawa wyboru sprzedawcy, ma prawo do zawarcia umowy. Sprzedawca nie może odmówić ani weryfikować wiarygodności płatniczej klienta. W przypadku odmowy konsumentowi przysługuje prawo wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki.

Ustawodawca w celu pobudzenia procesów rynkowych dodatkowo zdecydował, że odbiorca paliw gazowych w gospodarstwie domowym, który zrezygnuje z usługi kompleksowej, zachowując przewidziany w umowie okres jej wypowiedzenia, nie może być obciążony przez sprzedawcę z urzędu żadnymi dodatkowymi kosztami z tego tytułu. Okres wypowiedzenia co do zasady wynosi 30 dni.

Alternatywnie konsumentowi przysługuje prawo do zawarcia umowy z innym niż sprzedawca z urzędu sprzedawcą paliw gazowych, który kieruje swoją ofertę do konsumentów na określonym obszarze dystrybucyjnym, to jest ma zawartą stosowną umowę z OSD, którego infrastruktura znajduje się na terenie zamieszkania odbiorcy.

W takim wypadku, przy spełnieniu przez sprzedawcę dodatkowych warunków, funkcjonuje mniej restrykcyjny system, bowiem sprzedawca, który działa w oparciu o zasady konkurencji, nie jest zobowiązany przedstawiać Prezesowi URE do zatwierdzenia swoich taryf. Ustalenie jednak, że sprzedawca działa w oparciu o zasady konkurencji nie następuje w sposób dowolny. Ustala to Prezes Urzędu Regulacji Energetyki w drodze decyzji.

System, w ramach którego administracyjnie zatwierdza się stawiki cen za paliwo gazowe, był wielokrotnie krytykowany przez Komisję Europejską, jako hamujący innowacje i rozwój swobodnej konkurencji. Zdecydowano więc, że nadzór Prezesa URE nad taryfami (tj. cenami maksymalnymi) dla gazu sieciowego sprzedawanego do gospodarstw domowych zostaje utrzymany tylko do końca 2023r⁴. Po tej dacie ceny mają być ustalane przez rynek, zatem jest niezwykle istotne, aby wykształcone zostały mechanizmy, które pozwolą odbiorcom korzystać z dobrodziejstw rynku.

Kryterium wyboru oferty przez konsumenta powinna być zatem jej atrakcyjność i dopasowanie do zapotrzebowania prowadzonego przez niego gospodarstwa domowego.

Zmiana sprzedawcy paliwa gazowego

Wybór sprzedawcy paliwa gazowego możliwy jest nie tylko w przypadku nowo przyłączanej instalacji odbiorcy, ale także po tym czasie. Opcja ta jest zarezerwowana dla osób, które są przyłączone od sieci dystrybucyjnej i związane indywidualną umową na sprzedaż paliwa gazowego. Zmiana sprzedawcy paliwa gazowego jest bezpłatna i z tytułu przeprowadzenia samego procesu sprzedawca dotychczasowy oraz następny nie może pobierać od konsumenta żadnych opłat. Utańczyło się, że - analogicznie jak w przypadku zmiany grupy taryfowej w zakresie energii elektrycznej - zmiana sprzedawcy na tym rynku możliwa jest tylko raz w roku. Nie jest to zgodne z prawdą. Poza ewentualnymi ograniczeniami wynikającymi z treści samej umowy przepisy ustawy nie nakładają w tym względzie żadnych ograniczeń. Zmiana sprzedawcy nie wiąże się z koniecznością wymiany licznika, albowiem urządzenie pomiarowe oraz usługa przesłania i opomiarowania energii leży w gestii dystrybutora, który pozostaje niezmienny. Zmiana sprzedawcy paliwa gazowego nie pociąga za sobą także wymogu przeprowadzania jakichkolwiek modyfikacji instalacji. W praktyce zmieniają się warunki sprzedaży, czyli przede wszystkim stawki za samo paliwo, natomiast cała operacja pozostaje zasadniczo bez wpływu na dotychczasowy system opomiarowania i rozliczania energii.

Zgodnie z przytoczonym już art. 4j ust. 1 prawa energetycznego odbiorca paliw gazowych lub energii ma prawo zakupu tych paliw lub energii od wybranego przez siebie sprzedawcy, zaś dystrybutor energii powinien umożliwić odbiorcy paliw gazowych przyłączonemu do jego sieci zmianę sprzedawcy paliw gazowych lub energii.

Jako że dostarczanie paliw gazowych odbywa się na podstawie zawartej umowy, przepisy regulują także zasady wypowiedzania umów zawartych przez osoby, które nie skorzystały z prawa wyboru sprzedawcy. Zgodnie z art. 4j ust.3 prawa energetycznego odbiorca końcowy może wypowiedzieć

⁴ <https://www.ure.gov.pl/pl/rynki-energii/paliwa-gazowe/liberalizacja-ryнку-gazowego>

umowę zawartą na czas nieoznaczony, na podstawie której przedsiębiorstwo energetyczne dostarcza temu odbiorcy paliwa, bez ponoszenia kosztów, składając do przedsiębiorstwa energetycznego pisemne oświadczenie. Odbiorca, który wypowiada umowę, jest obowiązany pokryć należności za pobrane paliwo gazowe lub energię oraz świadczone usługi przesyłania lub dystrybucji paliw gazowych lub energii. W przypadku umowy zawartej na czas oznaczony odbiorca może wypowiedzieć taką umowę bez ponoszenia kosztów i odszkodowań innych niż wynikające z treści umowy (ust. 3a), przy czym zaznaczyć należy, że przedsiębiorstwo energetyczne nie jest uprawnione do tego, aby w pełni dowolnie na mocy zapisów umowy nakładać na konsumenta obciążenia związane z jej przedterminowym rozwiązaniem, o czym będzie jeszcze mowa.

Ustawa posługuje się przy tej okazji określeniem *składając pisemne oświadczenie*. Mając jednak na względzie przepisy dotyczące form czynności prawnych, tj. art. 73 i nast. kodeksu cywilnego, zauważyć należy, że brak jest w tym zapisie sankcji nieważności za niedotrzymanie zastrzeżonej formy. Jest ona zastrzeżona wyłącznie dla celów dowodowych, a zatem złożenie oświadczenia o wypowiedzeniu umowy w innej formie nie decyduje automatycznie o jego nieważności.

Przepisy regulują także okres wypowiedzenia i procedurę zakończenia współpracy pomiędzy odbiorcą a przedsiębiorstwem energetycznym. Na mocy art. 4j ust. 4 prawa energetycznego umowa ulega rozwiązaniu z ostatnim dniem miesiąca następującego po miesiącu, w którym oświadczenie tego odbiorcy dotarło do przedsiębiorstwa energetycznego. Odbiorca ten może wskazać późniejszy termin rozwiązania umowy. Ustawa jednocześnie nie zastrzega możliwości wydłużenia terminu wypowiedzenia dla przedsiębiorstwa energetycznego, co musi ono brać pod uwagę podczas konstruowania umowy. Nawet gdyby we wzorcu umownym wskazano okres wypowiedzenia dłuższy lub krótszy, strony związane będą przede wszystkim zapisem ustawowym.

W sytuacji wypowiedzenia umowy w trybie zmiany sprzedawcy paliwa gazowego operator systemu dystrybucyjnego jest obowiązany umożliwić zmianę, nie później niż w terminie 21 dni, a następnie nie później niż w okresie 42 dni od dnia dokonania tej zmiany poprzedni sprzedawca powinien przekazać odbiorcy końcowe rozliczenie zamkniętej już umowy. Oczywiście w takiej sytuacji po stronie odbiorcy istnieje obowiązek zapłaty za paliwo zużyte do końca obowiązywania umowy.

Modele zmiany sprzedawcy paliwa gazowego

Zmiana sprzedawcy paliwa gazowego może odbywać się właściwie w oparciu o każdy z modeli kontraktowania. Żaden z przepisów prawa energetycznego nie formułuje założeń, że umowa powinna mieć formę pisemną, jednak - biorąc pod uwagę praktykę obrotu - trudno zakładać inny wariant. Nie istnieją ograniczenia co do sposobu zawierania umów. Dopuszczalne jest zatem jej zawieranie zarówno w lokalu przedsiębiorstwa, poza lokalem przedsiębiorstwa, a także przy spełnieniu określonych warunków na odległość.

Inicjatywa zawarcia umowy, na mocy której dojdzie do zmiany sprzedawcy paliwa gazowego, należeć może zarówno do konsumenta, jak i przedsiębiorstwa energetycznego.

Na rynku, jak się wydaje, dominuje jednak model zawierania umów, na mocy których dochodzi do zmiany sprzedawcy paliwa w formule poza lokalem przedsiębiorstwa. Oznacza to, że z propozycją zawarcia umowy występuje przedstawiciel przedsiębiorstwa, odwiedzając konsumenta w jego domu i proponując zawarcie umowy.

Model ten z pozoru wydaje się wygodny dla konsumenta, jednak przypadku osób starszych i mniej zorientowanych rynkowo dochodzi częstokroć do wprowadzenia w błąd co do podmiotu, który osoba odwiedzająca reprezentuje, jak i samych warunków proponowanej umowy.

Poniższe schematy wskazują na kolejne czynności, które należy podjąć w celu dokonania skutecznej zmiany sprzedawcy paliwa gazowego.

Indywidualny – bez pełnomocnictwa



Model ten ze względu na liczbę czynności do wykonania oraz okoliczność, że to na konsumencie spoczywa przeprowadzenie całości procesu, jest praktycznie niestosowany.

Na podstawie pełnomocnictwa



W tym modelu konsument zawiera umowę, równocześnie udzielając nowemu sprzedawcy paliwa gazowego pełnomocnictwa do rozwiązania poprzedniej umowy oraz wykonania wszystkich czynności związanych z procesem zmiany sprzedawcy. Jest to model najpopularniejszy. Przede wszystkim ze względu na to, że przeprowadzenie czynności potrzebnych do skutecznej zmiany przyjmuje na siebie nowy sprzedawca paliwa. Równocześnie zawieranie umów w tym modelu sprawia, że konsument traci

kontrolę nad tym, co dzieje się z jego umową w momencie złożenia podpisu na nowej umowie. W przypadku zatem, gdy pierwsza czynność, to jest przyjęcie podpisu od konsumenta na nowej umowie i pełnomocnictwie, zostanie przeprowadzona w sposób nieuczciwy, np. poprzez wprowadzenie odbiorcy w błąd, może się okazać, że zmiana dokona się *de facto* nieświadomie.

Umowy w obrocie paliwem gazowym

Jak już wskazano, dostarczanie paliw gazowych odbywa się na podstawie umowy. Umowę taką da się zakwalifikować jako dwustronnie zobowiązującą i wzajemną. Przedsiębiorstwo energetyczne zobowiązuje się do sprzedaży lub dystrybucji paliw gazowych, a odbiorca zobowiązuje się uiszczać cenę⁵. O ile prawo energetyczne nie precyzuje, w jakiej formie powinna być zawarta umowa, to zastosowanie znajdą w tym wypadku w szczególności przepisy kodeksu cywilnego oraz ustawy o prawach konsumenta.

Zgodnie bowiem z art 77 § 1 kodeksu cywilnego uzupełnienie lub zmiana umowy wymaga zachowania takiej formy, jaką ustawa lub strony przewidziały w celu jej zawarcia. Praktyką jest zawieranie tego rodzaju umów w formie pisemnej.

Obligatoryjne zapisy umowne

Elementy obligatoryjne, poza oczywistymi, takimi jak wskazanie stron umowy, uregulowane są już przepisami prawa energetycznego. Art. 5 ust. 1 stanowi, że dostarczanie paliw gazowych odbywa się po uprzednim przyłączeniu do sieci na podstawie umowy sprzedaży i umowy o świadczenie usług przesyłania lub dystrybucji.

Zgodnie z art. 5 ust 1 pkt) 1 prawa energetycznego umowa sprzedaży powinna zawierać postanowienia określające miejsce dostarczenia paliw gazowych do odbiorcy, ilość tych paliw w podziale na okresy umowne, moc umowną oraz warunki wprowadzania jej zmian, cenę lub grupę taryfową stosowane w rozliczeniach i warunki wprowadzania zmian tej ceny i grupy taryfowej, sposób prowadzenia rozliczeń, wysokość bonifikaty za niedotrzymanie standardów jakościowych obsługi odbiorców, odpowiedzialność stron za niedotrzymanie warunków umowy, okres obowiązywania umowy i warunki jej rozwiązania.

Zgodnie z art. 5 ust 1 pkt) 2 prawa energetycznego umowa o świadczenie usług dystrybucji paliw gazowych powinna zawierać postanowienia określające: moc umowną i warunki wprowadzania jej zmian, ilość przesyłanych paliw gazowych lub energii w podziale na okresy umowne, miejsca dostarczania paliw gazowych lub energii do sieci i ich odbioru z sieci, standardy jakościowe, warunki zapewnienia niezawodności i ciągłości dostarczania paliw gazowych lub energii, stawki opłat lub grupę taryfową stosowane w rozliczeniach oraz warunki wprowadzania zmian tych stawek i grupy taryfowej, sposób prowadzenia rozliczeń, parametry techniczne paliw gazowych lub energii oraz wysokość bonifikaty za niedotrzymanie tych parametrów oraz standardów jakościowych obsługi odbiorców, odpowiedzialność stron za niedotrzymanie warunków umowy oraz okres obowiązywania umowy i warunki jej rozwiązania.

⁵ tak, Muras Zdzisław (red.), Swora Mariusz (red.), Prawo energetyczne. Tom I. Komentarz do art. 1-11s, wyd. II, lex

W przypadku rynku energii elektrycznej i paliw gazowych dopuszczalne są dwa różne modele kontraktowania. Pierwszy zakłada zawarcie przez odbiorcę dwóch odrębnych umów: umowy sprzedaży i umowy dystrybucji paliwa. Drugi to model kompleksowy, w ramach którego odbiorca zawiera umowę kompleksową sprzedaży i dostarczania energii lub paliwa. Ma to swoje daleko idące konsekwencje. Kwestię umowy reguluje art. 5 ust. 3 prawa energetycznego, który stanowi, że dostarczanie paliw gazowych lub energii może odbywać się na podstawie umowy zawierającej postanowienia umowy sprzedaży i umowy o świadczenie usług przesyłania lub dystrybucji tych paliw lub energii. Inaczej niż w przypadku umów rozdzielonych w przypadku umowy kompleksowej stronami są tylko odbiorca i sprzedawca energii. Realizacja usługi dystrybucji paliwa gazowego odbywa się na podstawie porozumienia zawartego pomiędzy sprzedawcą a OSD na rzecz i w imieniu odbiorcy końcowego.

Z punktu widzenia interesu odbiorcy zdecydowanie lepszym rozwiązaniem jest zawarcie umowy kompleksowej. W innym przypadku odbiorca otrzymuje odrębne faktury za sprzedaż i dystrybucję paliwa, musi rozliczać się z dwoma przedsiębiorstwami, natomiast w przypadku, w którym występują nieprawidłowości w rozliczeniach, może istnieć konieczność prowadzenia dwóch równoległych procesów reklamacyjnych.

W przypadku, gdy stroną umowy jest odbiorca indywidualny w gospodarstwie domowym, przedsiębiorstwo energetyczne zobowiązane jest dodatkowo na mocy art 5 ust. 4b prawa energetycznego zawrzeć w umowie postanowienia traktujące o prawach odbiorcy, w tym sposobie wnoszenia skarg i rozstrzygania sporów, możliwości uzyskania pomocy w przypadku wystąpienia awarii urządzeń, instalacji lub sieci gazowej, lub elektroenergetycznej, miejscu i sposobie zapoznania się z mającymi zastosowanie i obowiązującymi taryfami, w tym opłatami za utrzymanie systemu gazowego albo elektroenergetycznego.

Dodatkowym obowiązkiem ustawowym ciążącym na sprzedawcy jest obowiązek dostarczenia klientowi Zbioru praw konsumenta energii oraz zapewnienia publicznego dostępu do tego dokumentu. Przez Zbiór praw konsumenta energii rozumie się dokument sporządzany przez Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki we współpracy z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na podstawie wytycznych Komisji Europejskiej w konsultacji z krajowymi organami regulacyjnymi, organizacjami konsumenckimi, partnerami społecznymi, przedsiębiorstwami energetycznymi oraz innymi zainteresowanymi stronami, zawierający praktyczne informacje o prawach konsumentów energii elektrycznej i paliw gazowych.

Fakultatywne zapisy umowne

Przepisy prawa energetycznego nie regulują elementów umowy w sposób ścisły, zatem przedsiębiorca jest uprawniony do dodania innych zapisów, które nie kłócą się z wymogami ustawowymi, jak również zobowiązany jest do przestrzegania wymogów zawartych w innych przepisach prawa, np. ustawy o prawach konsumenta.

Zauważalne jest, że żaden przepis prawa powszechnie obowiązującego nie reguluje maksymalnego terminu, na który zawarta powinna być umowa. Stąd na rynku spotykane są oferty na czas oznaczony wynoszący 12, 24, 36, ale również 48 czy 60 miesięcy. Jest to zdecydowanie czynnik utrudniający konsumentom poruszanie się po rynku i dynamiczną reakcję na zmieniające się trendy. Brak regulacji w tym zakresie z pewnością nie służy też rozwojowi konkurencji na rynku energii elektrycznej i paliw gazowych. W tym miejscu warto posłużyć się przykładem z rynku telekomunikacyjnego, gdzie - zgodnie

z art. 56 ust. 4a prawa telekomunikacyjnego - w przypadku konsumenta początkowy okres obowiązywania umowy na czas określony nie może być dłuższy niż 24 miesiące.

W miarę postępu rozwoju rynku daje się zaobserwować praktykę proponowania ofert o charakterze pakietowym. Polega ona na zawarciu w ramach jednej transakcji umów, których przedmiotem są dwa lub więcej różnych świadczeń. Zawarcie umów w wariancie łączonym z reguły przedstawiane jest jako korzystne od strony kosztowej. Jest to również czynnik wpływający na „lojalizowanie” klientów.

Umowy te można podzielić na dwie grupy. Pierwsza z nich to umowy typu dual fuel, gdzie w ramach oferty łączonej klient nabywa od tego samego podmiotu energię elektryczną i paliwo gazowe. Grupa druga obejmuje ofertę na zakup energii elektrycznej lub paliwa gazowego, a także inne towary i usługi, takie jak:

- umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych,
- umowy ubezpieczenia,
- umowy sprzedaży konsumenckiej,
- umowy licencyjne na oprogramowanie,
- umowy na świadczenie usług medycznych,
- umowy na usługi concierge.

Łączenie ofert, co do zasady, jest dopuszczalne przez obowiązujące przepisy. Choć tzw. bundle offers są przedmiotem zainteresowania zarówno Komisji Europejskiej, jak i organów, do których zadań należy ochrona interesów konsumentów, to do tej pory nie podjęto próby uregulowania tego zjawiska.

Rodzi to szereg problemów w praktyce stosowania tego rodzaju zapisów. O ile jest poza dyskusją, że w przypadku łączenia w jednej ofercie usług oferowanych na rynku regulowanym, np. energetycznym, telekomunikacyjnym czy finansowym, produkt pakietowy także musi spełniać stosowne regulacje, analogicznie jak w przypadku prawa do reklamacji na zasadach rękojmi przysługuje ono także w odniesieniu do towarów otrzymanych w pakiecie.

Problem jest jednak innego rodzaju. W większości przypadków konsument nie ma dostępu do informacji w przedmiocie cen poszczególnych składników pakietu. Jest to o tyle istotne, że w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania umowy, to cena za dany towar lub usługę wyznacza granice poniesionej szkody zgodnie z art. 361 § 1 i 2 kodeksu cywilnego. Problem ten staje się także realny w sytuacji, w której konsument, na podstawie przysługującego mu uprawnienia, zdecyduje się odstąpić od zawartej umowy w zakresie świadczenia dodatkowego i zażąda zwrotu środków.

Trudności rodzą się także w sytuacji, w której konsument zdecyduje się na częściowe wypowiedzenie umowy lub umowa będzie częściowo nieważna. Brak jasnej identyfikacji cen częściowych w pakiecie powoduje w tym zakresie trudności. Z drugiej strony warto zwrócić uwagę na konsekwencje nienależytego wykonania umowy na rynku energii. Zgodnie z art. 6b ust. 1 pkt 20 prawa energetycznego przedsiębiorstwo energetyczne, po spełnieniu dodatkowych warunków, jest uprawnione do wstrzymania dostarczania paliw, gdy odbiorca zwleka z zapłatą za świadczone usługi co najmniej przez okres 30 dni po upływie terminu płatności. Należy sobie zadać w tym miejscu pytanie, czy obowiązek ten może zostać rozciągnięty na niezapłacenie ceny za inne elementy pakietu. Intuicyjnie wydaje się, że nie. Stanowisko takie potwierdził również Prezes Urzędu Regulacji Energetyki, wydając w dniu 5 grudnia 2012r. Informację nr 31/2012, gdzie czytamy: *Nie kwestionując zasadności i*

konieczności realizacji przez odbiorcę wszystkich zobowiązań, wynikających z treści zawartej na gruncie cywilno-prawnym umowy ze sprzedawcą, zwracam uwagę, że powołany wyżej przepis wskazuje, iż wstrzymanie dostaw energii elektrycznej przez operatora systemu dystrybucyjnego na wniosek sprzedawcy może nastąpić tylko wówczas, gdy odbiorca energii elektrycznej zwleka z zapłatą za wskazane media energetyczne. Dokument ten nie został wydany w celu ostrzeżenia uczestników rynku przed możliwościami złej interpretacji przepisów, ale był efektem napływających skarg.

Trudności rodzić może także sytuacja, gdy np. umowa ubezpieczenia nie dochodzi do skutku, ponieważ zdarzenie ubezpieczeniowe nie jest w ogóle możliwe. Przykładem takiej sytuacji jest udzielnie ubezpieczenia od ryzyka utraty pracy osobie na rencie lub emeryturze.

Wydaje się zatem, że - aby uniknąć zasygnalizowanych trudności - relacje cenowe, w jakich pozostają elementy pakietu, winny być jasno określone we wzorcach umownych.

Nieprawidłowości obserwowane na rynku

Liberalizacja rynku energii nie była i w dalszym ciągu nie jest procesem bezproblemowym. Niestety wraz z nowymi możliwościami dla konsumentów na rynku pojawiły się nieuczciwe przedsiębiorstwa i zachowania. Dotyczy to w szczególności modelu zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa. Niektórzy odwiedzający konsumentów przedstawiciele handlowi nie zachowywali się w sposób rzetelny. Zdarzały się przypadki, w których podawali się za przedstawicieli dotychczasowego sprzedawcy paliwa, czy zwyczajnie „elektrowni” lub „gazowni”, którzy przyszli odczytać licznik. W efekcie konsumenci dokonywali zmiany sprzedawcy nieświadomie, a za wycofanie się przedsiębiorstwa te domagały się zapłaty wysokich kar umownych.

Zjawisko to narosło do tego stopnia, że konieczna stała się ingerencja organów nadzoru rynku. Decyzją z dnia 30 grudnia 2016 r. nr DDK 25/2016 dotyczącą spółki Polski Prąd i Gaz (dawniej Polska Energetyka PRO) Prezes UOKiK uznał, że spółka wprowadzała w błąd co do swojej tożsamości, podszywając się pod dotychczasowego sprzedawcę prądu, sugerowała, że przedkładane do podpisu dokumenty stanowią aneks do umowy z dotychczasowym sprzedawcą energii bądź wymóg ich podpisania wynika ze zmiany przepisów prawa, likwidacji sprzedawcy energii elektrycznej, z którego usług korzystał dotychczas konsument, lub połączenia tego przedsiębiorcy z Polski Prąd i Gaz, stosowała przymus i wywierała na konsumentach presję twierdząc, że jeżeli konsument nie podpisze dokumentów, pozbawiony zostanie prądu albo jego dotychczasowa umowa wygaśnie, manipulowała informacjami o niższych rachunkach za energię elektryczną, nie zostawiała konsumentom podpisanych dokumentów, nie informowała o prawie odstąpienia od umowy i nie przekazywała wzoru formularza o odstąpieniu od umowy. Za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów Prezes UOKiK nałożył karę ponad 10 mln zł (10 253 328 zł) i nakazał zaniechanie praktyki. Decyzja nie jest ostateczna, spółka odwołała się do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Wydaje się, że działań organów o tym charakterze będzie więcej. Również w Federacji Konsumentów skargi związane z nieuczciwą zmianą sprzedawcy paliw były najczęstszym problemem sygnalizowanym na tym rynku.

Część druga: Analiza wzorców umownych i praktyk sprzedawców

Cel i zakres badania

W związku z dynamicznym rozwojem rynku sprzedaży gazu w sektorze detalicznym w ostatnich latach wzrosła liczba podmiotów oferujących konsumentom możliwość zmiany sprzedawcy gazu. Doświadczenia z rynku telekomunikacyjnego oraz energii elektrycznej, na którym procesy te zachodziły wcześniej, wskazują, że w takiej sytuacji poza rozszerzeniem dostępnej oferty i zróżnicowaniem cen dochodzić może do nieuczciwych praktyk, w szczególności na etapie pozyskania klienta, a we wzorcach umownych stosowanych w obrocie pojawiają się nieuczciwe zapisy. Na etapie przed liberalizacją rynku przedsiębiorstwa skupiały się przede wszystkim na spełnieniu warunków regulacyjnych, nie musząc obawiać się konkurencji. Po uwolnieniu rynku i rozszerzeniu oferty na rynku, na którym liczba klientów przyłączonych do sieci operatora systemu dystrybucyjnego jest w miarę stała, zarówno pozyskanie, jak i utrzymanie klienta staje się wyzwaniem.

W takich sytuacjach częstokroć pojawiają się zachowania dające się określić mianem nieuczciwych lub oszukańczych, zaś same umowy, pomimo atrakcyjności cenowej, zawierają zapisy, które z punktu widzenia konsumentów są zdecydowanie niekorzystne.

Przegląd i ocena zjawisk rynkowych w takim wypadku wydają się jak najbardziej celowe. Dlatego też zależało nam na ustaleniu, czy przedsiębiorstwa energetyczne sprzedające paliwa gazowe konsumentom przestrzegają przepisów w zakresie konstrukcji wzorców umownych i czy w jakichś obszarach da się wskazać nieprawidłowości związane z pozyskiwaniem lub utrzymywaniem klientów.

Założenia

Zbadane zostały wyłącznie umowy sprzedaży i dystrybucji paliw gazowych, bez umów przyłączeniowych. W badaniu bierze się pod uwagę przede wszystkim najpopularniejsze na rynku umowy w układzie TPA (Third party access), oferowane przez przedsiębiorstwa energetyczne odbiorcom przyłączonym do sieci dystrybucyjnej Polskiej Spółki Gazownictwa, albowiem w tym zakresie potencjał rozwoju rynku jest największy.

Badanie nie miało charakteru zupełnego. Sprawdzanie odbywało się w następujących ramach.

Przede wszystkim zwracano uwagę na wymogi ustawowe, które decydują o ważności i skuteczności zawieranej umowy, formę, reprezentację i charakterystykę prawną umowy.

Brany pod uwagę był także sposób zawierania umowy, czyli czy umowa zawarta została w lokalu przedsiębiorcy, poza lokalem przedsiębiorcy, czy może na odległość, albowiem z tą kwestią wiążą się dodatkowe uprawnienia dla konsumentów. W następnej kolejności sprawdzano, czy umowa spełnia wymogi regulacyjne, czyli głównie wymagania wskazane w prawie energetycznym oraz aktach wykonawczych. Następnie badano postanowienia akcesoryjne. W tym szczególny nacisk w tego typu badaniu należało położyć na kwestie rozwiązywania i wypowiedzania umów, albowiem jest to kwestia mająca niebagatelne znaczenie dla funkcjonowania rynku.

Badanie odbywało się z perspektywy konsumenta, czyli indywidualnego odbiorcy paliwa gazowego w gospodarstwie domowym, stąd nie były w ogóle brane pod uwagę wzorce i oferty kierowane do innych uczestników rynku.

Następnie wyniki badań należy skonfrontować z praktyką obrotu tak, aby ustalić, czy praktyka funkcjonowania rynku pokrywa się z regułami wyrażonymi w umowach.

Szczególny nacisk położyć należało na umowy o charakterze promocyjnym i modele kontraktowe funkcjonujące w tym zakresie na rynku.

W badaniu przeanalizowano postanowienia wzorców umownych, którymi w obrocie z konsumentami posługuje się 13 podmiotów, miejsca na liście nie mają charakteru rankingowego, wskazywane są losowo. W przypadku niektórych podmiotów weryfikacji podlegała więcej niż jedna oferta, o ile przedsiębiorca posługiwał się w obrocie więcej niż jedną ofertą. Były to nieliczne przypadki, jednak wydaje się, że - śladem rynku energii elektrycznej - przedsiębiorstwa będą starały się urozmaicać ofertę.

Przebadane zostały wzorce następujących przedsiębiorców:

1. PGNiG Obrót Detaliczny Sp. z o.o.,
2. HEG Hermes Energy Group S.A.,
3. Energetyczne Centrum S.A.
4. TAURON Polska Energia S.A.
5. PGE Obrót S.A.
6. Polski Prąd i Gaz Sp. z o.o.
7. VERVIS Sp. z o. o.
8. PPE Konerg Spółka Akcyjna
9. NOVUM S.A.
10. Gaspol S.A.
11. Green Spółka Akcyjna
12. Fortum Marketing and Sales Polska S.A.
13. Energa Obrót S.A.

Na liście znalazły się podmioty posiadające różny potencjał rynkowy:

- Tak zwane zasiedziały, jak PGNiG Obrót Detaliczny Sp. z o.o., który pomimo zachodzących na rynku zmian nadal jest największym sprzedawcą;
- Duże grupy energetyczne, jak TAURON Polska Energia S.A., PGE Obrót S.A., Energa Obrót S.A., które mianem zasiedziały określa się przede wszystkim na rynku energii elektrycznej, a na rynku gazu obecne są od niedawna. Są to jednak przedsiębiorstwa o tak dużym potencjale i bazie klientów, że w najbliższych latach może okazać się, że któreś z nich samodzielnie zdobędzie istotny udział w rynku;
- Sprzedawcy alternatywni, którzy dopiero zdobywają renomę wśród klientów, jednak - jak pokazują realia obrotu - podmioty te nie są pozbawione szans na rozwój.

W odniesieniu do wszystkich podmiotów kryteria sprawdzania były takie same. Umowy zostały sprawdzone na podstawie 37 różnych kryteriów. W każdym przypadku dokonano indywidualnej oceny postanowień wzorca umownego.

Zakres przeprowadzonego badania daje się podzielić na trzy części. Poza sprawdzaniem zagadnień zupełnie podstawowych, odnoszących się w ogóle do ważności i skuteczności umów zawartych za pośrednictwem wzorców umownych stosowanych w obrocie przez przedsiębiorców, skupiliśmy się na czterech grupach zagadnień.

Do pierwszej należały wymogi regulacyjne, czyli wymagania co do treści kontraktu wynikające wprost z sektorowych regulacji o charakterze przepisów prawa powszechnie obowiązującego, w szczególności prawa energetycznego i właściwych aktów wykonawczych.

Druga obejmowała sprawdzanie zgodności z regulacjami szeroko rozumianego prawa konsumenckiego, przede wszystkim w zakresie spełnienia obowiązków, jakie na przedsiębiorcę zawierającego umowę z konsumentem nakłada ustawa o prawach konsumenta, ale też inne akty prawne.

Trzecia grupa obejmowała ocenę postanowień wzorców umownych pod kątem ich abuzywności, czyli badanie pod kątem, czy dany zapis wzorca umownego kształtuje prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy. Postanowienia takie, o ile nie są wynegocjowane indywidualnie, nie wiążą konsumentów, jednak ich obecność we wzorcach umownych częstokroć wprowadza klientów w błąd i ma szkodliwy wpływ na ich sytuację prawną, rozwój rynku i uczciwą konkurencję. Wyróżnienie odrębnej grupy zagadnień podyktowane jest aktualnie przyjętym w doktrynie i orzecznictwie poglądem, co do braku całkowitej tożsamości zapisów abuzywnych i tych, które są wprost sprzeczne z obowiązującym prawem.

Czwarta grupa zapisów dotyczy kwestii pozaregulacyjnych, ale związanych z sytuacją klienta przedsiębiorstwa energetycznego na rynku gazu. W tym miejscu skupialiśmy się na zapisach, które nie są ani niezgodne z prawem, ani nie dają się zakwalifikować jako niedozwolone postanowienia umowne, jednak ich brak ujemnie wpływa na sytuację konsumentów na rynku. W tym miejscu podjęliśmy próbę przeanalizowania zapisów dotyczących przetwarzania danych osobowych klientów przez przedsiębiorstwa energetyczne, ich poprawności i zakresu. Podjęliśmy tę kwestię, mając na względzie zyskujący popularność pogląd, zgodnie z którym naruszenia w zakresie danych osobowych mogą być kwalifikowane jako naruszenia praw lub słuszych interesów konsumentów.

W każdym przypadku analiza kończyła się ogólną oceną wzorca. Wskazywaliśmy także na przypadki przeregulowania wzorców, które prowadzi częstokroć do ich nieczytelności i wpływa na obniżenie świadomości rynkowej klientów.

Ogólne wyniki badania

Po przeanalizowaniu postanowień wzorców umownych badanych przedsiębiorstw należy w pierwszej kolejności zwrócić uwagę na kwestię ich podobieństw i różnic.

W zakresie samej konstrukcji umów dostrzec można istotne różnice. Pomimo silnego uregulowania elementów umowy o dostarczanie paliwa gazowego przedsiębiorcy dość indywidualnie kształtują elementy umowy. W tym zakresie widać pomiędzy nimi istotne różnice.

Standardem jest, że w każdym przypadku kontrahent otrzymuje umowę i regulamin lub ogólne warunki umowy. W przypadku zmiany sprzedawcy z zastosowaniem opisanego w części I Raportu modelu drugiego - przez pełnomocnika, który stosują praktycznie wszystkie spółki, dołączane jest

zawsze pełnomocnictwo umocowujące nowego sprzedawcę do czynności związanych z rozwiązaniem i nawiązaniem nowych stosunków umownych. Często dołączanym dokumentem jest oświadczenie na potrzeby zwolnienia z podatku akcyzowego. Większość przedsiębiorstw stosuje tu wyraźne oświadczenie w odrębnym dokumencie stanowiącym załącznik do umowy. Inne ograniczają się do umieszczenia stosownych oświadczeń w umowie. Zdarzają się także uregulowania, gdzie z treści umowy wynika, że jest ona kierowana wyłącznie do osób, które w gospodarstwie domowym korzystają z właściwego zwolnienia. W większości przypadków wskazane są jeszcze: Wyciąg z aktualnej taryfy, taryfa w całości, Zbiór Praw Konsumentów Paliw Gazowych i wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy tam, gdzie wzorzec dopuszcza jej zawarcie poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość.

Katalog pozostałych załączników jest zróżnicowany. Przedsiębiorstwa wskazywały na następujące dokumenty: Parametry jakościowe gazu, Zasady podawania odczytów, urządzenia gazowe w punkcie odbioru, oferta, cennik, regulamin promocji, informacja o przetwarzaniu danych osobowych, miejsca dostarczania paliwa gazowego, oświadczenie dotyczące tytułu prawnego do lokalu, oświadczenie o wyborze grupy taryfowej, pełnomocnictwo szczególne do zawarcia umowy, wykaz punktów poboru, zgoda na wystawienie faktury w formie elektronicznej.

Konstrukcja samego wzorca tylko na pozór pozbawiona jest znaczenia. Należy stanąć na stanowisku, że zapisy mające wpływ na ważność umowy winny być wskazane w samej umowie, albowiem w sytuacji doręczania konsumentom wielu długich i napisanych skomplikowanym językiem załączników może się okazać, że niedołączenie jednego z nich, który reguluje przykładowo wysokość stawek ceny, może prowadzić do uznania umowy za nieważną. Co do zasady, nie broni przed takim skutkiem umieszczenie zapisu, że właściwy załącznik został przekazany, w sytuacji, gdy w rzeczywistości go nie doręczono. Analogicznie w przypadku, gdy przedsiębiorstwo przenosi oświadczenie o przetwarzaniu danych osobowych do załącznika, jego nieodebranie może mieć daleko idące konsekwencje.

Zauważyć należy też, że pomimo różnych sposobów konstruowania umów, wzorce w części zakresów pozostają tożsame. Oczywiście podyktowane jest to w pierwszej kolejności silnym uregulowaniem sektora energetycznego. W części przypadków przepisy wymuszają wskazywanie pewnego rodzaju zapisów, jak przykładowo art. 6 ust. 4d. pkt 1) prawa energetycznego, który wskazuje na konieczność poinformowania odbiorcy paliw lub energii w gospodarstwie domowym o jego prawach, w tym sposobie wnoszenia skarg i rozstrzygania sporów. Analogiczne regulacje dotyczą instalowania układów przedpłatowych.

Z regulacyjnego punktu widzenia tam, gdzie wyraźnie wymagane jest umieszczenie w umowie określonego elementu, celowe może być przeniesienie zapisu ustawowego, albowiem w największym stopniu eliminuje to ryzyko regulacyjne. Praktyka pokazuje, że tam, gdzie przedsiębiorstwo umieszcza we wzorcu przepis prawa w zmodyfikowanym przez siebie brzmieniu, ryzyko to jest największe.

W niektórych jednak przypadkach, a dotyczy to przykładowo zapisów realizujących obowiązek informowania o możliwości zmiany ceny w trakcie trwania umowy, ustawa nie dostarcza zapisu, który dałby się przenieść do wzorca, poprzestając na ustaleniu kryteriów. W tym względzie widać, że zapisy wzorców innych przedsiębiorstw bywają inspiracją lub wręcz punktem odniesienia dla tworzącego wzorzec. Nie ma to jednak bezpośredniego wpływu na interesy konsumentów, o ile zapis transponowany z wzorca umownego innego przedsiębiorstwa nie jest abuzywny.

Wyniki badania - część dotyczącą wymogów regulacyjnych należy podsumować jako tę, w której doszukano się najmniejszej liczby naruszeń czy nieprawidłowości. W większości przypadków sprzedawcy w sposób mieszczący się w zakresie wymagań ustawowych kształtowali wzorce umowne. Kwestią problematyczną w tym kontekście jest jedynie zjawisko nieumieszczenia w treści samej umowy informacji wymaganych przez ustawę, ale zamieszczonych w taryfie w sytuacji, gdy prawidłowo wskazuje się, że taryfa lub wyciąg z taryfy zawierający stosowne informacje stanowi załącznik do umowy i jest jej integralną częścią. Dotyczy to między innymi bonifikaty za niedotrzymanie standardów jakościowych obsługi odbiorców. Formalnie oczywiście konsument może się na naruszenie tych standardów powołać i takie ukształtowanie wzorca, nie wyłącza to w żaden sposób możliwości żądania wypłaty bonifikaty, jednak ma to innego rodzaju konsekwencje. Otóż w takim przypadku duża część odbiorców w ogóle nie będzie świadoma możliwości otrzymania bonifikaty.

W badaniu zgodności z regulacjami szeroko rozumianego prawa konsumenckiego brane były pod uwagę kwestie związane z bezpośrednią sytuacją konsumentów, wynikającą z zapisów umowy. W pierwszej kolejności zwrócono uwagę na realizację obowiązków informacyjnych przedsiębiorstwa wobec klienta, tj. art. 8 i art. 12 ustawy o prawach konsumenta. Zwracano uwagę na to, w jaki sposób i w jakim zakresie realizowano obowiązki informacyjne i obowiązki związane z informowaniem o prawie do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, a także o sposobach wykonywania tego prawa. Zwracano także uwagę, czy wzorzec jest ogólnie czytelny i napisany zrozumiałym językiem.

Wyniki były mniej zadowalające. Jedynie w dwóch przypadkach przedsiębiorca posługiwał się dodatkowym dokumentem, w którym w sposób wyczerpujący realizowano obowiązki informacyjne. Często realizowane były tylko częściowo. Co do pouczenia o prawie do odstąpienia od umowy, to nierzadko zdarzały się przypadki, że we wzorcu takiego pouczenia w ogóle nie było. Jeżeli jednak było ono dołączane, to w takim przypadku był też prawidłowo skonstruowany wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Większość wzorców napisana była skomplikowanym prawniczym językiem, co po części może być tłumaczone specyfiką sektora oraz małą nieczytelną czcionką. W trzech przypadkach wzorce były bardzo czytelne i widać było po stronie przedsiębiorstwa próbę przybliżenia problematyki konsumentom.

W zakresie abuzywności zastrzeżenia budzą przede wszystkim zapisy przyznające przedstawicielowi sprzedawcy kompetencje kontrolne, zapisy dotyczące sankcji za zerwanie umowy przed terminem, na jaki została zawarta, lub przerywania procesu zmiany sprzedawcy, nieprawidłowości w procesie reklamacyjnym.

W odniesieniu do „skatalogowanej” na potrzeby badania czwartej grupy zapisów, dotyczącej kwestii pozaregulacyjnych, ale związanych z sytuacją klienta przedsiębiorstwa energetycznego na rynku gazu, podniesiono wiele zastrzeżeń dotyczących formułowania oświadczeń o przetwarzaniu danych osobowych oraz kształtowaniu zapisów pozwalających na marketingowe przetwarzanie danych osobowych klientów. Zwrócono także uwagę, że tylko w nielicznych przypadkach przedsiębiorca we wzorcu przybliży odbiorcy proces zmiany sprzedawcy paliwa gazowego.

Szczegółowe wyniki badania

Kształt ofert

Na uwagę zasługuje, że we wszystkich przypadkach sprzedawca oferuje umowę kompleksową sprzedaży i dystrybucji paliwa gazowego, co jest pozytywne dla rynku i odbiorców.

Kwestia długości trwania umowy

Preferowane jest zawieranie umów na czas określony. Możliwość zawarcia umowy na czas nieokreślony oferowała około połowa z badanych przedsiębiorstw. W przypadku umów na czas określony rzadko zdarzały się wskazane dokładnie okresy. Tam, gdzie konsument miał wybór konkretnego okresu, było to 12, 24, 36 miesięcy. W jednym przypadku wzorzec zawierał miejsce do wpisania czasu, na jaki zawierana jest umowa, jednak od razu był wpisany tam okres czterech lat. W pozostałych przypadkach było miejsce na wpisanie danego okresu bez żadnych pól wyboru. Zdarzały się wzorce, w których spotkać można było zapis, że umowa zostaje zawarta na czas określony, wskazany w regulaminie, co należy ocenić krytycznie. W niektórych przypadkach, tam gdzie oferowano zawarcie umowy na czas nieoznaczony, istniała opcja wyboru ograniczonej czasowo promocji, ale wcześniejsze zerwanie umowy wiązało się z żądaniem przez przedsiębiorstwo zapłaty kary umownej.

W przypadku umów zawieranych na czas oznaczony pozytywnie należy ocenić klauzule prolongacyjne. Do niedawna na rynku masowym, w szczególności w sektorze energii elektrycznej i telekomunikacji, rozpowszechnione było zjawisko oferowania tzw. umów rewolwerowych, czyli umieszczanie we wzorcach zapisu, zgodnie z którym po upływie okresu, na jaki umowa została zawarta, była ona przedłużana na dalsze oznaczone okresy wraz z konsekwencjami w postaci konieczności zapłaty kary umownej czy opłaty dodatkowej za wcześniejsze rozwiązanie. W tym względzie pomocne były działania organów regulacyjnych, które jednogłośnie wskazywały na abuzywność takiej praktyki.

W ocenianych wzorcach stosowane są zapisy, zgodnie z którymi po zakończeniu okresu, na jaki umowa jest zawarta, o ile uprzednio w terminie wynoszącym od 1 do trzech miesięcy konsument nie złoży oświadczenia o braku woli kontynuowania stosunku prawnego, przekształca się ona w umowę bezterminową. W takim przypadku konsumenci, którzy rezygnują, nie mają obowiązku zapłaty opłaty dodatkowej czy też kary umownej. Należy ocenić to pozytywnie.

Większość przedsiębiorców zachowuje elastyczność, jeżeli chodzi o sposób zawarcia umowy. Wzorce przystosowywane są do tego, aby za ich pośrednictwem można było zawierać umowę zarówno w lokalu przedsiębiorcy, jak i poza nim oraz na odległość. Część wzorców zawierała pole wyboru w zakresie sposobu zawarcia umowy, inne zawierały zapisy, które dostosowywały kontrakt również do wymogów stawianych przez ustawę o prawach konsumenta. Z punktu widzenia odbiorcy pewniejsze wydaje się rozwiązanie pierwsze, gdzie nie ma wątpliwości, czy umowa została zawarta w lokalu przedsiębiorcy, czy poza nim.

W toku sprawdzania zwracano także uwagę na komparację umowy. O ile dane samych spółek wskazywane były w sposób nie budzących wątpliwości, to w dwóch przypadkach brak było miejsca na wpisanie danych osoby, która reprezentuje spółkę, najczęściej na podstawie pełnomocnictwa. W praktyce takie sytuacje rodzą problemy. Bowiem, jeżeli pełnomocnik istotnie zawrze taką umowę, a przedsiębiorstwo wprowadzi ją w życie, to jest ona ważna i skuteczna. Problematiczna jest sytuacja, w której z komparacji umowy nie wynika, kto ją w imieniu przedsiębiorstwa zawiera, a konsument

twierdzi, że w ogóle nie brał udziału w podpisaniu umowy, jego podpis został sfałszowany lub został wprowadzony w błąd. Taka praktyka utrudnia zidentyfikowanie nieuczciwego przedstawiciela i wpływa na ważność oraz skuteczność kontraktu.

Wobec zachodzących aktualnie na rynku procesów liberalizacyjnych, oceniając wzorce, szczególną uwagę zwrócono na umowy o charakterze promocyjnym i umowy łączone. W kontekście łączenia umów w sektorze energetycznym z umowami innymi - spoza tego sektora - nie zaobserwowano wielu ofert. Porównanie z rynkiem energii elektrycznej wskazuje, że na rynku gazu praktyka ta nie jest jeszcze bardzo wykształcona.

W większości ocenianych przypadków umowy nie były umowami łączonymi z innymi produktami czy usługami. W porównaniu wystąpiły umowy typu dual fuel. Oferta ta nie zakładała ingerencji we wzorce umowne sprzedaży energii elektrycznej i gazu. Objęta była odrębnym regulaminem, w ramach którego zawarcie dwóch umów i przystąpienie do promocji gwarantowało zniżkę. W jednym przypadku w sytuacji zawarcia dwóch umów konsument otrzymywał dodatkowo - w zależności od umowy - dwie lub sześć żarówek energooszczędnych. W jednym przypadku wzorzec umowny zawierał postanowienia właściwe dla umowy sprzedaży energii elektrycznej, jednak bez oferty. W jednym przypadku przedsiębiorstwo oferuje trzy warianty usług dodatkowych w przypadku zawarcia umowy. Konsument, który zdecyduje się na taką ofertę, otrzyma pomoc serwisanta gazowego, a w pakiecie rozszerzonym także hydraulika, ślusarza i szklarza. Okresy promocyjne to standardowo dwa i trzy lata.

W odniesieniu do promocji cenowych zapisy umów różnią się, jednak mieszczą się w kilku modelach.

Rynek energii elektrycznej wykształcił model, w którym sprzedawca w zamian za zawarcie umowy na czas oznaczony oferuje klientowi upust. Dzieje się to z reguły poprzez wprowadzenie korzystniejszego cennika niż w przypadku oferty standardowej.

W analizowanych wzorcach ten model jest również obecny. Upusty rozłożone są jednak w różny sposób. Upust może dotyczyć całości okresu promocyjnego i przewiduje obniżenie ceny. Albo upust dotyczy kilku, najczęściej dwóch lub trzech pierwszych miesięcy obowiązywania, gdy paliwo jest praktycznie bezpłatne.

W niektórych wzorcach nie ma jasno sformułowanego zapisu dotyczącego końca obowiązywania promocyjnych stawek, co może być przedmiotem sporów pomiędzy przedsiębiorstwem energetycznym a odbiorcą.

W innych przypadkach mamy do czynienia z sytuacją, w której umowa zostaje zawarta na czas oznaczony, ma zadeklarowaną cenę, a jej przedterminowe rozwiązanie spotyka się z sankcją w postaci opłaty jednorazowej.

W dwóch spośród analizowanych przypadków stosowana była metoda, w której przedsiębiorstwo uzależniało cenę „u siebie” od poziomu ceny w innym, konkurencyjnym przedsiębiorstwie. Jest to rozwiązanie rzadko spotykane. Częściej tego rodzaju zabiegi stosuje się w tzw. reklamie porównawczej.

Brzmienie postanowień:

1. *zgodnie z zapisami umowy w okresie trwania kontraktu przedsiębiorstwo zapewnia, że cena paliwa gazowego będzie niższa od ceny paliwowej pgnig.*
2. *W zakresie paliwa gazowego:*

- a. Dla Grup Taryfowych W1 – 100% w stosunku do ceny paliwa gazowego zawartej w obowiązującej w dniu 18.04.2017 r. taryfie PGNiG Obrót Detaliczny Sp. z o.o.. Rabat obowiązuje do 30.06.2018 r.
- b. Dla Grup Taryfowych W.2, W.3, W.4 – 10% w stosunku do ceny paliwa gazowego zawartej w obowiązującej w dniu 18.04.2017 r. taryfie PGNiG Obrót Detaliczny Sp. z o.o., Rabat obowiązuje do 30.06.2018 r.

Tego rodzaju postanowienia mogą budzić zastrzeżenia w kontekście zasad uczciwej konkurencji. Z punktu widzenia interesu konsumenta ważne jest przede wszystkim, aby istniała realna możliwość potencjalnego skalkulowania wysokości rabatu.

Wymagania regulacyjne

Elementy konieczne (wymagalne) umowy sprzedaży i dystrybucji paliwa gazowego wskazuje art. 5 ust 1 pkt) 1 i 2 1 prawa energetycznego. Są one wskazane w pierwszej części opracowania, więc powtarzanie ich jest w tym przypadku niecelowe.

W zakresie elementów umowy, co do zasady, brak jest większych zastrzeżeń. Przedsiębiorstwa starają się, aby wymogi ustawowe były w nich zachowane. Należy zwrócić jedynie uwagę na zbyt szerokie odesłania do załączników umowy. Jest to zapewne podyktowane uregulowaniami rynkowymi, gdzie cena i warunki świadczenia uzależnione są także od aktywności organu regulacyjnego. Jednak ułatwianie sobie funkcjonowania w ten sposób przez przedsiębiorców odbywa się ze szkodą dla klientów. Przede wszystkim wyłączenie cen, grup taryfowych, zasad rozliczania nadwyżek czy w końcu bonifikat za niedotrzymanie standardów jakościowych do załącznika może mieć wpływ na ważność umowy i de facto utrudnia klientom korzystanie z przyznanych im uprawnień.

Zgodnie z art. 5 ust. 4b. ustawy umowa kompleksowa, której stroną jest odbiorca paliw gazowych lub energii elektrycznej w gospodarstwie domowym, powinna określać strony umowy i zawierać także informacje o prawach tego odbiorcy, w tym sposobie wnoszenia skarg i rozstrzygania sporów, możliwości uzyskania pomocy w przypadku wystąpienia awarii urządzeń, instalacji lub sieci gazowej, miejscu i sposobie zapoznania się z mającymi zastosowanie obowiązującymi taryfami, w tym opłatami za utrzymanie systemu gazowego albo elektroenergetycznego.

Jest to obowiązek już stricte' nakierowany na ochronę odbiorcy. W zakresie udzielania informacji o prawach, w szczególności w odniesieniu do procesu reklamacyjnego, w umowach znajduje się z reguły powielenie art. 6c ustawy Prawo energetyczne. Wątpliwości budzi zapis wskazujący na to, w jakim zakresie konsument powinien wносить opłatę z tytułu kwestionowanej faktury, zostanie to opisane dalej.

Na przedsiębiorstwie ciąży także obowiązek dotyczący udostępnienia zbioru praw konsumenta energii. W trzech spośród badanych wzorców brak było stosownej informacji. Tam, gdzie udostępniano taką informację i sam zbiór, w istotnej części przypadków odnoszono się do jego nieaktualnej wersji.

Co do kwestii rozstrzygania sporów, to we wszystkich wzorcach prawidłowo wskazano właściwość Prezesa URE jako podmiotu uprawnionego do rozpatrywania skarg w sprawie wstrzymania dostaw paliwa. Co do kwestii polubownego rozpoznawania sporów innego rodzaju, to - poza nielicznymi przypadkami - taki zapis jest, chociaż w większości nieaktualny. Niewiele przedsiębiorstw w sposób prawidłowy zareagowało na uchwalenie ustawy o pozasądowym rozwiązywaniu sporów

konsumenckich. Na mocy art. 49 i nast. dokonano zmiany w art. 6 c i nast. prawa energetycznego w ten sposób, że usunięto możliwość składania skargi do Stałego Polubownego Sądu Konsumentckiego, działającego na podstawie przepisów ustawy o inspekcji handlowej, a w miejsce tej możliwości powołano Koordynatora do spraw negocjacji, który działa przy Urzędzie Regulacji Energetyki.

W chwili obecnej Stałe Polubowne Sądy Konsumentckie nie przyjmują skarg na przedsiębiorstwa energetyczne, zatem należy to ocenić jako poważne uchybienie. W tej chwili w przypadku nieuwzględnienia reklamacji przez przedsiębiorcę dalsza procedura obejmuje udział innego podmiotu.

Co zrobić w przypadku wystąpienia awarii? Nie we wszystkich wzorcach umownych znajdziemy informację. Tam, gdzie była umieszczona, z reguły była zupełnie niewidoczna. A wyróżnienie takiej informacji wydaje się nam konieczne.

Dostępność w placówce lub za pośrednictwem strony internetowej – tak przedsiębiorstwa informują o sposobie zapoznania się z mającymi zastosowanie obowiązującymi taryfami, w tym opłatami za utrzymanie systemu gazowego albo elektroenergetycznego.

We wzorcach znajduje się za to bardzo precyzyjna informacja o dopuszczalności i warunkach wstrzymania dostaw paliwa gazowego.

Zmiana ceny

Jeżeli analizujemy kwestie dotyczące ceny, którą konsument płaci z tytułu zakupu i dystrybucji paliw gazowych, istotne są dwa zagadnienia. Po pierwsze dopuszczalność zmiany ceny, po drugie tryb wprowadzania zmian.

Należy zwrócić wagę na niepokojące zjawisko. Mianowicie - rozdźwięk pomiędzy deklaracją przedsiębiorcy, że w warunkach promocyjnych cena będzie stała i niezmienna, a wyrażonymi we wzorcu umownym zapisami dotyczącymi możliwości zmiany cen. Jako przykład takiego postępowania wskazać można zapis jednego z przedsiębiorstw.

Zmiany Umowy w zakresie zmiany cen lub stawek opłat za Paliwo gazowe innych niż wynikające z zatwierdzonej Taryfy Sprzedawcy lub Taryfy OSD bądź innych opłat za rozliczenie usług świadczonych przez Sprzedawcę są dopuszczalne w szczególności w przypadku zmian uwarunkowań rynkowych lub nałożenia na Sprzedawcę przepisami prawa dodatkowych obowiązków, skutkujących wzrostem kosztów uzasadnionych, w tym w szczególności w przypadku:

- *wzrostu kosztów wpływających na kalkulację cen Paliwa gazowego oraz stawek opłat;*
- *zmiany obowiązujących przepisów prawa lub zajścia innych przyczyn, skutkujących wzrostem uzasadnionych kosztów działalności koncesjonowanej Sprzedawcy;*
- *zmiany innych okoliczności faktycznych odnoszących się do Sprzedawcy i wpływających na koszt działalności w zakresie obrotu Paliwem gazowym.*

Tak skonstruowany zapis daje przedsiębiorcy prawo do niemal nieograniczonej modyfikacji cen. Tego rodzaju klauzula w połączeniu z deklaracją niezmienności ceny nosić będzie znamiona abuzywności.

W ocenianych wzorcach przedsiębiorcy bardzo szeroko kształtują swoje uprawnienie do zmiany cen. W przypadku przedsiębiorstwa objętego obowiązkiem przedkładania do zatwierdzenia taryf Prezesowi

Urzędu Regulacji Energetyki ryzyko niezapowiedzianej podwyżki jest mniejsze, jednak w przypadku sprzedawców zwolnionych z tego obowiązku rośnie.

Prawem przedsiębiorcy jest oczywiście okresowa zmiana cen. Powinni oni jednak tak kalkulować swoje koszty i zyski, aby konsument nie był zaskakiwany częstymi podwyżkami i aby niska cena nie była tylko przynętą na klienta. W przypadku natomiast, gdy przedsiębiorca oferuje cenę niezmienną w określonym czasie, powinien się tej deklaracji trzymać.

Co do trybu zmiany ceny większość przedsiębiorców wskazuje na zapis tożsamy z poniższym.

W przypadku zmiany wysokości cen lub stawek opłat zawartych w Taryfie, Sprzedawca poinformuje Odbiorcę o takiej zmianie w ciągu jednego okresu rozliczeniowego od dnia wejścia w życie zmiany Taryfy. Zmiana cen i stawek opłat obowiązuje od dnia wejścia w życie zmiany Taryfy. Odbiorca, w takim przypadku, może wypowiedzieć Umowę kompleksową w terminie czternastu (14) dni od otrzymania wyciągu ze zmienionej lub nowej Taryfy ze skutkiem na koniec miesiąca następującego po miesiącu, w którym nastąpiło doręczenie wypowiedzenia Umowy.

Zapis ten jest co do zasady akceptowalny i zgodny z wytycznymi określonymi w prawie energetycznym.

Wymagania w zakresie uprawnień konsumentów

W dalszej części skupiono się na kwestiach związanych z ochroną praw konsumentów.

Pełnomocnictwa

Przed wszystkim dokonano weryfikacji pełnomocnictw, które są przez konsumentów wypełniane na etapie podpisywania umowy z nowym sprzedawcą paliwa, a ich udzielenie pozwala na przeprowadzenie całej procedury przez sprzedawcę bez udziału lub z minimalnym udziałem konsumenta. Jest to ważny element, albowiem określa zakres czynności, które przedsiębiorstwo jest uprawnione zrobić w imieniu konsumenta. Zbyt szerokie pełnomocnictwo, które przekracza zakres ustalony umową, może prowadzić do nieuzasadnionego pokrzywdzenia jego interesu.

W kontekście oceny dokumentu pełnomocnictwa wzięto pod uwagę, czy dołączony wzorec pełnomocnictwa jest poprawny ze względu na reguły obowiązujące w art. 98 k.c. Z zadowoleniem należy wskazać, że wszystkie analizowane dokumenty były prawidłowo przygotowane.

Szczególną uwagę należy przy tym zwrócić na dwie okoliczności. Czy dokument zawiera adnotację, że pełnomocnictwo jest nieodwołalne oraz na zakres umocowania pełnomocnika. Co do okoliczności pierwszej wskazać należy, że żaden ze wskazanych dokumentów nie posiadał takiej adnotacji. Takie zapisy były spotykane na rynku energii elektrycznej i powszechnie uważano, że posługują się nimi podmioty, które w niektórych aspektach funkcjonowania zachowują się niewłaściwie.

Zakres umocowania pełnomocnika w większości przypadków odpowiadał procesowi zmiany sprzedawcy. W jednym analizowanym dokumencie przekraczał on umocowanie do przeprowadzenia zmiany sprzedawcy, upoważniając pełnomocnika do zapytywania o stan rozliczeń, co jest zbędne przedsiębiorcy, zwłaszcza że i tak zawarł już z konsumentem umowę.

Część przedsiębiorców dołączała także pełnomocnictwa, których mógł udzielić konsument innej osobie, aby zawarła jego imieniem umowę. W tym zakresie nie było żadnych zastrzeżeń.

Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorcy i na odległość

Jako że większość przedsiębiorców oferuje możliwość zawarcia umowy nie tylko w lokalu przedsiębiorcy, ale także w poza lokalem przedsiębiorcy i na odległość, ważne jest, aby konsumenci byli objęci przy tej okazji ochroną na równi z uczestnikami innych rynków.

Ustawa o prawach konsumenta formułuje szereg obowiązków, w szczególności informacyjnych, które powinni wypełniać przedsiębiorcy w obrocie z konsumentami. Zasadniczo wszyscy przedsiębiorcy, którzy zawierają umowy z konsumentami, powinni wypełniać obowiązki wskazane w art. 8 ustawy o prawach konsumenta. Przedsiębiorcy, którzy zawierają z konsumentami umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa, winni też wypełniać obowiązki informacyjne określone w art. 12 uopk.

Analiza wzorców umownych pod tym względem przynosi konkluzję, że w tym zakresie istnieje pole do poprawy.

Jako dobrą praktykę wyróżnić należy dwa przedsiębiorstwa, które doręczają konsumentom tabelarycznie ujęte zapisy, będące realizacją obowiązków informacyjnych. W pozostałych przypadkach realizacja obowiązków informacyjnych następuje poprzez odpowiednie zapisy regulaminu.

W większości przypadków obowiązki te realizowane są częściowo. Spośród katalogu wskazanego w art. 8 ustawy o prawach konsumenta wyróżnić można przede wszystkim obowiązek podawania łącznej ceny lub wynagrodzenia za świadczenie wraz z podatkami.

W tym przypadku następuje pozorna kolizja przepisów ustawy o prawach konsumenta i regulacji taryfowych, gdzie ceny ustala się w stawkach bez podatku. Nie niesie to jednak za sobą tego rodzaju konsekwencji, że również w dokumencie umowy nie podaje się cen w wartościach brutto.

W zakresie obowiązków przedkontraktowych wskazanych w art. 12 ustawy o prawach konsumenta często brakuje przede wszystkim informacji o minimalnym czasie trwania zobowiązań konsumenta wynikających z umowy oraz adresie przedsiębiorstwa, adresie poczty elektronicznej oraz numerach telefonu lub faksu, jeżeli są dostępne, pod którymi konsument może szybko i efektywnie kontaktować się z przedsiębiorcą.

W odniesieniu do przysługującego konsumentowi prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość, na podstawie art. 27 ustawy o prawach konsumenta należy wskazać, że w kilku badanych przypadkach brakowało prawidłowego pouczenia o możliwości skorzystania z tego prawa. Natomiast tam, gdzie takie prawo było zastrzeżone, załączony był prawidłowy wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Brak pouczenia o możliwości skorzystania z prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość w przypadku rynku energii ma kapitalne znaczenie i niesie za sobą konsekwencje. W przypadku zawierania umów na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa - przykładowo w odniesieniu do usług telekomunikacyjnych lub treści cyfrowych - konsument, który chce rozpocząć świadczenie przed upływem terminu czternastodniowego na wykonanie tego prawa, traci bezpowrotnie uprawnienie do odstąpienia od umowy.

W przypadku paliw i energii regulacja jest inna. Konsument, który żąda wcześniejszego świadczenia, nie traci uprawnienia do odstąpienia od umowy, ale jest zobowiązany do zapłaty kwoty proporcjonalnej do zakresu świadczeń spełnionych do chwili, w której poinformował o odstąpieniu.

Natomiast w sytuacji, gdy konsument takiego żądania nie zgłosi, a świadczenie się rozpocznie, co biorąc pod uwagę procedurę zmiany sprzedawcy jest mało prawdopodobne, lub przedsiębiorca nie pouczy konsumenta o prawie odstąpienia od umowy, konsument nie ponosi kosztów paliwa w ogóle.

Ustawa przy tym nie wskazuje, przez jaki maksymalnie okres konsument nie ponosi tych kosztów. Dlatego też zaniedbanie w zakresie pouczenia konsumenta o przysługującym prawie do odstąpienia od umowy może mieć w warunkach masowego kontraktowania bardzo doniosłe znaczenie.

Ocena postanowień wzorców umownych pod kątem ich abuzywności

W realiach rynku masowego model kontraktowy odgrywa niezmiernie istotną rolę. Unifikacja i optymalizacja procesów wymusiła ujednolicenie także wzorców umownych. Stąd umowy na tym rynku zawiera się w tzw. modelu adhezyjnym, czyli przez przystąpienie. To Strona silniejsza ekonomicznie redaguje postanowienia kontraktu, a następnie przedstawia je kontrahentowi- konsumentowi, który poza świadczeniem głównym jakim jest najczęściej cena nie ma realnego wpływu na kształt postanowień wzorca. Stąd wykształcono pewnego rodzaju narzędzia, mające chronić najsłabszych uczestników rynku przed nadużywaniem przewagi ekonomicznej przez przedsiębiorców. Podstawowym narzędziem takiej ochrony jest system tzw. klauzul niedozwolonych. Zgodnie z art. 385(1) kodeksu cywilnego *postanowienia umowy zawieranej z konsumentem nieuzgodnione indywidualnie nie wiążą go, jeżeli kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy (niedozwolone postanowienia umowne). Nie dotyczy to postanowień określających główne świadczenia stron, w tym cenę lub wynagrodzenie, jeżeli zostały sformułowane w sposób jednoznaczny*. Przedsiębiorca, który kontraktuje z konsumentami nie ma zatem pełnej dowolności w decydowaniu o postanowieniach kontraktów. Reguły interpretacyjne w zakresie abuzywności wyznacza przede wszystkim orzecznictwo Prezesa UOKiK, który jest organem centralnym czuwającym nad zapewnieniem ochrony zbiorowych interesów konsumentów oraz Sadu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Źródłem abuzywności postanowień umownych może być zarówno sytuacja, gdzie w sposób oczywisty przedsiębiorstwo dąży do zaburzenia równowagi kontraktowej stron. Zdarza się jednak również, że postanowieniem abuzywnym okazuje się zapis ustawowy transponowany do wzorca umownego i dostosowany do *potrzeb kontraktu* przez samego przedsiębiorcę.

Związanie wzorcem.

W toku analizy wzorców umownych zwrócono uwagę jeszcze na jedną okoliczność. Zasadą, zgodnie z art. 384 § 1 kodeksu cywilnego jest, że *ustalony przez jedną ze stron wzorzec umowy, w szczególności ogólne warunki umów, wzór umowy, regulamin, wiąże drugą stronę, jeżeli został jej doręczony przed zawarciem umowy*.

Nawiązując do wspomnianej praktyki zawierania umów i wyprowadzania istotnej ich części do załączników w postaci regulaminów, cenników itp. podnieść należy, że w niektórych wzorcach umownych zakres związania i liczba załączników nie pokrywały się. Chodzi przede wszystkim o sytuacje, gdzie wskazuje się, że strony związane są określonym dokumentem, który stanowi integralną część umowy, ale nie dołącza się go do umowy. Sytuacja może być na tyle problematyczna, że decydować może o jej istotnych warunkach. Czym innym jest bowiem zmiana niektórych warunków w okresie

obowiązywania umowy, a czym innym doręczenie postanowień wzorca umownego podczas zawierania umowy.

Stosunek prawny pomiędzy sprzedawcą, a odbiorcą jest stosunkiem o charakterze ciągłym. Zgodnie z art. 384(1) kodeksu cywilnego *wzorzec wydany w czasie trwania stosunku umownego o charakterze ciągłym wiąże drugą stronę, jeżeli zostały zachowane wymagania określone w art. 384, a strona nie wypowiedziała umowy w najbliższym terminie wypowiedzenia.*

Co do obowiązku doręczania nowo zatwierdzonych taryf odbiorcom zasada ta ma pewne ograniczenia wynikające z kształtu prawa energetycznego. Otóż przedsiębiorstwo energetyczne nie jest zobowiązane każdorazowo doręczać odbiorcy zmienionych taryf. Potwierdza to orzecznictwo.

W świetle art. 5 ust. 1 p.e. stosunek prawny łączący dostawcę i odbiorcę energii ma charakter cywilnoprawny. Zatwierdzona przez Prezesa URE taryfa cen energii kwalifikowana jest jednolicie jako wzorzec umowy w rozumieniu art. 384 k.c. Co do kwestii terminu związania nową taryfą, mają zastosowanie w pierwszej kolejności postanowienia umowne. Jeśli ich brak, porównanie treści art. 47 ust. 4 p.e. oraz art. 384(1) k.c. wskazuje, że pierwszy z tych przepisów jest względem drugiego przepisem szczególnym. Art. 384(1) k.c. określa ogólny model zmiany wzorca w czasie trwania stosunku umownego o charakterze ciągłym, a art. 47 ust. 4 p.e. reguluje przesłanki i termin związania taryfą w sposób odrębny, ścisły, właściwy tylko temu rodzajowi wzorców. Ustawodawca nie tylko określił ramy czasowe wprowadzenia taryfy do stosowania, ale nakazał to wprowadzenie w sposób stanowczy ("przedsiębiorstwo energetyczne wprowadza taryfę do stosowania")⁶.

W kwestii terminu obowiązywania nowej taryfy dla energii, pierwszeństwo znajduje art. 47 ust. 4 p.e. przed art. 384(1) k.c. Artykuł 384(1) k.c. nie ma zastosowania również w zakresie, w którym - odwołując się do art. 384 k.c. - określa sposób prawidłowego zakomunikowania drugiej stronie treści nowego wzorca (przez doręczenie), zgodnie bowiem z art. 5 ust. 5 p.e. nie ma obowiązku doręczenia adherentowi zatwierdzonych taryf. Taryfy te muszą być natomiast opublikowane (art. 47 ust. 3 p.e.); o przewidzianej w nich podwyżce cen lub stawek opłat sprzedawca energii obowiązany jest powiadomić odbiorców w ciągu jednego okresu rozliczeniowego od dnia tej podwyżki (art. 5 ust. 6 p.e.)⁷.

O ile zatem nie ma obowiązku doręczania zmienionych taryf, a jedynie obowiązek poinformowania o zmianach w trakcie trwania umowy, to nie wydaje się dopuszczalną praktyką, w której na etapie kontraktowym konsument nie otrzymuje choćby wyciągu z taryfy, który wskazuje na jego podstawowe prawa i obowiązki.

Pamiętać też należy, że powyższe dotyczy wyłącznie taryf. Inne dokumenty jak np. OWU, czy regulamin promocji powinny zawsze podlegać doręczeniu.

Klauzule abuzywne w badanych umowach

Niestety w toku analizy ustalono, że we wszystkich analizowanych wzorcach występują postanowienia, które można uznać za abuzywne. Dokonaliśmy podziału na dwie grupy. Wyróżniono postanowienia związane z wykonywaniem umowy oraz postanowienia regulujące zakończenie stosunku umownego przed czasem na jaki został zawarty lub przed końcem obowiązywania okresu promocyjnego.

⁶ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Łodzi z dnia 24 listopada 2014 r. I ACa 972/14, lex

⁷ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z dnia 9 lipca 2014 r. I ACa 598/14, lex

Postanowienia związane z wykonywaniem umowy

Przykłady zakwestionowanych postanowień.

- *Złożenie reklamacji nie uprawnia Odbiorcy do opóźnienia płatności, zmniejszenia kwoty płatności oraz odmowy płatności.*
- *Reklamacja nie zwalnia Odbiorcy z terminowego regulowania należności za dostarczone Paliwo gazowe.*

Zasadą uczciwego obrotu jest prawidłowe rozliczanie się przez kontrahentów. Nie jest kwestionowane, że należy wносить opłaty z tytułu świadczonej sprzedaży czy usługi. W wypadku sporu zasadą jest jednak, że wnosi się opłatę w części, która nie jest sporna, a w pozostałym zakresie sprawa winna zostać wyjaśniona przez postępowanie reklamacyjne, a w ostateczności przez sąd. Dlatego też przedsiębiorca nie może skutecznie żądać od konsumenta zapłaty kwoty w zakresie, w którym ten kwestionuje swój obowiązek, gdyż czyniłoby to iluzorycznym prawo konsumenta do rozpatrzenia sprawy przez sąd, a w przypadku, gdyby okazało się, że faktura wystawiona została nieprawidłowo, doprowadzało do bezpodstawnego wzbogacenia przedsiębiorcy kosztem konsumenta.

Na marginesie wskazać należy, że w części postanowień wzorców znalazł się zapis, że konsument winien wnieść reklamację w terminie 30 dni od momentu otrzymania rozliczenia. W sytuacji, w której przedsiębiorca, zwłaszcza doręczający rozliczenia przesyłką nierejestrowaną nie będzie rozpatrywał reklamacji złożonych po tym terminie można takie postanowienie zakwalifikować jako abuzywne.

- *klient zobowiązuje się w szczególności do zapewnienia upoważnionym przedstawicielom OSD lub [sprzedawcy] dostępu do Układu pomiarowego, instalacji gazowej Klienta i urządzeń gazowych, w szczególności w celu kontroli przestrzegania przez Klienta postanowień Umowy oraz wykonywania przez nich niezbędnych prac eksploatacyjnych lub zabezpieczających oraz odczytu Układu pomiarowego*

Postanowienie to można rozpatrywać w kontekście abuzywności lub bezpośredniego konfliktu z normą ustawową. Kwestionowane jest, co do zasady, udzielenie upoważnienia do dostępu do układu pomiarowego i instalacji przedstawicielom sprzedawcy.

Przepisy prawa powszechnie obowiązującego są w tym zakresie precyzyjne. Zgodnie z art. 6 ust. 1 i nast. prawa energetycznego kontrolę legalności pobierania paliw lub energii, kontrolę układów pomiarowo - rozliczeniowych, dotrzymania zawartych umów oraz prawidłowości rozliczeń prowadzi przedsiębiorstwo energetyczne wykonujące działalność gospodarczą w zakresie przesyłania lub dystrybucji paliw lub energii. Szczegółowy zakres czynności kontrolnych wyznacza Rozporządzenie Ministra Energii z dnia 15 grudnia 2016 r. w sprawie przeprowadzania kontroli przez przedsiębiorstwa energetyczne.

Opisane w postanowieniu wzorca umowy czynności nie powinny być prowadzone przez przedstawicieli sprzedawcy, a zatem w tym zakresie postanowienie może zostać uznane także za abuzywne.

- *Umowa może być rozwiązana przez Sprzedawcę ze skutkiem natychmiastowym na podstawie oświadczenia skierowanego do Odbiorcy w formie pisemnej pod rygorem nieważności w przypadku gdy:*

- *Odbiorca narusza postanowienia niniejszej umowy, pomimo bezskutecznego upływu terminu wyznaczonego mu przez Sprzedawcę do zaniechania takich naruszeń, nie krótszego jednakże niż 30 dni;*
- *Odbiorca zalega z zapłatą za paliwo gazowe przez okres 30 dni po upływie terminu zapłaty.*
- *Umowa może być rozwiązana przez Odbiorcę ze skutkiem natychmiastowym na podstawie oświadczenia skierowanego do Sprzedawcy w formie pisemnej pod rygorem nieważności, w przypadku gdy:*
 - *Sprzedawca narusza postanowienia niniejszej umowy, pomimo bezskutecznego upływu terminu wyznaczonego mu przez Odbiorcę do zaniechania takich naruszeń, nie krótszego jednakże niż 30 dni;*
 - *w przypadku śmierci Odbiorcy.*

Przedstawiony zapis wzorca umowy jest dalece nieprecyzyjny i odbiega od standardów przyjętych na rynku. Po pierwsze ze względu na zastrzeżone wypowiedzenie ze skutkiem natychmiastowy, po drugie w zakresie w jakim każde naruszenie umowy może być przyczyną do jej natychmiastowego wypowiedzenia. Co do przesłanki drugiej, to wskazać należy, że w przypadku zwłoki w zapłacie przez okres 30 dni po terminie, sprzedawca domagający się wstrzymania dostaw musi dodatkowo wezwać do zapłaty i wyznaczyć termin 14 dni, a przecież wstrzymanie dostaw nie oznacza zakończenia trwania umowy. W tym przypadku sprzedawca uprawniony jest do natychmiastowego wypowiedzenia umowy nawet w sytuacji, gdy klient nie zapłacił, bo bez swojej winy nie otrzymał faktury.

Oczywiście na marginesie wskazać należy na błąd konstrukcyjny zapisu, gdzie umowa może zostać rozwiązana przez odbiorcę na podstawie jego oświadczenia, w przypadku jego śmierci. W takich sytuacjach mówi się raczej o skutku w postaci wygaśnięcia umowy.

- *Sprzedawca może wypowiedzieć Umowę z winy Odbiorcy z zachowaniem okresu wypowiedzenia, jeżeli Odbiorca nie przedstawi, nie później niż w terminie 14 dni od dnia zawarcia Umowy (jeżeli Odbiorca nie jest właścicielem nieruchomości do której jest realizowana dostawa Paliwa gazowego), zgody odpowiednio: właściciela, użytkownika wieczystego lub członka spółdzielni mieszkaniowej na dalszą dostawę Paliwa gazowego.*

Postanowienie wzorca spełnia kryteria abuzywności w zakresie w jakim utożsamia tytuł prawny do lokalu wyłącznie z własnością i użytkowaniem wieczystym. Zapis o członkostwie w spółdzielni mieszkaniowej wydaje się w tym zakresie całkowicie nielogiczny.

- *W przypadkach określonych w OWU Odbiorca może zostać obciążony dodatkowymi płatnościami, w szczególności kosztami: wezwań do zapłaty, wezwań przedsądowych, wznowienia dostarczania Paliwa gazowego, czynności przeprowadzonych na wniosek Odbiorcy dotyczących dotrzymania parametrów jakościowych Paliwa gazowego oraz wykonania ekspertyzy Układu pomiarowo-rozliczeniowego. Odbiorca oświadcza, że wyraża zgodę na takie dodatkowe płatności.*

Postanowienie daje się zakwalifikować jako abuzywne przede wszystkim w zakresie w jakim nakłada na konsumenta obowiązek pokrycia kosztu wezwań do zapłaty i wezwań przedsądowych.

- *Strony zobowiązują się nie ujawniać osobom trzecim treści Umowy kompleksowej bez zgody drugiej Strony. Treść umowy może być ujawniona osobom trzecim w zakresie wymaganym przepisami prawa lub w trakcie postępowania sądowego, mediacyjnego, arbitrażowego lub administracyjnego z udziałem danej Strony, jak również profesjonalnym doradcom danej Strony po uprzednim zobowiązaniu ich do nie ujawniania treści Umowy kompleksowej.*

Postanowienie jest oczywiście abuzywne. Przedsiębiorca nie może nakładać na konsumenta obowiązku utajnienia umowy. Tego rodzaju postanowień nie spotyka się w obrocie konsumenckim. Jest to zapewne efekt użycia wzorca z obrotu b2b.

- *Zmiana adresu doręczeń wymaga pisemnego powiadomienia drugiej Strony i skutkuje dopiero od dnia otrzymania przedmiotowej informacji przez drugą Stronę pod rygorem uznania doręczenia pod ostatni wskazany adres do doręczeń za skuteczne.*

Analogiczne postanowienie znajduje się w rejestrze klauzul niedozwolonych prowadzonym przez Prezesa UOKiK.

- *Przeniesienie praw i obowiązków jednej Strony, wynikających z Umowy, na osobę trzecią, wymaga zgody drugiej strony wyrażonej na piśmie pod rygorem nieważności...” stanowi postanowienie abuzywne w zakresie wymogu posiadania zgody przedsiębiorcy na przeniesienie praw i obowiązków wynikających z Umowy, na osobę trzecią.*

Zgodnie z art. 509 § 1 kodeksu cywilnego, wierzyciel może bez zgody dłużnika przenieść wierzytelność na osobę trzecią (przelew), chyba że sprzeciwiałoby się to ustawie, zastrzeżeniu umownemu albo właściwości zobowiązania.

Natomiast zgodnie z art. 385(3) pkt 5 kodeksu cywilnego w razie wątpliwości uważa się, że niedozwolonymi postanowieniami umownymi są te, które zezwalają kontrahentowi konsumenta na przeniesienie praw i przekazanie obowiązków wynikających z umowy bez zgody konsumenta.

Porównanie przepisów art. 385 3 pkt 5 i 509 § 1 k.c. prowadzi do wniosku, że mają one odmienne hipotezy i nie poddają się próbie określenia ich wzajemnego powiązania.

Artykuł 385 (3) pkt 5 kodeksu cywilnego odnosi się do wzorca umownego i dotyczy zawartej w nim klauzuli zezwalającej kontrahentowi konsumenta, a więc przedsiębiorcy, „na przeniesienie praw i przekazanie obowiązków wynikających z umowy bez zgody konsumenta (por. wyrok SN z dnia 26 września 2008 r. Sygn. akt V CSK 105/08).

- *Sprzedawca powiadomi Odbiorcę o podwyżce cen określonych w Taryfie Sprzedawcy zatwierdzonej przez Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki, w ciągu jednego Okresu Rozliczeniowego od dnia tej podwyżki. Cena wynikająca z takiej Taryfy Sprzedawcy wejdzie w życie zgodnie z przepisami Prawa Energetycznego, chyba że Umowa Kompleksowa przewiduje dla Odbiorcy cenę promocyjną.*

W tym miejscu o abuzywności wzorca decyduje jego błędne i nieprecyzyjne sformułowanie, oraz wieloznaczność. Zapewne przedsiębiorca chciał wprowadzić zapis, na mocy którego osobom rozliczającym się na zasadach ceny promocyjnej nie można podnieść stawek. Niestety ten sposób sformułowania wzorca na to jednoznacznie nie wskazuje.

Kary umowne

Spośród badanych wzorców tylko dwa przedsiębiorstwa w ogóle nie wprowadziły do wzorców umownych postanowień w przedmiocie konieczności zapłaty kary umownej czy też opłaty jednorazowej w przypadku przedterminowego rozwiązania umowy. W pozostałym zakresie takie postanowienia się we wzorcach znalazły. Mówiąc o dopuszczalności i ramach, w jakich świadczenie takie miało by się zamykać warto odwołać się do orzecznictwa sądowego.

Przedsiębiorca może stosować postanowienia wzorca umownego określające zasady odpowiedzialności finansowej konsumenta w przypadku wcześniejszego wypowiedzenia umowy, jednak zasady tej odpowiedzialności muszą pozostawać w związku z kosztami i ryzykiem przedsiębiorcy⁸.

Zastrzeżenie odstępnego w wysokości niemal 20% opłaty rocznej za kształcenie na uczelni uznać należy za rażąco wygórowane. O abuzywności takiego postanowienia świadczy również fakt, że nakłada ono wyłącznie na konsumenta obowiązek zapłaty odstępnego nie przewidując nałożenia takiego obowiązku na przedsiębiorcę⁹.

Zwrócić należy uwagę, że obecnie funkcjonują dwa główne modele naliczania tego rodzaju opłat. Pierwszy z nich zakłada, że w zamian za związanie się przez konsumenta umową na określony czas przedsiębiorca udzieli konsumentowi rabatu na cenę świadczenia w stosunku do ceny czy cennika standardowego, natomiast w przypadku wcześniejszej rezygnacji będzie się domagał zwrotu równowartości udzielonych zniżek.

W modelu drugim w przypadku wcześniejszej rezygnacji konsumenta z umowy przedsiębiorca domaga się zapłaty kary czy też opłaty jednorazowej, wyrażonej jako iloczyn określonej wartości i liczby miesięcy pozostałych do końca umowy. Ten model jest zdecydowanie bardziej powszechny.

Wydaje się, że często wskazane we wzorcach opłaty jednorazowe nie mają charakteru kompensacyjnego, a są jedynie źródłem dodatkowego zarobku i sposobem na przerzucenie na klienta kosztów prowadzenia działalności gospodarczej. Należy mieć na względzie, że kosztów żądanych w przypadku przedterminowego rozwiązania umowy na czas oznaczony nie można mylić ze zwykłymi kosztami prowadzenia działalności gospodarczej, tj. kosztami, które przedsiębiorca poniosłby niezależnie od tego czy umowa z konsumentem została zawarta czy też nie, np. koszt utrzymania personelu czy biura¹⁰.

W przeanalizowanych wzorcach umownych, kształtując postanowienia o karach umownych i opłatach dodatkowych, przedsiębiorcy nie zawarli postanowień symetrycznych, które chroniłyby odbiorcę przed zerwaniem umowy przed terminem przez przedsiębiorcę, co określić należy jako niewłaściwe.

Koszty wskazywane w ocenianych postanowieniach wydają się być zawyżone o tyle, że istnieją podstawy do uznania tych postanowień za abuzywne. W szczególności niedopuszczalna jest sytuacja,

⁸ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 22 stycznia 2013 r. VI ACa 931/12, lex

⁹ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 22 stycznia 2013 r. VI ACa 931/12, lex

¹⁰ wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 14 stycznia 2004 r. Sygn. akt XVII Amc 4/03

w której konsument rezygnując z umowy będzie musiał zapłacić kwotę zbliżoną do wartości kontraktu nie otrzymując przy tym jakiegokolwiek świadczenia w zamian.

W przyjętym na rynku modelu kształtowania takich opłat największą karę płaci konsument, który zrezygnuje zaraz po zawarciu kontraktu, choć jak się wydaje w takiej sytuacji strata przedsiębiorcy wynikająca z tego faktu jest potencjalnie najmniejsza.

Przykłady postanowień

- *Jeżeli przed upływem Okresu Umownego, wskazanego w § 1 Umowy, Umowa zostanie rozwiązana lub wygaśnie, w całości lub części, z powodów leżących po stronie Odbiorcy, Odbiorca zapłaci Sprzedawcy karę umowną dla każdego Punktu Odbioru, której wysokość obliczona będzie według wzoru: $KU=M*V*100\%P$ gdzie: KU - wysokość kary umownej [w PLN] M - liczba miesięcy pozostałych do końca okresu dostarczania Paliwa gazowego, wskazanego w § 1 Umowy V - średnia arytmetyczna zamówionej ilości Paliwa gazowego, wskazanego w § 1 Umowy, wyliczona dla jednego miesiąca obowiązywania Umowy [kWh] P - cena Paliwa gazowego, wynikającej z § 1 Umowy.*
- *W przypadku rozwiązania umowy w całości lub części lub wygaśnięcia przed upływem określonego w § 2 okresu, na jaki Umowa została zawarta, Kupujący zapłaci Sprzedawcy karę umowną liczoną jako sumę ilości miesięcy kalendarzowych w okresie od pierwszego dnia miesiąca kalendarzowego następującego po miesiącu, w którym doszło do rozwiązania lub wygaśnięcia Umowy do ostatniego dnia okresu obowiązywania Umowy pomnożonych przez średniomiesięczne zużycie w okresie ostatnich 3 miesięcy poprzedzających rozwiązanie lub wygaśnięcie Umowy, lub średniomiesięczne zużycie wskazane w załączniku nr 1 do Umowy liczone jako iloraz z całego okresu obowiązywania Umowy wskazanego w § 2 pomnożonych przez kwotę 25 zł brutto za 1 MWh sprzedaży Paliwa Gazowego.*
- *W przypadku rozwiązania Umowy lub w przypadku uniemożliwienia realizacji sprzedaży paliwa gazowego z przyczyn leżących po stronie Odbiorcy w gospodarstwie domowym w okresie obowiązywania gwarancji cen, Odbiorca zapłaci Sprzedawcy karę umowną w wysokości 50 zł oraz sumy opłat abonamentowych wskazanych w pkt 4.2 niniejszej Oferty pozostałych do zapłaty w ramach niniejszej Oferty, w terminie 7 dni od doręczenia stosownego wezwania do zapłaty przez Sprzedawcę. Obowiązek zapłaty kary umownej nie powstanie w wypadku zgłoszenia obiektywnie uzasadnionego wniosku o ogłoszenie upadłości konsumenckiej Odbiorcy. Sprzedawca zastrzega sobie prawo dochodzenia odszkodowania przewyższającego wysokość kary umownej na zasadach ogólnych kodeksu cywilnego, upoważnienie dla sprzedawcy do wejścia do domu.*
- *W przypadku wypowiedzenia Umowy przez jedną ze Stron po zakończeniu procesu zmiany sprzedawcy, a przed upływem okresu na jaki Umowa została zawarta, Strona wypowiadająca Umowę (z wyjątkiem sytuacji, gdy Sprzedawca wypowiada Umowę z przyczyn leżących po stronie Klienta) zapłaci drugiej Stronie karę umowną z tytułu wcześniejszego rozwiązania Umowy, wynoszącą odpowiednio:*
 - *25 zł – w przypadku, gdy Klient przypisany jest do grupy taryfowej OSD W.1. (lub o tożsamy parametrach);*
 - *50 zł - w przypadku, gdy Klient przypisany jest do grupy taryfowej OSD W.2. (lub o tożsamy parametrach);*

- 125 zł - w przypadku, gdy Klient przypisany jest do grupy taryfowej OSD W.3. (lub o tożsamy parametrach);
- b) 175 zł - w przypadku, gdy Klient przypisany jest do grupy taryfowej OSD W.4. (lub o tożsamy parametrach);
- - za każdy pełny miesiąc, o jaki został skrócony okres obowiązywania Umowy.
- § 3 ust. 4 Ogólnych warunków Umowy: przypadkach wskazanych w ust. 3 pkt 3.1. do 3.3. powyżej oraz w przypadku wypowiedzenia przez Klienta Umowy przed zakończeniem procesu zmiany sprzedawcy Klient zobowiązuje się zapłacić Sprzedawcy karę umowną w kwocie 300 zł. 5. W przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania procesu zmiany sprzedawcy Paliwa Gazowego przez Sprzedawcę, z przyczyn od niego zależnych, Sprzedawca zobowiązuje się zapłacić Klientowi karę umowną w kwocie 300 zł.
- § 8 ust. 2 Ogólnych warunków Umowy: W przypadku wypowiedzenia Umowy przez jedną ze Stron po zakończeniu procesu zmiany sprzedawcy, a przed upływem okresu na jaki Umowa została zawarta, Strona wypowiadająca Umowę (z wyjątkiem sytuacji, gdy Sprzedawca wypowiada Umowę z przyczyn leżących po stronie Klienta) zapłaci drugiej Stronie karę umowną z tytułu wcześniejszego rozwiązania Umowy, wynoszącą odpowiednio:
 - 25 zł – w przypadku, gdy Klient przypisany jest do grupy taryfowej OSD W.1. (lub o tożsamy parametrach);
 - 50 zł - w przypadku, gdy Klient przypisany jest do grupy taryfowej OSD W.2. (lub o tożsamy parametrach);
 - 125 zł - w przypadku, gdy Klient przypisany jest do grupy taryfowej OSD W.3. (lub o tożsamy parametrach);
 - b) 175 zł - w przypadku, gdy Klient przypisany jest do grupy taryfowej OSD W.4. (lub o tożsamy parametrach);
 - - za każdy pełny miesiąc, o jaki został skrócony okres obowiązywania Umowy.
- Opłata sankcyjna będzie liczona jako iloczyn zamówionej średniomiesięcznej ilości Paliwa Gazowego (1/12 deklarowanego zużycia rocznego) oraz liczby Miesięcy Gazowych pozostałych Odbiorcy do końca okresu obowiązywania Umowy) oraz 60 złotych za każdą MWh.
- Odbiorca jest zobowiązany do zapłaty Sprzedawcy odszkodowania płatnego przy rozwiązaniu Umowy z ustalonym Okresem Gwarantowanego Rabatu, w kwocie obliczonej w oparciu o poniższą formułę: $LM \times MKO$ (tj. iloczyn LM oraz MKO), gdzie LM oznacza liczbę miesięcy przypadających pomiędzy dniem rzeczywistego rozwiązania Umowy KDG, a dniem upływu Okresu Gwarantowanego Rabatu, wskazanym w § 3 ust. 4 Dokumentu Umowy KDG; zaś MKO oznacza kwotę wskazaną w Tabeli 5.1.

Nie należy tracić z pola widzenia generalnej zasady, że wzorzec powinien być napisany w sposób jasny i zrozumiały. W wypadku większości zapisów standard ten nie jest również zachowany.

Kwestie pozaregulacyjne związane z sytuacją klienta przedsiębiorstwa energetycznego na rynku gazu

W tej sekcji skupialiśmy się przede wszystkim na przybliżeniu odbiorcom w dokumentacji zasad zmiany sprzedawcy paliw gazowych. W sytuacji, w której proces jest dość złożony jest bardzo ważnym aby konsument wiedział jak przebiega proces, jakie są jego elementy i jakie przynosi konsekwencje. Tylko

w dwóch przypadkach w treści wzorca umownego opisane były elementy procesu. Wydaje się to godne podkreślenia jako dobra praktyka.

Żaden z przedsiębiorców, którego wzorce były badane nie przekazuje konsumentom jakiegokolwiek informacji co do istniejących na rynku nieprawidłowości oraz możliwymi środkami obrony przed takim stanem. Umieszczenie tego rodzaju informacji może być pomocne również dla każdego z aktualnych klientów przedsiębiorstwa, który pada ofiarą nieuczciwej praktyki.

Dane osobowe

W zakresie konstrukcji oświadczeń o przetwarzaniu danych osobowych. Przedsiębiorstwa powinny zdecydowanie położyć na te kwestie większy nacisk. W analizowanych wzorcach umownych często nie rozgraniczono przetwarzania danych dla celów realizacji umowy od celów innych, jak np. wykorzystanie w zakresie marketingu produktów i usług. Oświadczenia były bardzo szerokie, brakowało pól wyboru tam gdzie konsument może, ale nie musi wyrażać zgody, oraz pouczenia które oświadczenia są dobrowolne. W nie wszystkich miejscach znajdowała się informacja o możliwości dostępu do danych oraz ich poprawiania. W części wzorców umownych brak było w ogóle oświadczenia o przetwarzaniu danych osobowych. Czasem uprawnienia były wskazywane w sposób na niejasny, lub wręcz wprowadzający w błąd.

- *dane osobowe przetwarzane będą wyłącznie w celu realizacji niniejszej umowy oraz w celu promocji oraz marketingu produktów i usług własnych Sprzedawcy oraz partnerów handlowych Sprzedawcy, o ile Odbiorca wyrazi na to zgodę, jak również, że jego dane osobowe nie będą udostępniane innym Odbiorcom.*

Końcowe, indywidualne oceny wzorca

Każdy wzorzec był na końcu indywidualnie oceniany. Co do samej konstrukcji w przeważającej ilości przypadków wzorzec jest nieczytelny, napisany bardzo zawiłym prawniczym językiem. Czcionka jest mała i trudna do odczytania nawet przez osobę bez wady wzroku.

Na obniżenie oceny wpływa zbyt dużo ogólnych odwołań do taryfy, przez co konsument może nie zorientować się, że przysługują mu bonifikaty z tytułu niedotrzymania standardów jakościowych obsługi klienta.

Pozytywnie ocenić należy wskazywanie w sposób wyraźny stawek opłat, bez konieczności odwoływania się do załączników, miejsca na odznaczenie otrzymania wszystkich załączników i zgód w zakresie przetwarzania danych, czytelne pełnomocnictwo i oświadczenie o odstąpieniu od umowy.

Część trzecia: Badanie rynkowe

Tło projektu i cel badania

30 listopada 2016 roku Komisja Europejska przedstawiła zestaw regulacji zorientowanych na utrzymanie konkurencyjności UE w erze transformacji rynków energetycznych w kierunku czystej energii,

tzew. Pakiet Zimowy. Jest to zestaw reform, który zawiera propozycje legislacyjne, traktujące o planach redukcji subsydiów dla węgla oraz zwiększania celu efektywności energetycznej.

Pakiet Zimowy zawiera również rozwiązania wspierające rozwój zdecentralizowanego wytwarzania energii elektrycznej oraz jej magazynowania w celu rozwoju tzw. energetyki obywatelskiej. Kluczową zmianą dla rynków energetycznych w UE jest zniesienie tzw. „priority dispatch”, oznaczającego pierwszeństwo OZE w dostępie do sieci przed źródłami konwencjonalnymi.

Na zlecenie Federacji Konsumentów zrealizowane zostało wśród użytkowników gazu ziemnego badanie ilościowe, którego celem było m.in. poznanie sposobu użytkowania gazu, określenie poziomu świadomości cen i zużycia gazu, świadomości możliwej zmiany sprzedawcy gazu, postrzegania procesu zmiany sprzedawcy przez polskich konsumentów, mechanizmów porównywania ofert i źródeł informacji.

Metodologia

Badanie zostało przeprowadzone z wykorzystaniem dwóch metod:

1. PAPI (Personal Assisted Paper Interviewing). PAPI to wywiad bezpośredni wykonywany tradycyjną metodą z wykorzystaniem ankiety papierowej, prowadzony przez specjalnie przeszkolonego ankietera. Dzięki bezpośredniemu kontaktowi ankietera z respondentem uzyskuje się możliwość otrzymania pełniejszych i bardziej wyczerpujących odpowiedzi na postawione pytania. Ankieter ma możliwość pogłębienia odpowiedzi respondenta przez zadanie dodatkowych pytań. W wybranych zagadnieniach technika ta pozwala również na uzyskanie odpowiedzi spontanicznych i wspomaganych.
2. CAWI (Computer Assisted Web Interview). CAWI to wywiady wspomagane komputerowo za pomocą strony WWW. Wywiady zostały zrealizowane z wykorzystaniem ePanel.pl ARC Rynek i Opinia, na którym zarejestrowanych jest ponad 53 tysiące użytkowników. Programowanie kwestionariuszy odbywa się z użyciem software'u CADAS. Daje to duże możliwości wizualizacji pytań i uatrakcyjnienia kwestionariuszy on-line, m. in.: funkcje drag & drop, wybór części obrazu lub tekstu czy ocena plików video w czasie rzeczywistym. Głównymi zaletami tej metody są szybkość, efektywność działania i łatwość dotarcia do trudno dostępnych grup oraz profesjonalne doradztwo w doborze docelowych grup badanych.

Realizacja wywiadów poprzedzona została testem strony internetowej badania.

Próba badawcza i termin realizacji

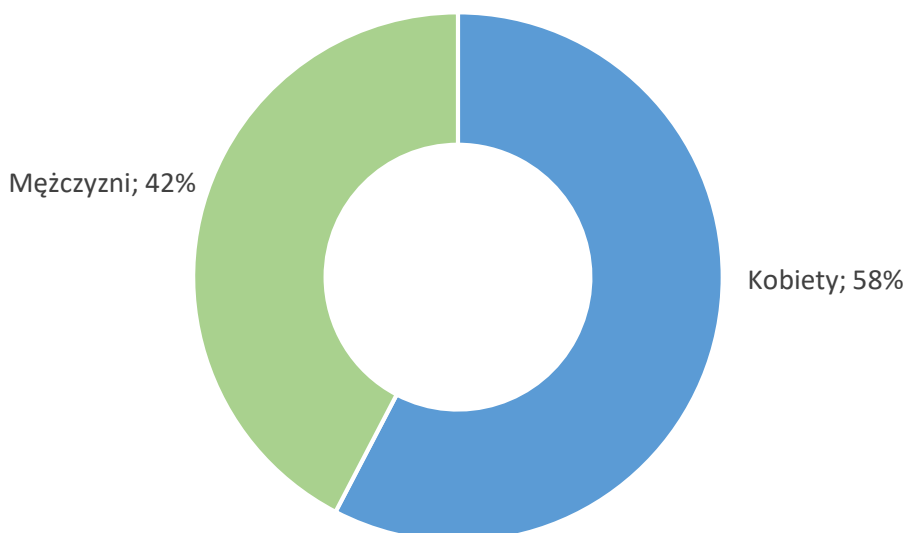
Realizacja terenowa projektu, tj. przeprowadzenie wywiadów, odbyła się w dniach 28 kwietnia – 13 maja 2017 roku. Realizacja podzielona została na dwie części. Przedstawiciele Federacji Konsumentów zrealizowali 408 efektywnych wywiadów metodą CAPI, natomiast użytkownicy ePanel wypełnili 912 efektywnych wywiadów CAWI. Efektywny wywiad to wywiad z respondentem, który spełnił kryteria rekrutacyjne i odpowiedział na wszystkie pytania.

Do badania zaproszeni zostali respondenci, którzy są odpowiedzialni lub współodpowiedzialni za opłacanie rachunków za gaz w swoich gospodarstwach domowych. Ponadto warunkiem udziału w badaniu było wykorzystywanie gazu pochodzącego z gazociągu jako nośnika energii oraz indywidualne rozliczanie się ze zużytego gazu przez gospodarstwo domowe. Z badania wykluczone zostały gospodarstwa, które nie używają gazu, bądź opłata za gaz jest zawarta w czynszu.

Charakterystyka próby badawczej

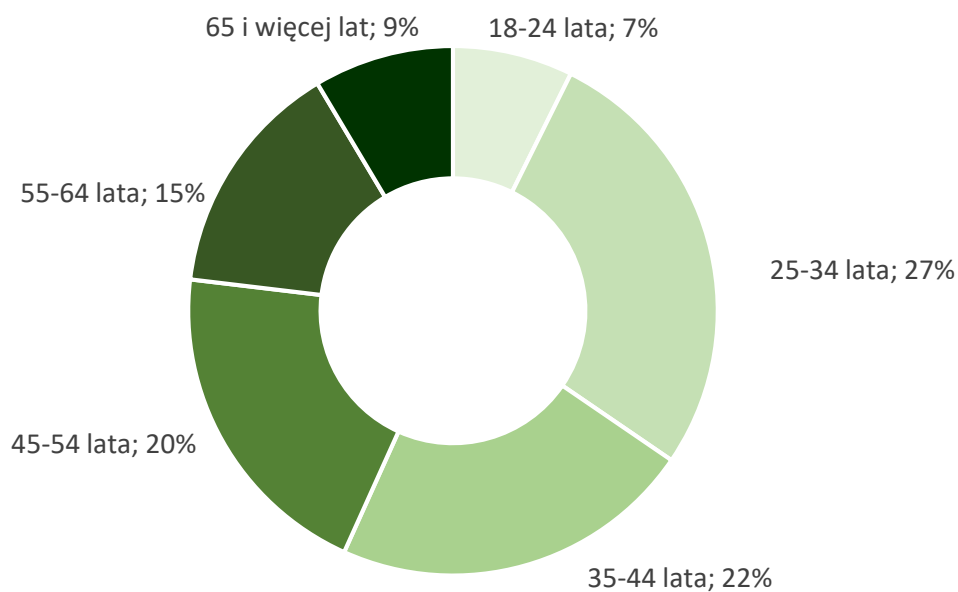
W badaniu wzięło udział 1320 respondentów, którzy są osobami podejmującymi lub współpodejmującymi decyzje w swoich gospodarstwach domowych. Na kolejnych wykresach przedstawiono podział respondentów ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania, wielkość gospodarstwa domowego i ocenę sytuacji materialnej.

Wykres 1. Płeć respondentów; N= 1320



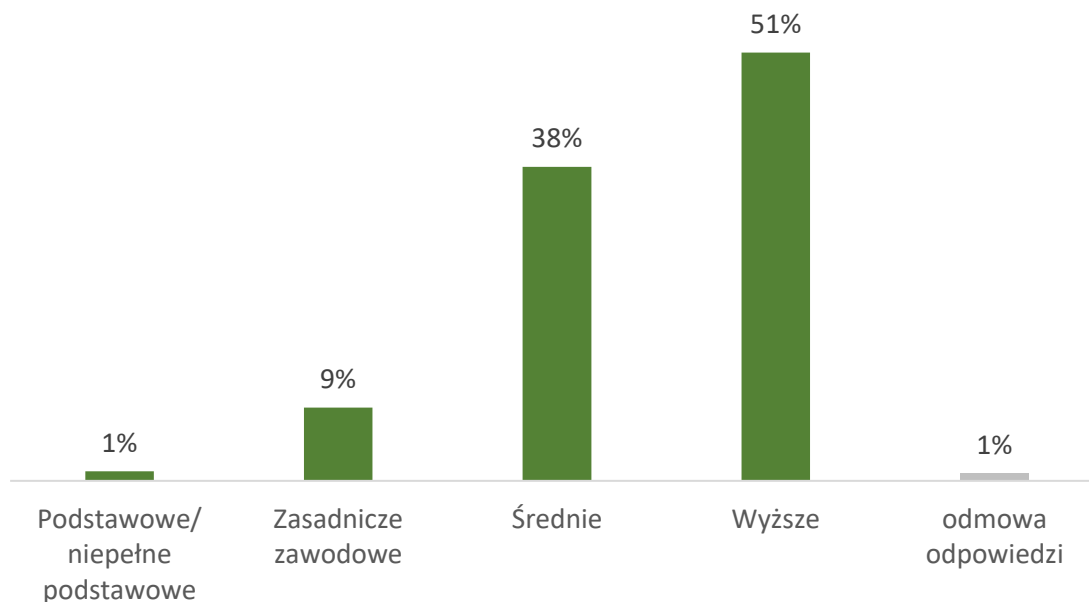
Wśród respondentów 58% stanowiły kobiety, a 42% mężczyźni.

Wykres 2. Wiek respondentów; N= 1320



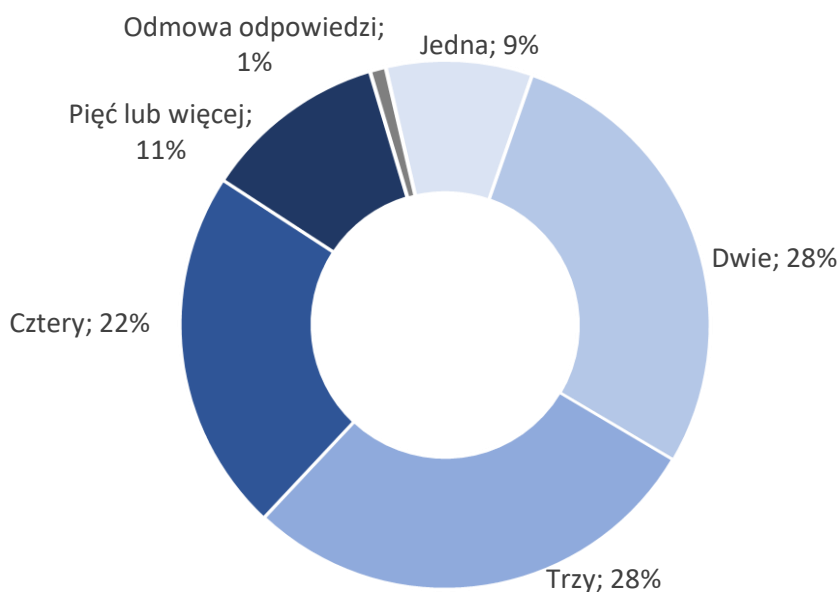
W badaniu wzięli udział pełnoletni mieszkańcy gospodarstw domowych, w których użytkuje się gaz z gazociągu. Niemal połowę próby (49%) stanowiły osoby w wieku 25-44 lata. Co piąty badany deklarował wiek 45-54 lata, a co czwarty (24%) 55 lat lub więcej.

Wykres 3. Wykształcenie respondentów; N=1320



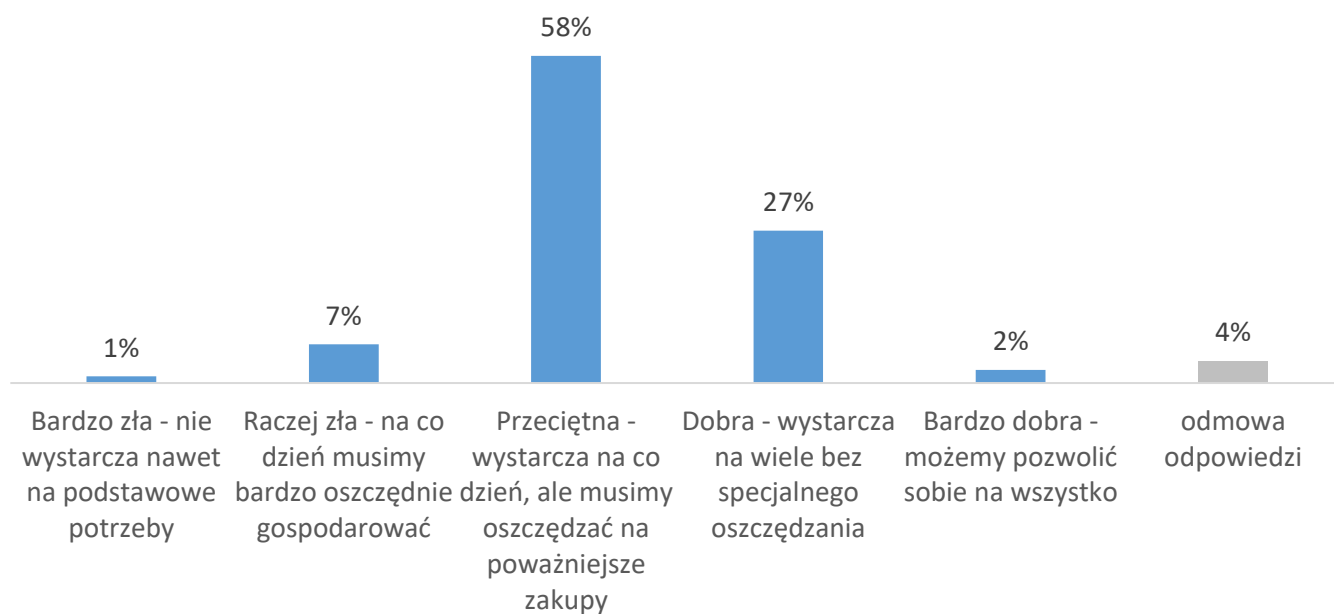
Ponad połowa badanych deklaruje posiadanie wykształcenia wyższego, 38% wykształcenia średniego, a 9% zasadniczego zawodowego.

Wykres 4 Liczba osób w gospodarstwie domowym; N= 1320



Jeden na trzech respondentów biorących udział w badaniu deklaruje, że jego gospodarstwo domowe składa się z 4 lub więcej osób (33%), a po 28% badanych, że dwie lub trzy osoby stanowią ich gospodarstwo domowe.

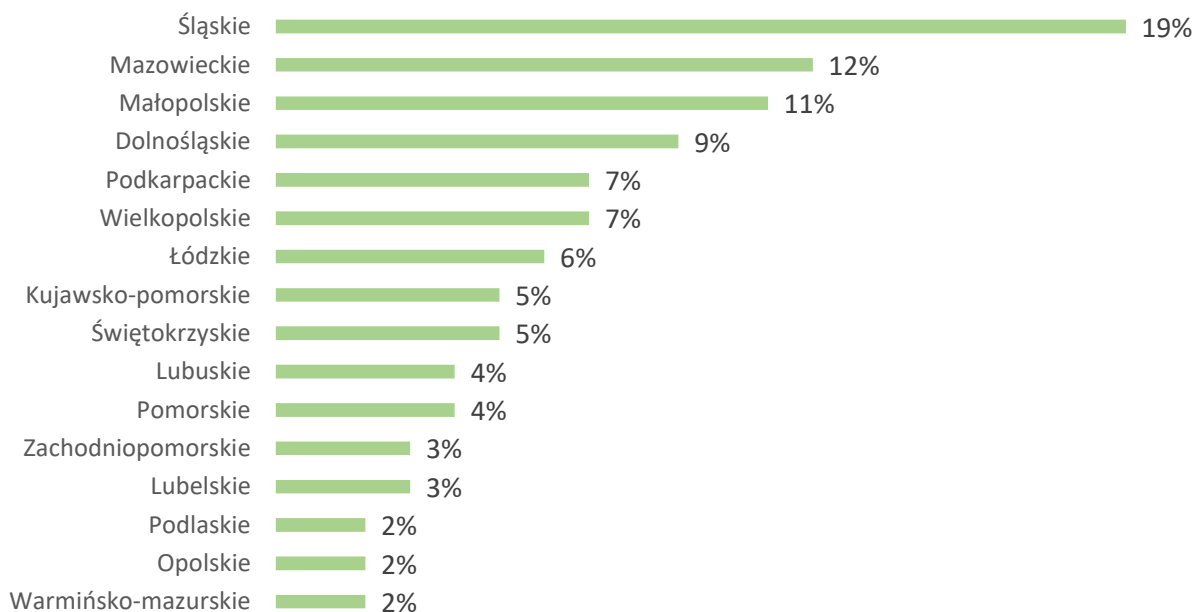
Wykres 5. Ocena sytuacji materialnej gospodarstwa domowego, N= 1320



Większość respondentów ocenia przeciętnie sytuację swojego gospodarstwa domowego. Badani ci deklarują, że „wystarcza im na co dzień, ale muszą oszczędzać na poważniejsze zakupy”. Niemal co trzecia osoba sytuację swojego gospodarstwa domowego ocenia dobrze lub bardzo dobrze. Jedynie 8% badanych uważa, że ich sytuacja materialna jest zła lub bardzo zła.

Wykres 6 Miejsce zamieszkania; N=1320


Co piąta osoba biorąca udział w badaniu (20%) mieszka w mieście powyżej 500 tys. mieszkańców. Co trzeci badany deklaruje, że mieszka w mieście od 100-500 tys. mieszkańców (35%), lub od 20-99 tys. mieszkańców (34%). Na wsi mieszka 8% badanych, a 4% na przedmieściach dużego miasta.

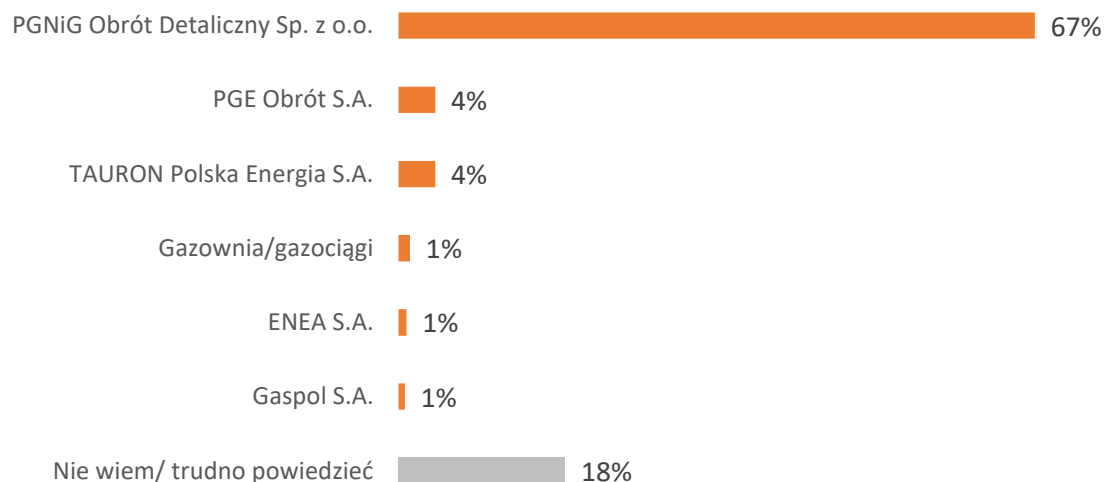
Wykres 7. Województwo; N= 1320


W badaniu wzięli udział respondenci ze wszystkich województw. Najwięcej respondentów mieszka w województwie śląskim (19%), mazowieckim (12%) i małopolskim (11%). Najmniej badanych pochodziło z warmińsko-mazurskiego, opolskiego i podlaskiego.

Znajomość sprzedawcy i użytkowanie gazu w gospodarstwach domowych

Badani poproszeni o spontaniczne wskazanie swojego sprzedawcy gazu najczęściej wymieniali PGNiG Obrót Detaliczny Sp. z o.o. Na wykresie 8 przedstawiono znajomość spontaniczną sprzedawców gazu.

Wykres 8. Spontanicznie wskazanie obecnego sprzedawcy gazu (wskazania powyżej 1%), N=1320

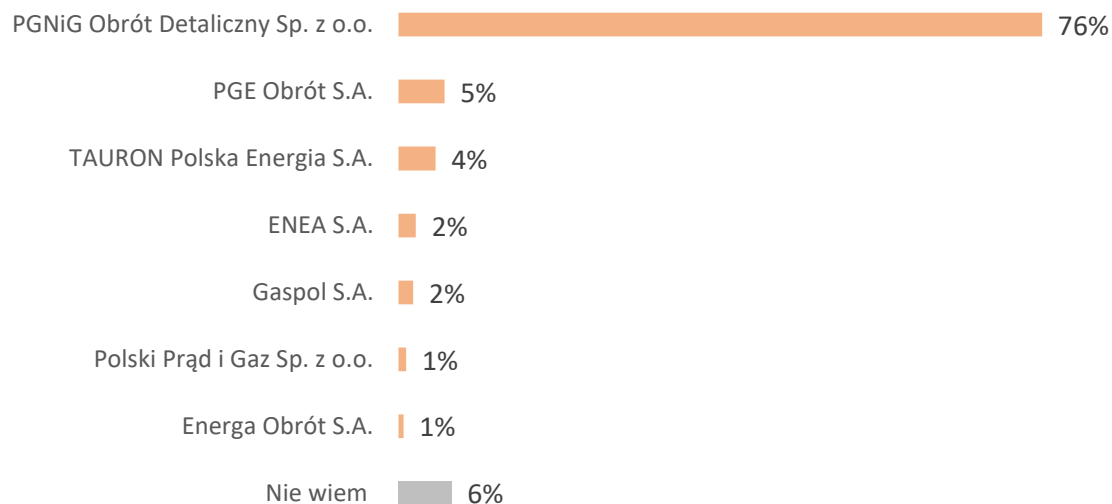


Niemal co 5 badany nie potrafi spontanicznie wymienić swojego sprzedawcy gazu, natomiast 2 na 3 osoby wskazują na PGNiG Obrót Detaliczny, a 1% badanych udzielił odpowiedzi „gazownia / gazociągi”.

W kolejnym pytaniu respondenci poproszeni zostali o wybór z listy swojego sprzedawcy gazu. Na wykresie

9 przedstawiono wspomagane wskazania sprzedawcy gazu.

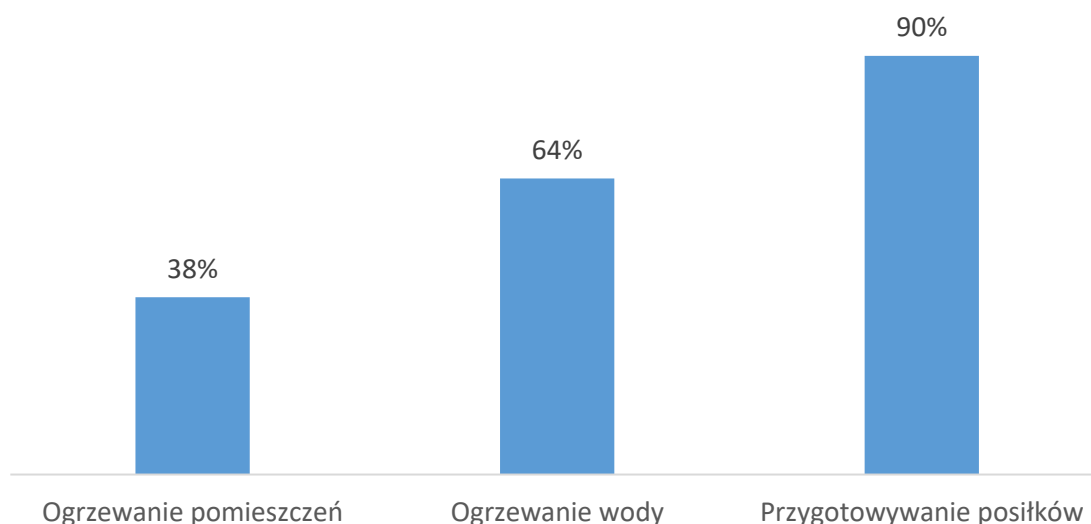
Wykres 9. Wspomagane wskazanie obecnego sprzedawcy gazu (wskazania powyżej 1%); N= 1320



Badani, dysponując listą sprzedawców gazu, w większym stopniu byli w stanie wskazać obecnego sprzedawcę gazu. Jedynie 6% nie potrafiło określić posiadanego sprzedawcy gazu.

Na kolejnym wykresie przedstawiono wykorzystywanie gazu w gospodarstwach domowych.

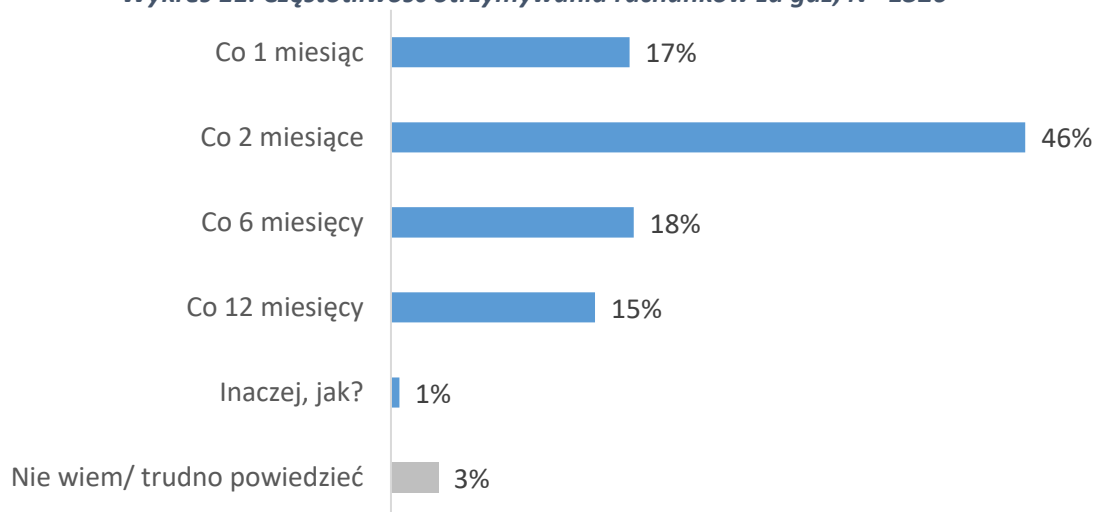
Wykres 10. Do jakich celów wykorzystywany jest gaz z gazociągów w gospodarstwach domowych; N= 1320



Gaz z gazociągu najczęściej jest wykorzystywany do przygotowywania posiłków. Takie wykorzystanie deklarują respondenci z 9 na 10 gospodarstw domowych. W 64% gospodarstw posiadających gaz z gazociągu wykorzystywany jest on do ogrzewania wody, a w 38% do ogrzewania pomieszczeń.

Na kolejnych wykresach przedstawiono częstotliwość otrzymywania rozliczeń za gaz i ocenę częstotliwości.

Wykres 11. Częstotliwość otrzymywania rachunków za gaz; N= 1320

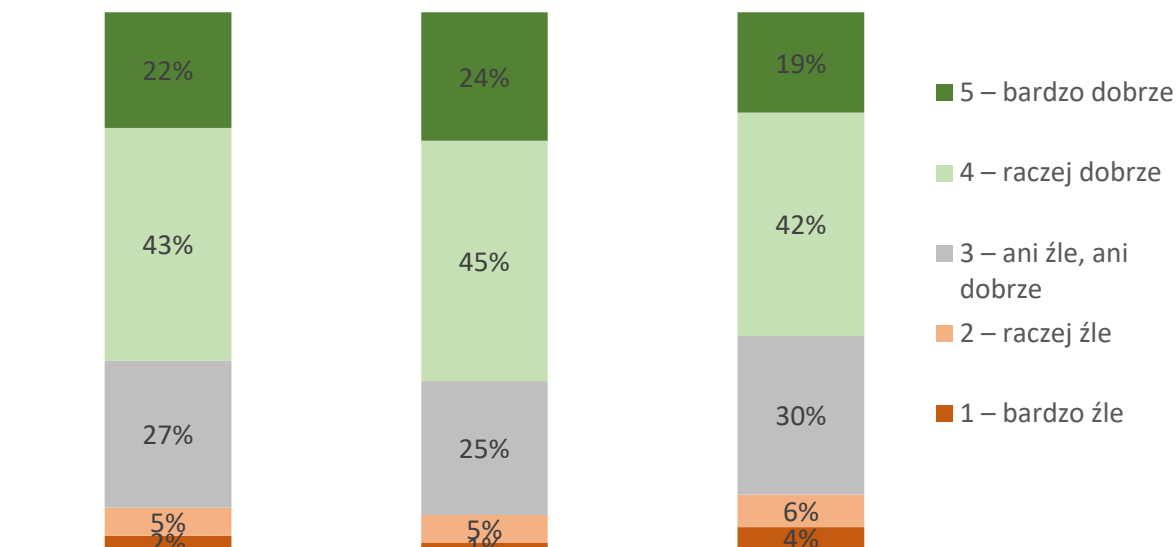


Ponad połowa badanych (63%) otrzymuje rozliczenia za gaz co 1 lub co 2 miesiące. Raz na pół roku rozliczenia otrzymuje niemal co piąte gospodarstwo domowe (18%), a raz w roku 15% gospodarstw.

Wśród pojedynczych odpowiedzi „inne” znalazły się deklaracje, że rozliczenia w zależności od sezonu otrzymywane są co 1 lub co 2 miesiące.

Respondenci zapytani o ocenę częstotliwości otrzymywania rachunków za gaz w większości oceniają ją pozytywnie, tj. dobrze lub bardzo dobrze.

Wykres 12. Ocena częstotliwości otrzymywania rozliczeń za gaz (na skali od 1 do 5)



Ogółem; N=1820 Otrzymujący rozliczenia co 1-2 miesiące; N=834 Otrzymujący rozliczenia co 6 lub 12 miesięcy; N=427

Częstotliwość otrzymywania rozliczeń częściej pozytywnie oceniają respondenci otrzymujący rozliczenia

co 1-2 miesiące – niemal 7 na 10 badanych ocenia dobrze lub bardzo dobrze taką formę rozliczeń. Z kolei co dziesiąty badany otrzymujący rozliczenia co 6 lub 12 miesięcy negatywnie ocenia taką formę rozliczeń.

Badani zapytani o powody negatywnej odpowiedzi („raczej źle” lub „bardzo źle”) wskazywali najczęściej

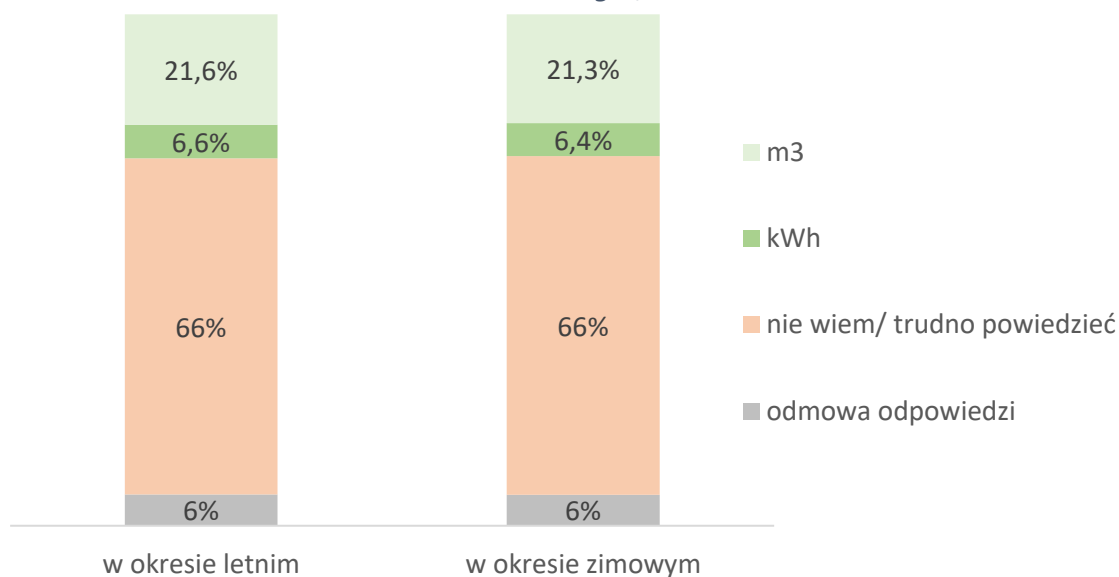
na fakt, że rozliczenia są za rzadko oraz rozliczenia przedstawiają prognozy, a nie realne zużycie. Powody negatywnej oceny częstotliwości otrzymywania rozliczeń przedstawiono na wykresie 13. Argumenty badanych dotyczyły w dużej mierze braku kontroli nad zużyciem i wydatkami za korzystanie z gazu.

Wykres 13. Powody negatywnej oceny częstotliwości otrzymywania rozliczeń; N=100



W badaniu poruszono także kwestie zużycia gazu w gospodarstwach domowych. Pytania dotyczyły zużycia gazu w okresie letnim i okresie zimowym wykazywane na rozliczeniach. Respondenci zostali poproszeni o wskazanie zużycia w kWh bądź w m³. Odpowiedzi respondentów przedstawiono na wykresie 14.

Wykres 14. Odpowiedź na pytanie o zużycie gazu w gospodarstwie domowym wykazywane na rozliczeniach za gaz; N= 1320

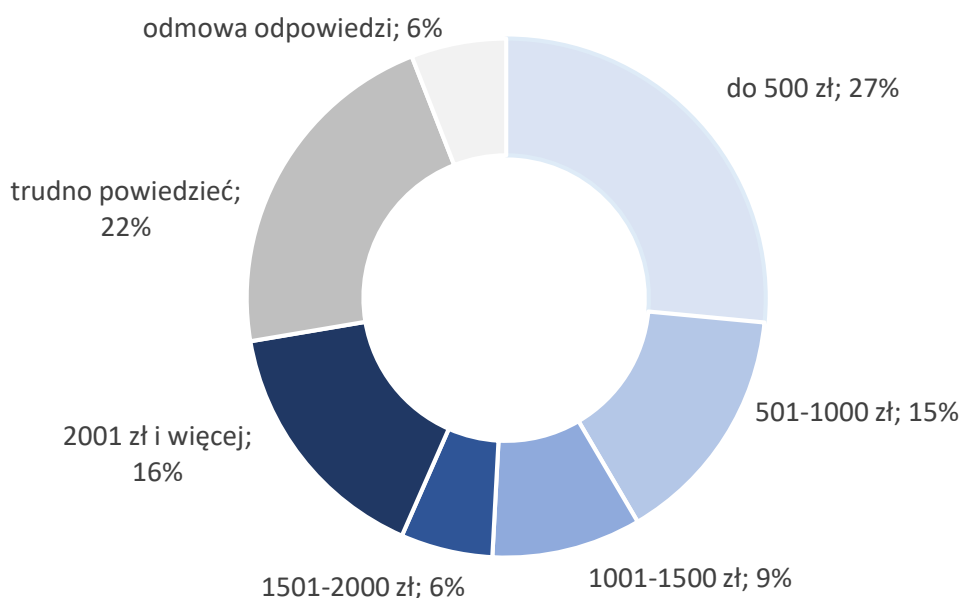


Zdecydowana większość respondentów, 2 na 3 badanych nie potrafi wskazać, ile zużywa gazu. Co piąty badany wskazuje wartość w przeliczeniu na m³ a 6% do 7% potrafi określić zużycie w kWh.

Większy odsetek respondentów potrafi wskazać kwoty, jakie przeznaczają na rachunki za gaz w ciągu roku.

Na wykresie 15 przedstawiono roczny koszt korzystania z gazu.

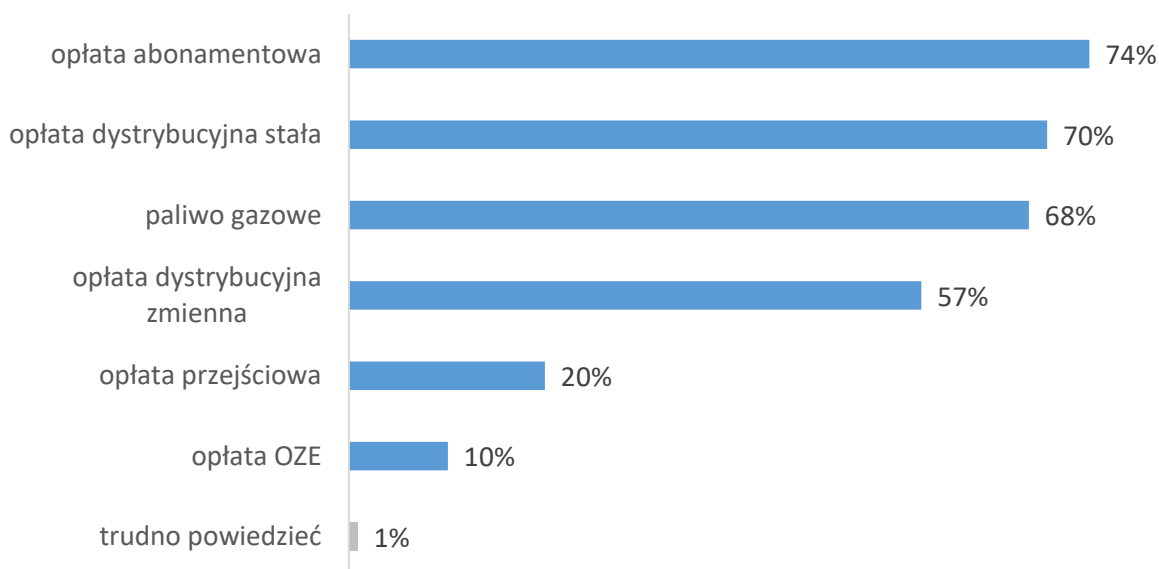
Wykres 15. Roczny koszt korzystania z gazu; N= 1320



Połowa badanych (51%) deklaruje, że roczny koszt korzystania z gazu w ich gospodarstwach domowych nie przekracza 1500 zł, a co piąty (22%), że kwota ta jest wyższa niż 1500 zł. Taki sam odsetek respondentów ma trudność z określeniem, ile wynoszą koszty użytkowania gazu w ich gospodarstwach domowych.

Na wykresie 16 przedstawiono spontaniczne odpowiedzi badanych na temat opłat znajdujących się na rozliczeniach za gaz.

Wykres 16. Opłaty znajdujące się na rozliczeniach za gaz; N= 1320

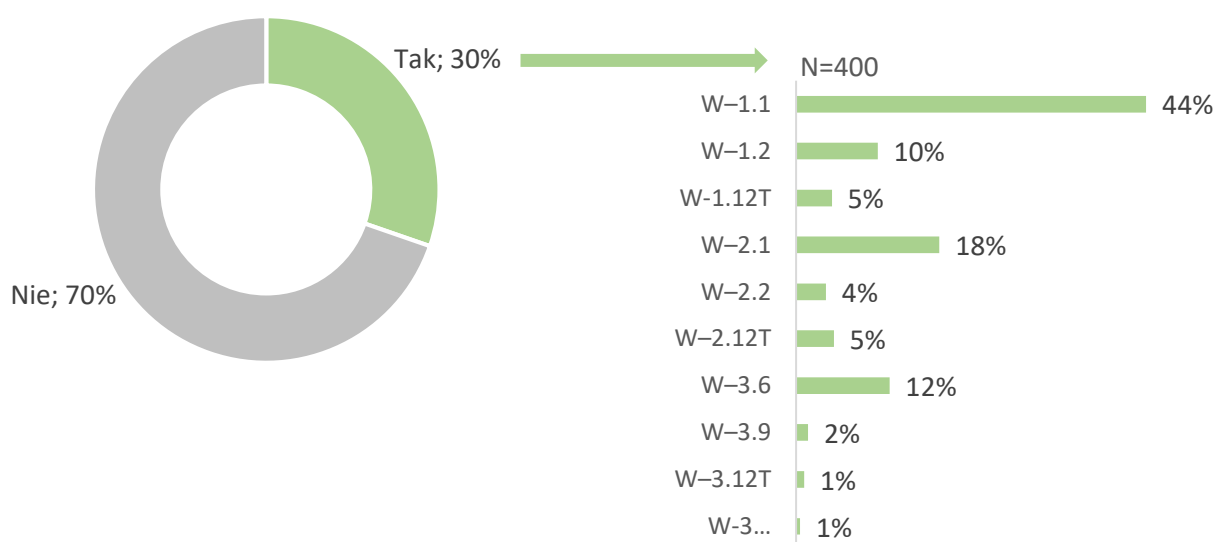


Najczęściej wskazywaną pozycją na rozliczeniach za gaz są opłata abonamentowa (74% wskazań), stała opłata dystrybucyjna (70%), paliwo gazowe (68%) oraz opłata dystrybucyjna zmienna (57%). Część badanych wskazała również na opłaty, które nie występują na rozliczeniach za gaz, a występują na rachunkach

za energię elektryczną, tj. opłata przejściowa (20%), opłata OZE (10%).

Jednym z pytań dotyczących użytkowania gazu i form rozliczeń było pytanie o przypisanie do grupy taryfowej. Odpowiedzi przedstawiono na wykresie 17.

Wykres 17. Wiedza o posiadanej grupie taryfowej; N= 1320

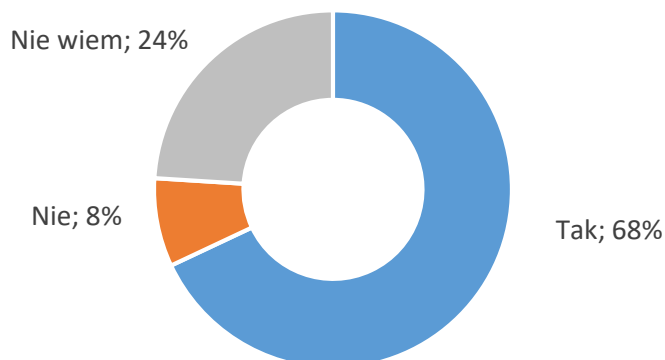


Jedynie jeden na trzech badanych (30%) potrafi wskazać, w jakiej grupie taryfowej znajduje się jego gospodarstwo domowe. Najczęściej wskazywaną taryfą jest W-1.1 (44% wskazań). Niewielki odsetek respondentów wskazał taryfę „3...” bez dokładnego określenia, czy jest to W-3.6, 3.9 czy 3.12T.

Proces zmiany sprzedawcy gazu

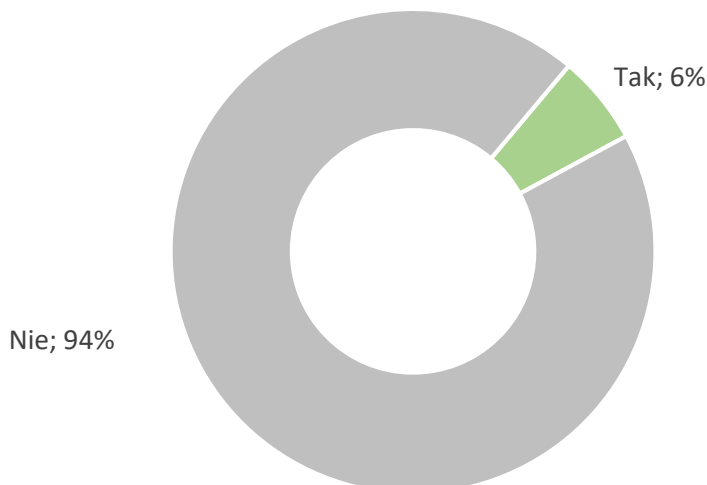
Badanie miało na celu także poznanie doświadczeń Polaków związanych z procesem zmiany sprzedawcy gazu. Rozkład odpowiedzi na pytanie o możliwość zmiany sprzedawcy przedstawiono na wykresie 18.

Wykres 18. Czy gospodarstwa domowe mają możliwość zmiany sprzedawcy gazu? N=1320



Większość badanych ma świadomość możliwości zmiany sprzedawcy gazu, jednak co czwarty respondent nie wie, czy takiej zmiany może dokonać (24%), a 8% jest przekonana, że nie można zmienić sprzedawcy gazu. Udzielone odpowiedzi mogą sygnalizować obszar potencjalnej edukacji w tym zakresie.

Wykres 19. Czy zmieniał/a Pan/i sprzedawcę gazu w gospodarstwie domowym; N=1320



Jedynie 6% respondentów użytkujących gaz z gazociągu zmieniło sprzedawcę gazu.

Na wykresie 20 przedstawiono powody zmiany sprzedawcy gazu.

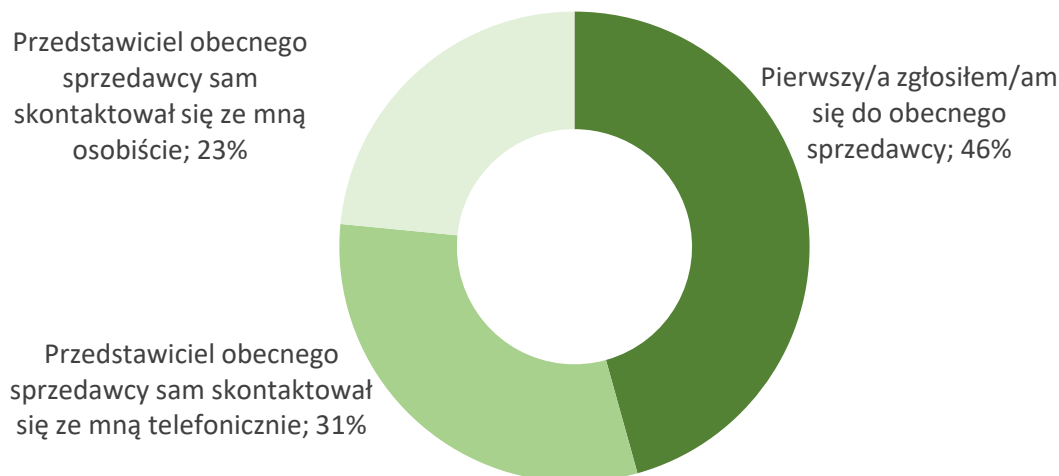
Wykres 20. Powody zmiany sprzedawcy gazu; N=81



Ponad połowa z 81 respondentów, którzy zmienili sprzedawcę gazu, deklaruje, że powodem zmiany było obniżenie rachunków za gaz. Na lepszą ofertę produktową u nowego sprzedawcy jako powód zmiany wskazało 37% zmieniających sprzedawcę, a na możliwość połączenia zakupu gazu i innych usług 21% zmieniających. 15% badanych, którzy zmienili sprzedawcę gazu uważa, że zostali wprowadzeni w błąd, tj. zmienili sprzedawcę nieświadomie.

Zmiana sprzedawcy gazu może być zainicjowana zarówno przez konsumenta, jak i sprzedawcę.

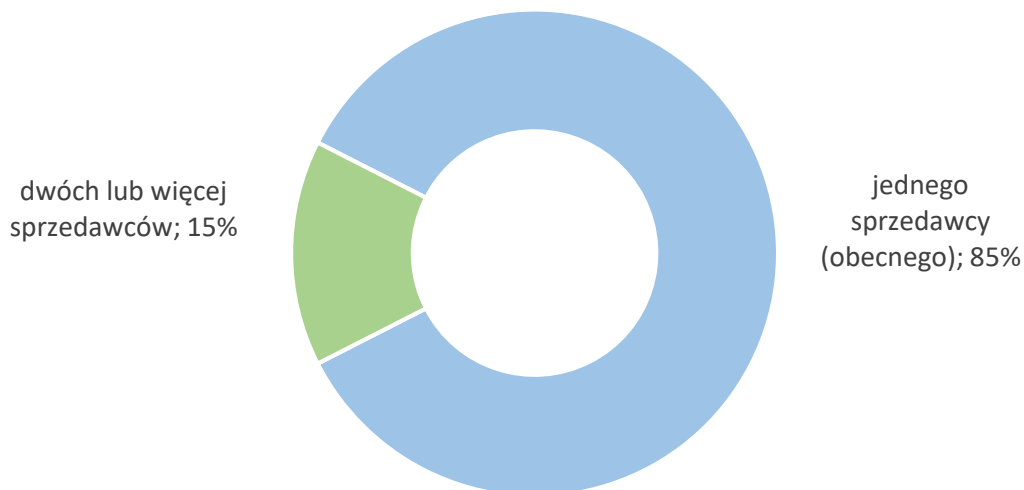
Wykres 21. Pierwszy kontakt w procesie zmiany sprzedawcy gazu; N=81



Niemal połowa procesów zmian sprzedawcy gazu (46%) została zainicjowana przez konsumenta. W przypadku co trzeciej zmiany (31%) proces rozpoczął się od kontaktu telefonicznego obecnego sprzedawcy, a w 23% zmian impulsem był kontakt osobisty nowego sprzedawcy.

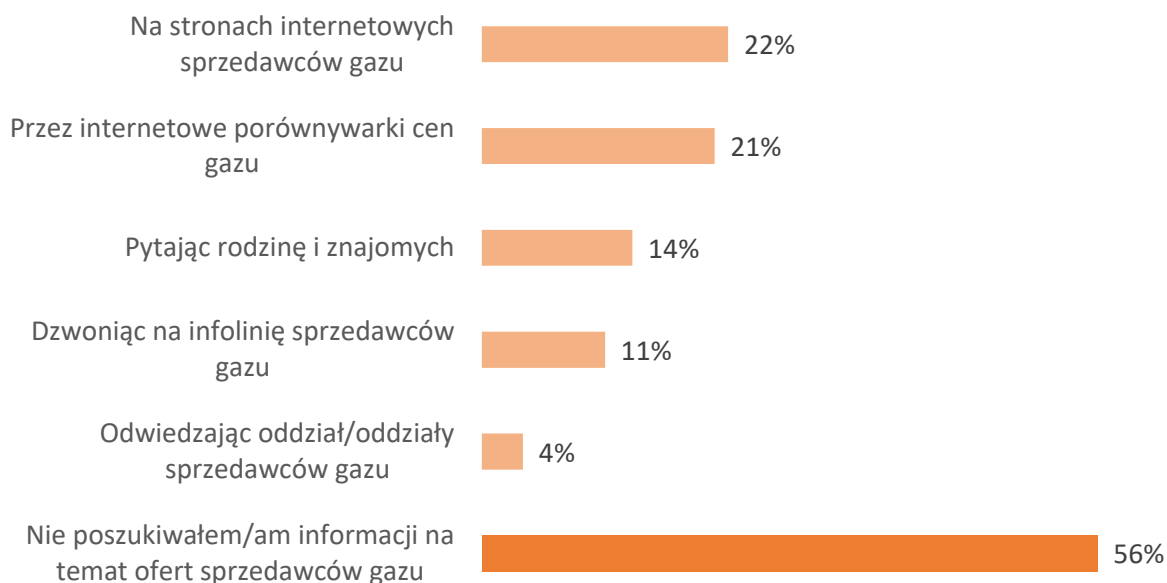
Na kolejnych wykresach przedstawiono wybrane elementy procesu zmiany sprzedawcy gazu i ich ocenę.

Wykres 22. Liczba sprawdzonych ofert w procesie zmiany sprzedawcy gazu; N=81



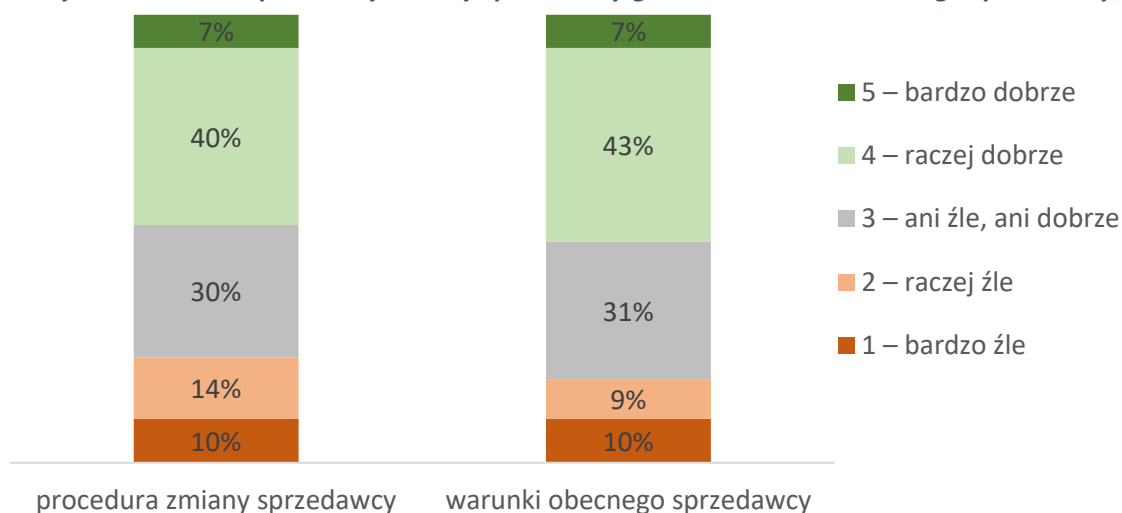
Zdecydowana większość badanych, którzy zmienili sprzedawcę gazu, nie porównywała ofert podczas zmiany.

Wykres 23. Źródła informacji o ofertach sprzedawców gazu w procesie zmiany; N=81



W trakcie procesu zmiany sprzedawcy gazu większość respondentów nie poszukiwała informacji o dostępnych innych ofertach (56%). Co piąty zmieniający poszukiwał informacji na stronach internetowych sprzedawców (22%) lub korzystał z porównywarek cen (21%).

Wykres 24. Ocena procedury zmiany sprzedawcy gazu i warunków obecnego sprzedawcy; N=81



Co czwarty badany, który zmieniał sprzedawcę gazu (24%), negatywnie ocenia procedurę zmiany, a co piąty (19%) nie jest zadowolony z warunków nowego sprzedawcy gazu.

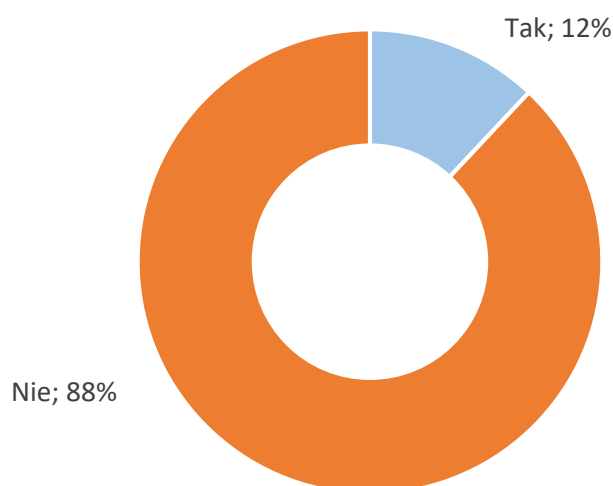
Procedurę zmiany sprzedawcy gazu negatywnie oceniło 19 badanych. Wśród powodów niezadowolenia

z procedury zmiany znalazły się „wyższe opłaty” (wskazanie 7 badanych), „zostałem oszukany” (6 respondentów), a kolejnych 4 badanych wskazało na trwającą za długo procedurę lub trudności z porozumieniem ze sprzedawcą.

Natomiast warunki nowego sprzedawcy gazu negatywnie oceniło 15 badanych, którzy przeszli przez procedurę zmiany. Najczęściej wskazywane powody niezadowolenia ze zmiany to to, że „rachunki nie okazały się niższe” (8 respondentów), wystąpienie innych kosztów, o których nie zostali poinformowani (4 osoby), a 3 zmieniających nie jest zadowolonych z nowych rozliczeń.

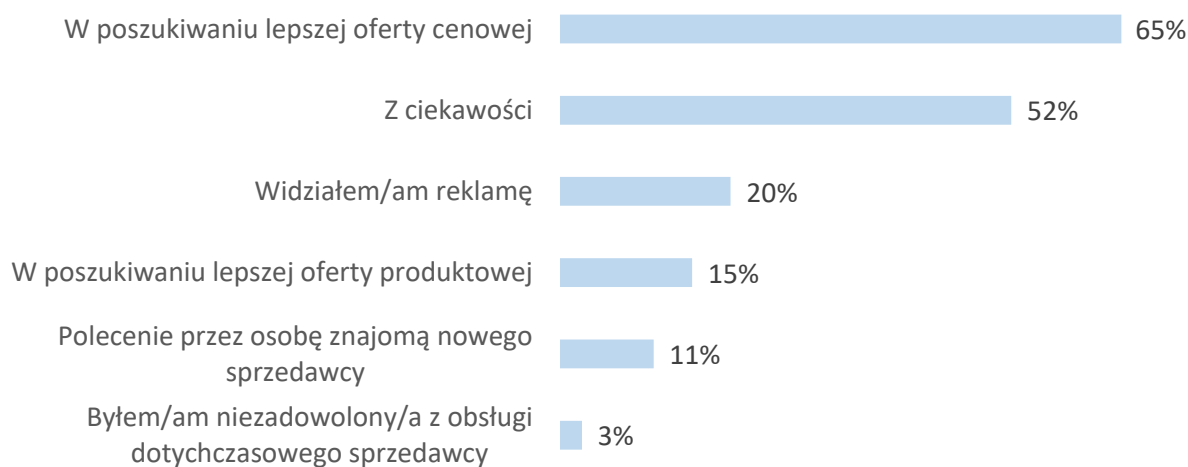
Respondenci biorący udział w badaniu, niezależnie od tego, czy zmieniali sprzedawcę gazu, zapytani zostali o to, czy sprawdzali oferty innych sprzedawców.

Wykres 25. Sprawdzanie ofert innych sprzedawców gazu w ciągu ostatniego roku; N=1320.

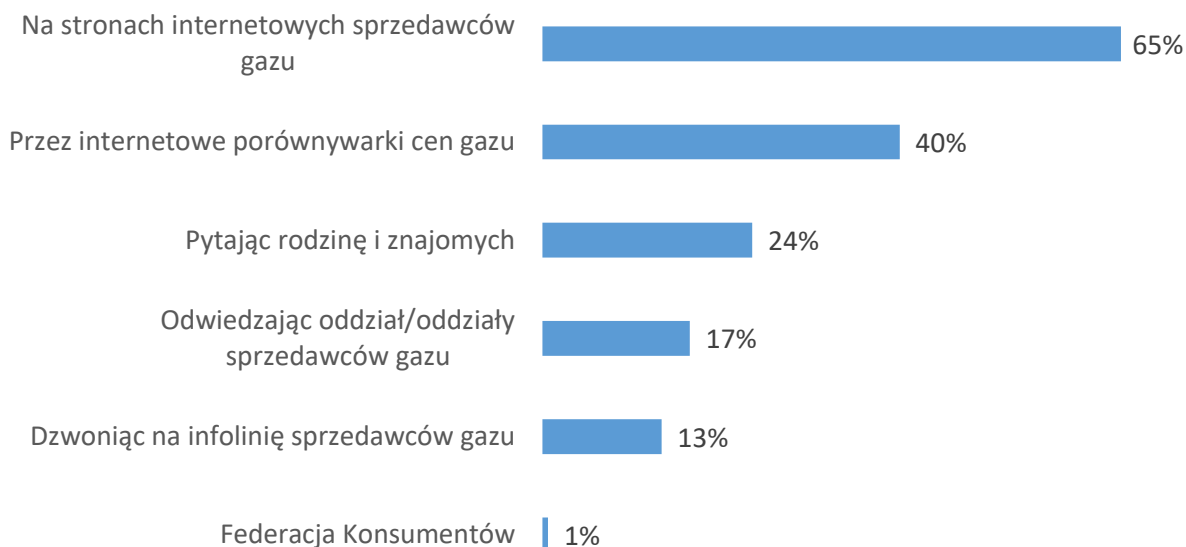


Jedynie 12% użytkowników gazu z gazociągu, rozliczających się indywidualnie ze sprzedawcą, w ciągu roku poszukiwało informacji o ofertach innych sprzedawców gazu.

Wykres 26. Powody sprawdzania ofert innych sprzedawców gazu; N=157

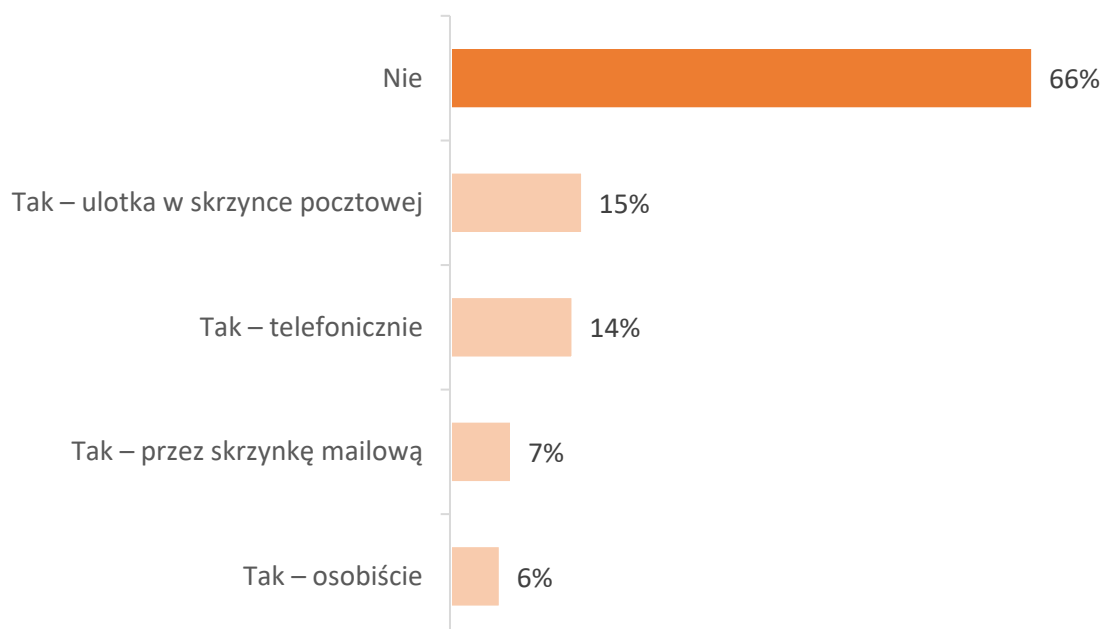


Większość sprawdzających oferty innych sprzedawców gazu kierowała się poszukiwaniem lepszej oferty cenowej (65%), a połowa „z ciekawości” (52%). Co piąta osoba (20%) sprawdzająca oferty poszukiwała informacji po zauważeniu reklamy.

Wykres 27. Sposoby poszukiwania informacji na temat innych sprzedawców gazu; N=157

Najczęściej wskazywanymi przez badanych źródłami informacji o ofertach sprzedawców gazu są strony internetowe sprzedawców (65%) i internetowe porównywarki cen gazu (40%). Co czwarty poszukujący informacji (24%) prosi o opinię rodzinę lub znajomych.

Dwóch na trzech respondentów (66%) nie spotkało się z próbami kontaktu ze strony sprzedawcy gazu.

Wykres 28. Kontakt z przedstawicielami innych sprzedawców gazu w ciągu ostatniego roku. N=1320

Co trzeci badany spotkał się z próbą kontaktu sprzedawcy gazu innego niż obecny. Najczęstszymi próbami kontaktu są ulotka w skrzynce pocztowej oraz kontakt telefoniczny. Z tymi próbami kontaktu zetknęło się odpowiednio 15% i 14% respondentów.

Respondenci, którzy spotkali się z próbą kontaktu innego sprzedawcy, poproszeni zostali o opinię na temat proponowanej oferty. Opinie te zostały przedstawione na wykresie 29.

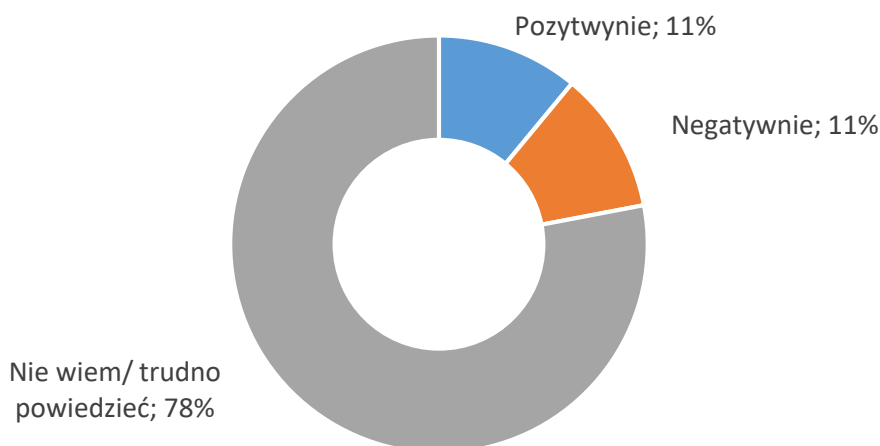
Wykres 29. Opinia o proponowanych ofertach sprzedawców gazu; N= 447



2% badanych, z którymi skontaktowali się przedstawiciele innych sprzedawców gazu, skorzystało z proponowanej oferty. Natomiast większość prób kontaktu sprzedawców gazu z osobami biorącymi udział w badaniu kończyła się niepowodzeniem, tj. brakiem zainteresowania badanych. Jako najczęstszy powód braku zainteresowania przedstawianymi ofertami był „brak potrzeby zmiany sprzedawcy gazu”. Aż 12% badanych wskazało na próbę oszustwa lub wprowadzenia w błąd.

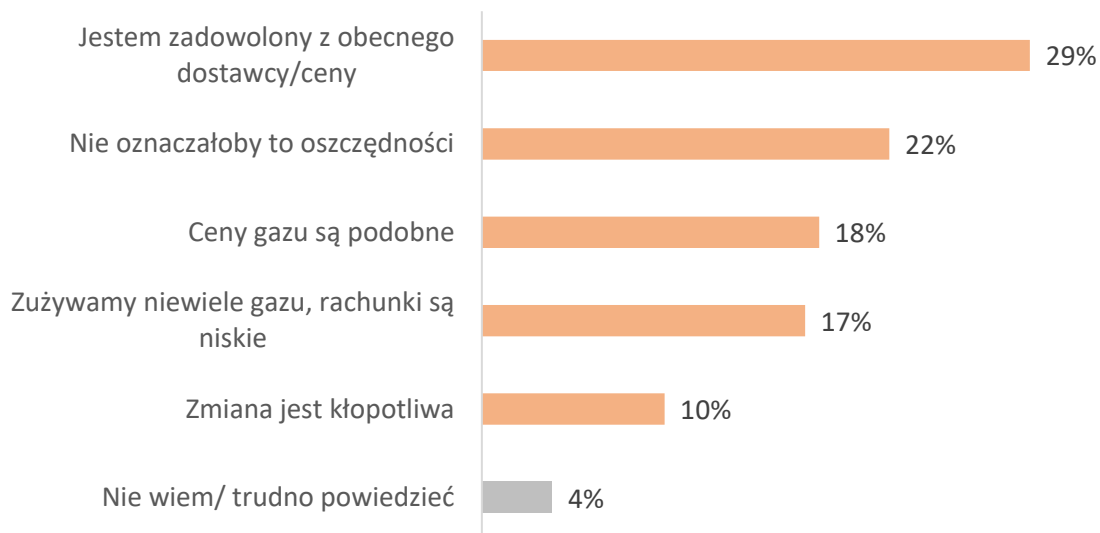
Respondenci, którzy nie zmieniali sprzedawcy gazu, zapytani zostali o to, jak taka zmiana mogłaby wpłynąć na ich gospodarstwo domowe. Zdecydowana większość (78%) nie ma na zdania na ten temat. 11% badanych twierdzi, że zmiana mogłaby okazać się pozytywna. Taki sam odsetek (11%) uważa, że zmiana mogłaby okazać się niekorzystna (wykres 30).

Wykres 30. Czy zmiana sprzedawcy gazu mogłaby wpłynąć na sytuację gospodarstwa domowego? N=1213



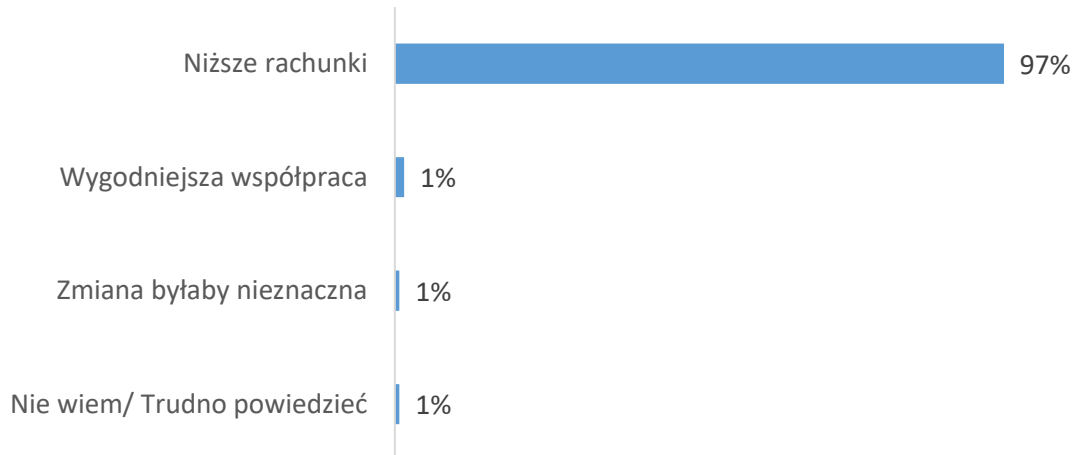
Badani zostali poproszeni także o wskazanie powodów, dlaczego ewentualna zmiana sprzedawcy gazu mogłaby okazać się negatywna lub pozytywna. Opinie respondentów przedstawione zostały kolejno na wykresach 31 i 32.

Wykres 31. Brak pozytywnych skutków zmiany sprzedawcy gazu dla gospodarstwa domowego. N=134



Badani, którzy nie widzą pozytywnych efektów potencjalnej zmiany sprzedawcy gazu, swoją opinię najczęściej argumentowali zadowoleniem z obecnego sprzedawcy (29%) oraz brakiem przekonania, że zmiana wpłynęłaby na oszczędności (22%).

Wykres 32. Pozytywne skutki zmiany sprzedawcy gazu dla gospodarstwa domowego. N=136



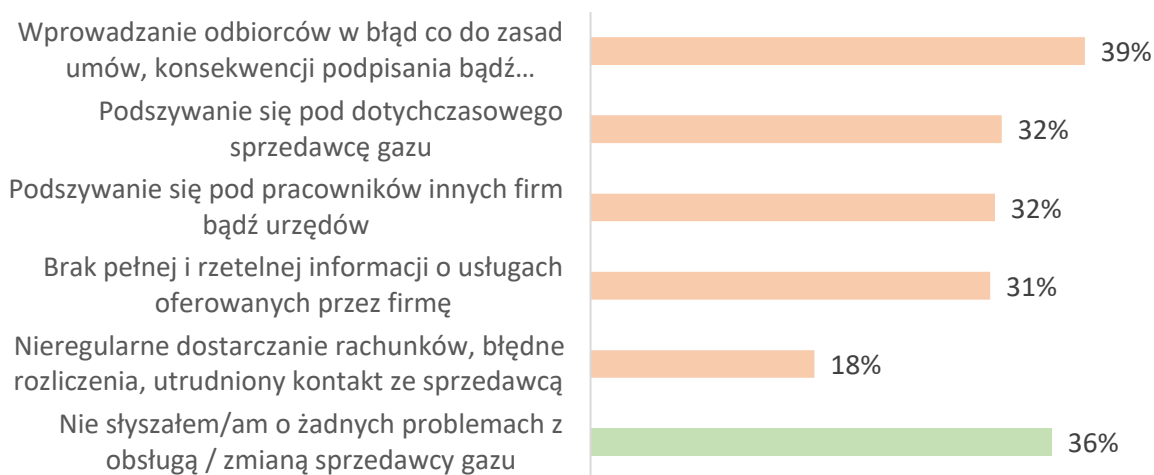
Z kolei respondenci, którzy potencjalną zmianę sprzedawcy gazu postrzegają pozytywnie, najczęściej wiążą ją z niższymi rachunkami za gaz.

Świadomość patologii na rynku gazu

Wybrane pytania kwestionariusza badawczego dotyczyły problemów, z jakimi konsumenci użytkujący gaz

z gazociągu mogą się spotkać. Respondenci zostali poproszeni o wskazanie problemów związanych ze zmianą lub obsługą sprzedawcy gazu. Opinie te przedstawiono na wykresie 33.

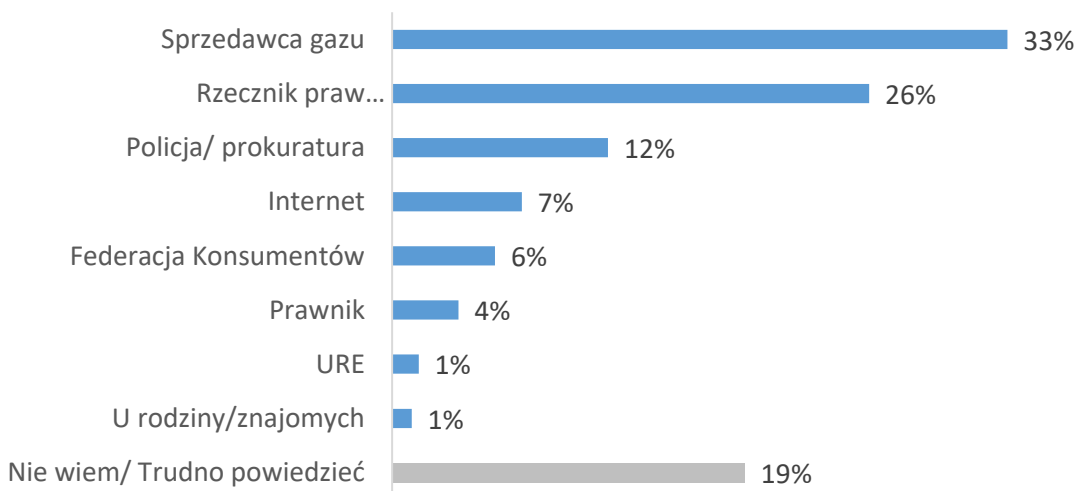
Wykres 33. Styczność z problemami na rynku gazu; N= 1320



Większość badanych (64%) spotkała się lub słyszała o problemach na rynku gazu. Najczęściej wskazywane problemy to wprowadzanie odbiorców w błąd co do zasad umów – 39% badanych wskazało na ten problem. Co trzeci badany dodatkowo wymienił podszywanie się pod obecnego dostawcę (32%), podszywanie się pod pracowników innych firm bądź urzędów (32%), lub brak pełnych i rzetelnych informacji o usługach sprzedawców gazu (31%). Niemal co piąty badany (18%) zwrócił także uwagę na nieregularne otrzymywanie rozliczeń od sprzedawcy gazu.

W razie zetknięcia się z problemami na rynku gazu większość respondentów (81%) spontanicznie wymienia miejsca, w których poszukiwaliby pomocy. Rozkład odwiedzi zaprezentowano na wykresie 34.

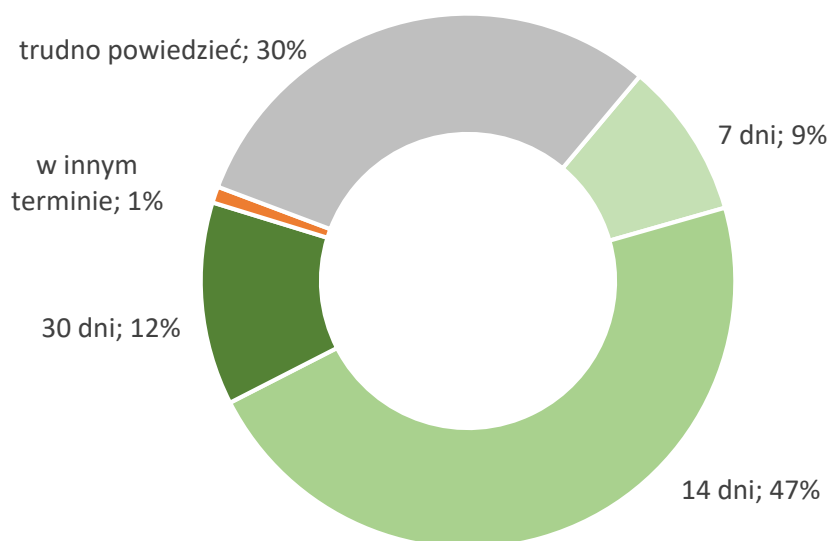
Wykres 34. Źródła pomocy w razie zetknięcia z problemami jako konsument gazu ;N= 1320



W razie problemów ze sprzedawcą gazu co trzeci konsument (33%) udałby się po pomoc do swojego sprzedawcy gazu, a co czwarty (26%) zwróciłby się po pomoc do Rzecznika Praw Konsumenta (UOKiK). 12% badanych zgłosiłoby sprawę na policję/do prokuratury, 7% szukałoby pomocy na stronach internetowych, 6% skorzystałoby z pomocy Federacji Konsumentów. Co piąty badany (19%) nie wie, gdzie mógłby uzyskać pomoc w razie problemów ze sprzedawcą gazu.

Na zakończenie badania respondenci poproszeni zostali o odpowiedź na pytanie, czy konsument może odstąpić bez żadnych konsekwencji od umowy podpisanej poza lokalem firmy (np. u siebie w domu). Odpowiedzi przedstawiono na kolejnym wykresie.

Wykres 35. Okres odstąpienia bez żadnych konsekwencji od umowy podpisanej poza lokalem firmy zdaniem respondentów; N= 1320



Niemal połowa badanych (47%) wie, że od umowy zawartej poza lokalem firmy można odstąpić bez konsekwencji w terminie 14 dni. Co piąty badany (22%) podaje inne terminy, a co trzeci respondent (30%) ma trudności z określeniem tego terminu.

Podsumowanie badań ankietowych

Wyniki badania „Konsument na rynku gazu” pokazują, że polscy konsumenci gazu z gazociągu, którzy rozliczają się indywidualnie ze sprzedawcą gazu, wciąż mogą potrzebować informacji o rozliczeniach za gaz, tj. z czego wynika częstotliwość otrzymywania rozliczeń i jakie elementy znajdują się na rozliczeniach.

Zdecydowana większość respondentów (66%) nie potrafi wskazać, ile zużywa gazu, a 22% nie wie, jaki jest koszt, nawet w przybliżeniu, korzystania z gazu. 70% badanych nie wie także, w jakiej grupie taryfowej znajduje się ich gospodarstwo domowe.

Większość badanych (68%) ma świadomość możliwości zmiany sprzedawcy gazu. Jednak co czwarty respondent nie wie, czy takiej zmiany może dokonać (24%), a 8% jest przekonana, że nie można zmienić sprzedawcy gazu.

Jedynie 12% użytkowników gazu z gazociągu, rozliczających się indywidualnie ze sprzedawcą, w ciągu roku poszukiwało informacji o ofertach innych sprzedawców gazu.

Co trzeci badany spotkał się z próbą kontaktu sprzedawcy gazu innego niż obecny. Najczęściej jest to ulotka w skrzynce pocztowej lub kontakt telefoniczny.

Co trzeci badany (36%) nie słyszał o problemach na rynku gazu.

Co piąty respondent (19%) nie wie, gdzie może szukać pomocy w razie zetknięcia się z problemami ze sprzedawcą gazu.

Z procedury zmiany sprzedawcy gazu skorzystało jedynie 6% badanych. Głównym powodem zmiany sprzedawcy gazu jest chęć obniżenia wysokości rachunków za gaz.

46% procedur zmiany sprzedawcy gazu jest inicjowana przez konsumenta.

Konsumenci gazu z gazociągu nie porównują ofert ani nie poszukują informacji o innych ofertach sprzedawców gazu.

Co czwarty badany, który zmieniał sprzedawcę gazu (24%), negatywnie ocenia procedurę zmiany, a co piąty (19%) nie jest zadowolony z warunków nowego sprzedawcy gazu.

Wnioski z badania

- Konsumenci nie wykorzystują możliwości, jakie daje uwolniony rynek paliwa gazowego
- Obowiązujące przepisy nie chronią w sposób zadowalający konsumentów, co zniechęca ich do aktywności na rynku.
- Zdiagnozowane nieprawidłowości w relacjach sprzedawca – konsument wykazują duże podobieństwo z pokrewnymi branżami, co sugeruje konieczność horyzontalnej regulacji.
- W zakresie ściśle regulowanym przepisami prawa umowy trzymają oczekiwany standard. Niestety tam, gdzie pojawia się swoboda kontraktowa, dochodzi do licznych naruszeń praw konsumentów.
- Większość zbadanych wzorców jest nieczytelna, pisana małą czcionką.
- Część badanych umów w sposób przejrzysty prezentuje istotne dla konsumenta elementy, co powinno stanowić wzór dla pozostałych sprzedawców.
- Kary umowne stosowane są w znaczącej większości przebadanych wzorców. Są one wygórowane, dowolne, nieoparte o rzetelne kryteria i w ocenie FK większość z nich stanowi nieuczciwe postanowienia umowne.
- Klauzule niedozwolone dotyczą najczęściej uprawnień konsumenta po zawarciu umowy.
- Konsumenci nie są świadomi wielkości ich własnej konsumpcji, kosztów, a nawet tego, z kim mają zawartą umowę.
- Co trzeci badany konsument spotkał się z ofertą zmiany sprzedawcy gazu. Jednak tylko 6% zdecydowało się na zmianę.
- Dwie trzecie respondentów słyszało o niepokojących zjawiskach rynkowych, jakie mogą towarzyszyć procesowi zmiany sprzedawcy.
- Co piąty respondent nie wie, gdzie może szukać pomocy w razie zetknięcia się z problemami ze sprzedawcą gazu.