

OFERTA REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

Regionalny Ośrodek Pomocy Społecznej
03-06-2013
Nr planu 36084/2013
Podpis: *[Podpis]*

.....
Data i miejsce złożenia oferty
(wypełnia organ administracji publicznej)

OFERTA/OFFERTA WSPĆ

ORGANIZACJI POZARZĄDOWEJ (-YCH)/PODMIOTU (-ÓW), U KTORYM (-YCH) MOWA W ART. 3
UST. 3 USTAWY Z DNIA 24 KWIEŃNIA 2003 r. O DZIAŁALNOŚCI POŻYTKU PUBLICZNEGO
I O WOLONTARIACIE (Dz. U. Nr 96, poz. 873, z późn. zm.)¹⁾;
REALIZACJI ZADANIA PUBLICZNEGO

Upowszechnianie i ochrona praw konsumenta

.....
(rodzaj zadania publicznego²⁾)

Z zakresu pomocy społecznej - Zwiększenie dostępu do poradnictwa specjalistycznego dla osób i rodzin oraz inicjowanie działań na rzecz środowiskowych form wspierania rodziny

.....
(tytuł zadania publicznego)

w okresie od 1.07.2013 do 26.09.2013

W FORMIE
POWIERZENIA REALIZACJI ZADANIA/WSPIERANIA REALIZACJI ZADANIA¹⁾

PRZEZ

Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego

ul. Targowa 18

25-520 Kielce

(organ administracji publicznej)

składana na podstawie przepisów działu II rozdziału 2 ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r.
o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie

11) osoba upoważniona do składania wyjaśnień dotyczących oferty: Alicja Skiba, tel. kom. 603 087 763

12) przedmiot działalności pożytku publicznego:

a) działalność nieodpłatna pożytku publicznego

Zgodnie ze Statutem (§ 6) celami działania Federacji są:

1. Cele działania Federacji Konsumentów, obejmują zadania w zakresie:

- a) upowszechniania i ochrony praw konsumentów;
- b) pomocy społecznej, w tym pomocy rodzinom i osobom w trudnej sytuacji życiowej oraz wyrównywania szans tych rodzin i osób;
- c) działalności na rzecz integracji i reintegracji zawodowej i społecznej osób zagrożonych wykluczeniem społecznym;
- d) ochrony i promocji zdrowia;
- e) działalności na rzecz osób niepełnosprawnych;
- f) promocji zatrudnienia i aktywizacji zawodowej osób pozostających bez pracy i zagrożonych zwolnieniem z pracy;
- g) działalności na rzecz osób w wieku emerytalnym;
- h) działalności wspomagającej rozwój gospodarczy, w tym rozwój przedsiębiorczości i jej społecznej odpowiedzialności;
- i) działalności wspomagającej rozwój techniki, wynalazczości i innowacyjności oraz rozpowszechnianie i wdrażanie nowych rozwiązań technicznych w praktyce gospodarczej;
- j) działalności wspomagającej rozwój wspólnot i społeczności lokalnych;
- k) nauki, szkolnictwa wyższego, edukacji, oświaty i wychowania;
- l) ekologii i ochrony zwierząt oraz ochrony dziedzictwa przyrodniczego;
- m) upowszechniania i ochrony wolności i praw człowieka oraz swobód obywatelskich, a także działań wspomagających rozwój demokracji;
- n) działalności na rzecz integracji europejskiej oraz rozwijania kontaktów i współpracy między społeczeństwami;
- o) promocji i organizacji wolontariatu;
- p) promocji Rzeczypospolitej Polskiej za granicą;
- q) działalności na rzecz rodziny, macierzyństwa, rodzicielstwa, upowszechniania i ochrony praw dziecka;
- r) zrównoważonego rozwoju, w tym zrównoważonej konsumpcji;
- s) działalności na rzecz organizacji pozarządowych oraz innych podmiotów, w zakresie określonym w treści niniejszego paragrafu.

2. Cele działania określone w § 6 lit. a-s, obejmują te zadania, w zakresie związanym z ochroną konsumentów, promocją zrównoważonej konsumpcji, edukacją konsumencką lub poradnictwem obywatelskim.

§ 7

Realizując swoje cele określone w § 6 Federacja:

1. Działa na rzecz stworzenia systemu ochrony interesów konsumentów indywidualnych zmierzającego do zapewnienia należnych im praw do:

- a) ochrony przed zagrożeniami dla ich zdrowia i bezpieczeństwa,
- b) ochrony interesów ekonomicznych,
- c) dostępu do odpowiednich informacji w celu umożliwienia dokonywania świadomego wyboru zgodnie z indywidualnymi życzeniami i potrzebami,
- d) edukacji, w tym edukacji na temat skutków dla środowiska podejmowanych przez konsumentów wyborów społecznych i gospodarczych,
- e) dostępności skutecznego dochodzenia roszczeń,
- f) swobody zrzeszania się i wyrażania poglądów w procesach podejmowania decyzji, które ich dotyczą, indywidualnie, w ramach grup lub organizacji.

2. Promuje wzorce zrównoważonej konsumpcji.

3. Oddziałuje na politykę konsumencką państwa, samorządu.

4. Prowadzi poradnictwo obywatelskie w zakresie ujętym w ust. 1.

5. Zapewnia poszanowanie zasad równości szans kobiet i mężczyzn.

b) działalność odpłatna pożytku publicznego

Wydawanie opinii w trybie Art. 22 Ustawy o transporcie drogowym.

13) jeżeli oferent /oferenci¹⁾ prowadzi/prowadzą¹⁾ działalność gospodarczą:

a) numer wpisu do rejestru przedsiębiorców

b) przedmiot działalności gospodarczej

Nie dotyczy

II. Informacja o sposobie reprezentacji oferentów wobec organu administracji publicznej wraz z przytoczeniem podstawy prawnej¹⁰⁾

Nie dotyczy

III. Szczegółowy zakres rzeczowy zadania publicznego proponowanego do realizacji

1. Krótka charakterystyka zadania publicznego

Bezpłatne poradnictwo prawne w sprawach konsumenckich dla mieszkańców województwa świętokrzyskiego będzie podstawowym obszarem działań opisywanego zadania. Konsumentami jesteśmy wszyscy i tak w zasadzie to codziennie, zarówno wtedy, gdy kupujemy artykuły spożywcze, jak i wtedy gdy podpisujemy umowę kredytową na wiele lat. Różny jest oczywiście w obu sytuacjach poziom ryzyka finansowego, ale w obu przypadkach nasza umowa konsumencka regulowana jest przez określone przepisy, które zapewniają nam adekwatny do sytuacji, poziom ochrony. Zdarza się jednak, że sprzedawca lub usługodawca nie wywiąże się należycie ze swoich obowiązków, sprzeda nam przeterminowany produkt albo co gorsza wprowadzi w błąd określając całkowity koszt kredytu. W obu sytuacjach doradcy konsumenci w oddziale w Kielcach mają odpowiednią wiedzę, umiejętności i kompetencje aby udzielić porady prawnej oraz pomóc w skutecznym dochodzeniu roszczeń.

Sprzedawca lub usługodawca to profesjonaliści, konsument natomiast uzyskuje profesjonalną pomoc i opiekę naszej organizacji

2. Opis potrzeb wskazujących na konieczność wykonania zadania publicznego, opis ich przyczyn oraz skutków

Ochrona konsumenta to bardzo szeroki obszar merytoryczny, to m.in.: sprzedaż konsumencka, usługi finansowe (m.in. bankowe), telekomunikacja, ubezpieczenia, sprzedaż na odległość, usługi turystyczne, zrównoważony rozwój, żywność i oznakowanie żywności, ochrona danych osobowych, gospodarka odpadami, ochrona zbiorowych interesów konsumenta, reklama.

Konsument w relacji z profesjonalistą (przedsiębiorcą) jest podmiotem słabszym. To po stronie konsumenta jest ryzyko „nieudanego” zakupu lub nie wywiązania się przez przedsiębiorcę z umowy. Im zakup dotyczy droższej usługi lub produktu, tym ryzyko to rośnie, nie tylko ze względów finansowych, ale także z powodu konieczności zawarcia, często skomplikowanej lub długoletniej, umowy przygotowanej przez zespół prawny przedsiębiorcy (a

nie każdy konsument jest jednocześnie prawnikiem), napisanej w sposób niezrozumiały, a często także „drobnym drukiem”.

Z uwagi na powyższe jednym z filarów działalności FK jest wypracowanie i realizacja w praktyce dostępu do poradnictwa prawnego na rzecz obywateli oraz wspieranie obywateli w aktywnym korzystaniu ze swych praw konsumenckich.

Ochrona konsumenta to również występowanie z licznymi postulatami prawnymi w interesie konsumentów, w tym mediacje z podmiotami gospodarczymi, występowanie do administracji rządowej i samorządowej, jako element rzecznictwa obywatelskiego. Bardzo szerokim obszarem jest edukacja konsumencka. Ochrona konsumenta nie ogranicza się, bowiem do spraw post factum, ale również – analizując doświadczenie organizacji konsumenckich i sygnały z różnych źródeł – staramy się przygotować konsumentów do satysfakcjonujących ich działań na rynku.

W ubiegłym roku Federacja Konsumentów udzieliła ponad 100 000 porad prawnych, oddziale Kielcach 2 128. Te liczby świadczą o tym, że zapotrzebowanie na poradnictwo jest znaczące. Dla wielu osób doradca konsumencki, wyspecjalizowany w konkretnym obszarze prawnym, znającym specyfikę rynku, specyfikę działania konkretnych przedsiębiorców, jest ostatnią instancją, która może pomóc i wybawić z kłopotu.

Dla osób o niskich dochodach, problemy konsumenckie są szczególnie dotkliwe, a ich konsekwencje finansowe szczególnie niebezpieczne, z drugiej strony są to grupy, do których niektórzy przedsiębiorcy, licząc na naiwność i niewiedzę, kierują „nieetyczne” oferty i propozycje zakupowe.

Dla osób o niskich dochodach i w trudnej sytuacji finansowej zakup wadliwego produktu i nie uznanie jego reklamacji może stanowić poważny problem, gdy ż na drugi zakup po prostu osób tych nie stać. Należy pamiętać, że osoby o ograniczonych możliwościach finansowych, w wyborach zakupowych kierują się przede wszystkim ceną, mniejszą wagę przywiązując do jakości, co w oczywiste sprzyja powstawaniu problemów z późniejszą reklamacją produktu i dochodzeniem roszczeń.

Jednocześnie są to osoby i gospodarstwa domowe, które są głównym klientem wszelkich firm pożyczkowych, które nie są objęte nadzorem KNF oraz nie stosują się (bo nie muszą) do obowiązków (których celem jest zapewnienie konsumentowi należytej ochrony) wynikających z ustawy o kredycie konsumenckim.

Z uwagi na powyższe, zapewnienie tym grupom nieskrępowanego, swobodnego dostępu do bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego jest szczególnie istotne. Dodajmy tylko, że nietrafione zakupy i niekorzystne umowy zawierane przez konsumenta mają wpływ na sytuację finansową całej rodziny, mogą pogłębiać marginalizację ekonomiczną a w konsekwencji także przyczyniać się do wykluczeń społecznych.

3. Opis grup adresatów zadania publicznego

Zadanie skierowane jest do mieszkańców województwa świętokrzyskiego ze szczególnym uwzględnieniem osób starszych w wieku 60+.

Badanie konsumentów III wieku, Raport ARC Rynek i Opinia, przygotowany dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wskazują, że konsument w wieku 60+ jest często przeświadczony o swojej słabszej pozycji na rynku, co przejawia się w niskiej ocenie sytuacji prawnej konsumentów. Do istotnych barier utrudniających konsumentom III-go wieku poruszanie się na rynku badanie zalicza: występowanie barier mentalnych, brak aktywności konsumenckiej, nieczytelność dostarczanych informacji w miejscu sprzedaży towarów i usług, nieznajomość instytucji i organizacji zajmujących się ochroną konsumentów.

Osoby starsze uważają, że wiedzą mało na temat praw, jakie im przysługują w codziennych konsumenckich sytuacjach. Niespełna co dziesiąty badany oceniał swoją wiedzę na ten temat jako dobrą, natomiast ponad połowa respondentów przyznawała, że wie niewiele albo zupełnie nic o prawach, które im przysługują jako konsumentom. Tylko połowa konsumentów III-go wieku zna swoje prawa w sytuacji, gdy cena produktu przy kasie jest różna od ceny umieszczonej na półce. 54 proc. badanych wie, że klient kupując produkt, którego cena przy kasie okaże się wyższa może domagać się zwrotu różnicy od sprzedawcy, a on ma obowiązek ją zwrócić. Pozostali respondenci są zdania że klient stoi na przegranej pozycji, gdyż nic nie można zrobić w takiej sytuacji (11 %). Co czwarty badany sądzi, że zwrot różnicy jest dobrą wolą sprzedawcy, gdyż nie ma on obowiązku uwzględniać roszczeń (26%).

Tylko co trzeci badany jest w pełni świadomy tego, że kupując produkt niewadliwy, klient NIE ma prawa oddać go do sklepu, tylko dlatego że się rozmyślił (33%). Większość respondentów błędnie sądziło, że przysługuje im takie prawo (58%). Jest to przekonanie, pod wpływem którego może dochodzić do podejmowania błędnych decyzji zakupowych, których konsekwencje finansowe konsumenci muszą ponosić. Jednocześnie ponad połowa respondentów niesłusznie uważała, że nie można zwrócić niewadliwego produktu zakupionego u akwizytora lub na odległość. Tu przepisy dają konsumentowi 10-cio dniowy termin na odstąpienie od umowy. Podobnie niekorzystnie dla siebie konsumenci oceniali sytuację, gdy pojawiło się pytanie o możliwość zwrotu nie zamówionej a rozpakowanej przez odbiorcę przesyłki – 48% respondentów uważało, że konsument ma obowiązek płacenia w takiej sytuacji. Gdy zakupiony produkt okazał się wadliwy 13% (z 40% którym w ogóle zdarzyła się taka sytuacja) nie reklamowało go, jako powód podając w większości brak wiary w możliwość pozytywnego rozpatrzenia reklamacji.

Z obserwacji rynku Federacji Konsumentów wynika, że do powyższych czynników należy także dołączyć nie zawsze uczciwe i rzetelne praktyki i oferty rynkowe, skierowane do grupy wiekowej osób starszych.

Znajomość praw i przepisów konsumenckich w całej polucji Polaków też nie jest wysoka. Wyniki badań przeprowadzonych przez UOKiK - raport „Konsumentów portret własny: świadomość praw, sposoby podejmowania decyzji, bariery utrudniające bezpieczne i satysfakcjonujące uczestnictwo w rynku” wskazują, że 63% Polaków uważa, że przepisy dotyczące praw konsumentów są zbyt skomplikowane. 56% uważa, że konsumenci składający reklamację u sprzedawców są przez nich traktowani jak oszuści próbujący coś wyłudzić. 45% osób uważa, że w Polsce przedsiębiorcy mogą bezkarnie oszukiwać konsumentów, ponad połowa polskich konsumentów (58%) jest przekonana, że obecnie przedsiębiorcy są tak bardzo nastawieni na zysk, że nie dbają w ogóle o jakość swoich produktów.

Należy także podkreślić szczególną pozycję naszej grupy docelowej na rynku usług, które związane są z podpisywaniem długotrwałych umów (jak np. usługi bankowe, telekomunikacyjne). Szczególnie istotne czynniki ryzyka to:

- brak znajomości produktów finansowych i zasad ich funkcjonowania. Konsumenci często nie rozumieją zasad działania i funkcjonowania danego produktu i to dotyczy zarówno typowych produktów bankowych (np.: karta kredytowa, kredyt odnawialny) czy produktów bardziej skomplikowanych (np.: funduszy inwestycyjnych),
- niekompletna, nieczytelna (przez co niezrozumiała) informacja przekazywana konsumentowi w chwili zawarcia umowy,
- pisanie umów językiem trudnym i niezrozumiałym oraz stosowania „drobnego druku”.
- proponowanie usług czy produktów zbędnych.

Nie zapominajmy także, że osoby starsze często zapraszane są na przeróżne pokazy towarów czy zaskakiwani są ofertami sprzedaży towarów w domu – bardzo często tego typu sprzedaż jest powiązana z kredytowaniem. Nie zawsze konsumenci mają świadomość dokonania zakupu towaru przy użyciu kredytu lub też sprzedawcy nie przekazują im wystarczającej i kompletnej wiedzy na temat usługi kredytowej (niejednokrotnie sprzedawca nie pozostawia kopii umowy kredytowej konsumentowi).

4. Uzasadnienie potrzeby dofinansowania z dotacji inwestycji związanych z realizacją zadania, publicznego w szczególności ze wskazaniem w jaki sposób przyczyni się to do podwyższenia standardu realizacji zadania.¹¹⁾

Nie dotyczy

5. Informacja, czy w ciągu ostatnich 5 lat oferent/oferenci¹⁾ otrzymał/otrzymali¹⁾ dotację na dofinansowanie inwestycji związanych z realizacją zadania publicznego z podaniem inwestycji, które zostały dofinansowane, organu, który udzielił dofinansowania, oraz daty otrzymania dotacji.¹¹⁾

Nie dotyczy

6. Zakładane cele realizacji zadania publicznego oraz sposób ich realizacji

Cel główny projektu: Zapewnienie mieszkańcom województwa świętokrzyskiego (a szczególności osobom i rodzinom zagrożonym wykluczeniem ekonomicznym i marginalizacją społeczną) dostępu do bezpłatnego poradnictwa prawnego w sprawach konsumenckich prowadzonego przez największą, wyspecjalizowaną organizację konsumencką w Polsce.

Bezpłatne poradnictwo i pomoc prawna będzie prowadzona w zakresie uprawnień konsumentów, pomoc w dochodzeniu roszczeń przez konsumentów, pomoc prawna udzielana konsumentom, udzielanie wyczerpujących porad na podstawie m.in. analizy dokumentów, co przyczyni się również do podniesienia świadomości prawnej konsumentów i wzmocnienia ich pozycji w sporach z profesjonalistami.

7. Miejsce realizacji zadania publicznego

Kielce, siedziba Oddziału Federacji Konsumentów.

Zasięg działań: województwo świętokrzyskie.

8. Opis poszczególnych działań w zakresie realizacji zadania publicznego ¹²⁾

Sposób realizacji poradnictwa prawnego zależy tego, czego dotyczy sprawa, jej złożoności oraz indywidualnych oczekiwań konsumentów. Stąd poradnictwo prawne świadczone w ramach zadania będzie realizowane w różnym zakresie z zastosowaniem różnych procedur postępowania i jak najbardziej efektywnych narzędzi prawnych. Każdorazowo zależeć one będą od oceny sytuacji tak, aby podjęte działania były jak najbardziej adekwatne i optymalne w konkretnej, indywidualnej sytuacji.

Należy wyróżnić sposoby działań, które zostaną wykorzystane:

- prosta porada - telefoniczna, ustna i/lub pisemna; taka porada sprowadza się do poinformowania konsumenta, jakie przysługują mu prawa, czego i w jaki sposób może domagać się od przedsiębiorcy, jest to etap, w którym konsument - znając swoje prawa – może samodzielnie wyegzekwować należne mu prawa i samodzielnie dochodzić roszczeń;

- gdy porada telefoniczna lub ustna jest pierwszym etapem sprawy, musi być ona dalej prowadzona przez prawnika lub doradcę oddziału, może być to wystąpienie, często w imieniu konsumenta, do przedsiębiorcy lub usługodawcy, podjęcie interwencji, by przedsiębiorca rozpatrzył reklamację lub roszczenia konsumenta zgodnie z przepisami obowiązującego prawa.

- Gdy wskazane działania nie odniosą skutku, podejmowana jest mediacja lub sporządzane są pisma procesowe.

W każdym przypadku konsument uzyskuje od nas bezpłatną opiekę prawnika i doradcy konsumenckiego.

Poradnictwo prawne będzie udzielane indywidualnym konsumentom - każdy kto zechce skorzystać z naszej pomocy może liczyć na obsługę prawnika np. w formie krótkiej porady, jakie są prawa i obowiązki obu stron umowy konsumenckiej – czyli jak konsument może i powinien zachować się w konkretnej sytuacji, czego może domagać się od sprzedawcy i/lub usługodawcy. Ale gdy porada nie wystarczy, aby rozwiązać problem konsumencki – nasi prawnicy przeprowadzą mediacje z przedsiębiorcą, aby polubownie zakończyć zgłoszoną sprawę. W efekcie rozwiążemy konkretny przypadek, jak również przyczynimy się do kreowania rynku, na którym prawa konsumenta są przestrzegane.

Część naszego poradnictwa będzie dotyczyć sytuacji przed podjęciem decyzji konsumenckiej, czyli będą to

konsultacje w zakresie różnego typu umów podpisywanych z konsumentami. Prawne poradnictwo konsumenckie to bardzo szeroki obszar merytoryczny, zatem zadania prowadzone w ramach dątaacji obejmą m. in. takie obszary prawne, jak: sprzedaż konsumentcka , telekomunikacja, ubezpieczenia, usługi finansowe i kredytowe, sprzedaż na odległość i po za lokalem przedsiębiorstwa, bezpieczeństwo produktu, usługi turystyczne.

Tak więc będą to zarówno sprawy dnia codziennego, które bez pomocy prawnika i organizacji konsumenckiej są po prostu uciążliwe, jak również sprawy obarczone wysokim ryzykiem finansowym, które bez profesjonalnej pomocy mogą powodować drastyczne pogorszenie sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, a w grupach już zagrożonych ubóstwem prowadzić do wykluczeń społecznych.

Zakres merytoryczny: to praktycznie każdy aspekt prawa konsumenckiego:

- sprzedaż konsumentcka (to dokonywane przez nas zakupy, zarówno produktów dnia codziennego, jak artykuły spożywcze, jak i produktów droższych, jak np. telewizor),
- usługi telekomunikacyjne (jak np. umowa z operatorem telefonii komórkowej),
- usługi bankowe i finansowe (jak np. umowy kredytowe i pożyczkowe),
- ubezpieczenia,
- usługi turystyczne,
- sprzedaż poza lokalem firmy i na odległość (w tym sprzedaż za pośrednictwem Internetu),
- ochrona danych osobowych.

Wszystkie opisane wyżej sposoby i metody prowadzenia poradnictwa zostaną wykorzystane podczas realizacji zadania.

9. Harmonogram ¹³⁾

Zadanie publiczne realizowane w okresie od 1.07.2013 do 26.09.2013

Poszczególne działania w zakresie realizowanego zadania publicznego ¹⁴⁾	Terminy realizacji Poszczególnych działań	Oferent lub inny podmiot odpowiedzialny za działanie w zakresie realizowanego zadania publicznego
Poradnictwo bezpośrednie	1.07.2013 26.09.2013	– Federacja Konsumentów
poradnictwo telefoniczne	1.07.2013 26.09.2013	– Federacja Konsumentów
poradnictwo pisemne	1.07.2013 26.09.2013	– Federacja Konsumentów

10. Zakładane rezultaty realizacji zadania publicznego ¹⁵⁾

Realizacja zadania pozwoli prowadzić, na szeroką skalę, bezpłatne poradnictwo prawne przez naszą organizację dla mieszkańców województwa świętokrzyskiego.

W ten sposób przyczynimy się również do wzrostu świadomości i wiedzy konsumenckiej wśród mieszkańców miasta i okolic. W efekcie prowadzone zadanie przyczyni się do kształtowania rynku, na którym prawa i potrzeby konsumenta są respektowane.

Poradnictwo będziemy prowadzić w różnych formach: ustnej, telefonicznej, pisemnej, a także poprzez mediacje z przedsiębiorcami.

Łatwy dostęp do bezpłatnej pomocy prawnej jest szczególnie istotny dla osób o niskich dochodach finansowych, który nie stać na opłacenie usługi prawniczej, ani na zakupy wadliwych produktów czy zawieranie niekorzystnych umów.

Łącznie planujemy udzielić w ramach zadania co najmniej 450 porad.

IV. Kalkulacja przewidywanych kosztów realizacji zadania publicznego

1. Kosztorys ze względu na rodzaj kosztów:

Lp.	Rodzaj kosztów ¹⁶⁾	Ilość jednostek	Koszt jednostkowy (w zł)	Rodzaj miary	Koszt całkowity (w zł)	z tego z wnioskowanej dotacji do pokrycia z dotacji (w zł)	z tego z finansowych środków własnych, środków z innych źródeł w tym wpłat i opłat adresatów zadania publicznego ¹⁷⁾ (w zł)	Koszt do pokrycia z wkładu osobowego (w tym pracy społecznej członków i świadczeń wolontariuszy) (w zł)
I	Koszty merytoryczne ¹⁸⁾ po stronie Federacji Konsumentów ¹⁹⁾ : 1) Doradcy konsumenci – 3 osoby	3	2600	Miesiące (3 osoby)	7800,00	7800,00	0	0
II	Koszty obsługi ²⁰⁾ Zadania publicznego, w tym koszty administracyjne po stronie Federacji konsumentów : 1) obsługa księgowo zadania	3	400	Miesiące	1200,00	0	1200,00	0
	2) koordynacja zadania i sprawozdawczość	3	500	Miesiące	1500,00	1500,00	0	0
	3) koszty telekomunikacji (telefon, Internet) wykorzystywane w trakcie udzielania porady	3	90	Miesiące	270,00	270,00	0	0
	4) koszty materiałów (papier, toner) wykorzystywane w trakcie udzielanej porady	3	80	miesiące	240,00	240,00	0	0
III	Inne koszty, w tym koszty wyposażenia i promocji po stronie				0	0	0	0
IV	Ogółem:				11010,00	9810,00	1200,00	0

2. Przewidywane źródła finansowania zadania publicznego

1	Wnioskowana kwota dotacji	9810,00 zł	89,10%
2	Środki finansowe własne ¹⁷⁾	1200,00 zł	10,90%
3	Środki finansowe z innych źródeł ogółem (środki finansowe wymienione w pkt. 3.1-3.3) ¹¹⁾	0,00 zł	0%
3.1	wpłaty i opłaty adresatów zadania publicznego ¹⁷⁾	0,00 zł	0%
3.2	finansowe środki z innych źródeł publicznych (w szczególności: dotacje z budżetu państwa lub budżetu jednostki samorządu terytorialnego, funduszy celowych, środki z funduszy strukturalnych) ¹⁷⁾	0,00 zł	0%
3.3	pozostałe ¹⁷⁾	0,00zł	.0%
4	Wkład osobowy (w tym świadczenia wolontariuszy i praca społeczna członków)	0,00zł	.0%
5	Ogółem (środki wymienione w pkt. 1 – 4)	11010,00 zł	100%

3. Finansowe środki z innych źródeł publicznych ²¹⁾

Nazwa organu administracji publicznej lub innej jednostki sektora finansów publicznych	Kwota środków (w zł)	Informacja o tym, czy wniosek (oferta) o przyznanie środków został (-a) rozpatrzony (-a) pozytywnie czy też nie został jeszcze rozpatrzony.	Termin rozpatrzenia – w przypadku wniosków (ofert) nierozpatrzonych do czasu złożenia niniejszej oferty
Nie dotyczy		TAK/NIE ¹⁾	
		TAK/NIE ¹⁾	
		TAK/NIE ¹⁾	
		TAK/NIE ¹⁾	

Uwagi, które mogą mieć znaczenie przy ocenie kosztorysu:

Oddział w Kielcach będzie objęty opieką merytoryczną wyspecjalizowanych prawników Biura Prawnego FK, będzie miał na bieżąco dostęp do materiałów szkoleniowych, edukacyjnych, będzie otrzymywał ulotki informacyjne przeznaczone do dalszej dystrybucji wśród konsumentów. Doradcy w oddziale będą uczestniczyli w organizowanych szkoleniach i miał możliwości podnoszenia wiedzy w zakresie poradnictwa konsumenckiego. Kosztów tych nie uwzględniamy w powyższym budżecie zadania, należy jednak podkreślić, że będą one ponoszone przez Federację Konsumentów, a ich celem jest zapewnienie wysokiego poziomu merytorycznego prowadzonego poradnictwa prawnego w oddziale w Kielcach.

Koszt jednej porady wykonanej w ramach zadania wynosi niecałe 25 zł – jest to cena znacznie poniżej ceny rynkowej, która waha się od 100 do 250 zł.

V. Inne wybrane informacje dotyczące zadania publicznego

1. Zasoby kadrowe przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania publicznego ²²⁾

W celu realizacji działań przewidzianych w ofercie planujemy zatrudnienie Na umowę cywilno-prawną (umowa o dzieło) 3 doradców konsumenckich. Są to specjaliści prawa konsumenckiego, ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień sprzedaży konsumenckiej oraz zlecania i wykonywania usług. Są to obszary, w których pomoc prawnika jest potrzebna najczęściej.

Są to osoby, które udzielają pomocy prawnej indywidualnym konsumentom, piszący pozwы, prowadzący sprawy przed polubownymi sądami polubownymi i powszechnymi oraz mediacje z przedsiębiorcami, a także opiniują akty prawne i przygotowują wystąpienia Federacji Konsumentów.

Dodatkowo za prawidłowość finansową działań będzie odpowiedzialna księgowa Federacji Konsumentów, która ma duże doświadczenie w prowadzeniu księgowości zadań i projektów celowych.

2. Zasoby rzeczowe oferenta/offerentów¹⁾ przewidywane do wykorzystania przy realizacji zadania ²³⁾

Oddział Federacji Konsumentów w Kielcach dysponuje:
- lokalem przystosowanym do prowadzenia poradnictwa,
- sprzętem biurowym,
- sprzętem komputerowym.
Sprzęt ten będzie wykorzystywany w trakcie realizacji zadania.

3. Dotychczasowe doświadczenia w realizacji zadań publicznych podobnego rodzaju (ze wskazaniem, które z tych zadań realizowane były we współpracy z administracją publiczną).

2010 r.

1. Zakończyliśmy realizację projektu (rozpoczętego w 2009): Konsumentkie poradnictwo prawne (finansowanego ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego), cel: zdiagnozowanie lokalnych problemów (comiesięczna ankieta) i podnoszenie poziomu profesjonalnego poradnictwa prawnego w oddziałach FK dzięki przekazywanej wiedzy w comiesięcznym Newsletterze zgodnie ze zdiagnozowanymi potrzebami. Projekt miał zasięg ogólnopolski, 231 500,00 PLN (płatne w latach 2009, 2010, 2011)

2. Zadanie zlecone na podstawie rozstrzygniętego konkursu ogłoszonego przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów – „Prowadzenie ogólnopolskiego bezpłatnego poradnictwa i pomocy prawnej w zakresie uprawnień konsumentów oraz dochodzenia ich roszczeń”, 695 000,00 PLN.

3. Pomoc prawna przy prowadzeniu spraw przed sądami powszechnymi i polubownymi sadami konsumenckimi oraz sporządzanie pism procesowych na rzecz konsumentów, 259 997,00 PLN.

4. Bezpłatne poradnictwo prawne w sprawach konsumenckich dla mieszkańców miasta stołecznego Warszawy – zadanie zlecone przez Prezydenta m. st. Warszawy 40 000,00 PLN.

2011 r.

1. Kontynuacja projektu: Konsument – Polsko – Niemieckie Centrum Informacji Konsumentkie, cel: prowadzenie poradnictwa w zakresie konsumenckich transakcji transgranicznych w polsko-niemieckim regionie przygranicznym, odbiorcy – mieszkańcy rejonu przygranicznego – woj. lubuskie i odpowiednio po stronie niemieckiej, współfinansowany przez Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego w ramach programu współpracy transgranicznej Polska (województwo lubuskie) – Brandenburgia 2007-2013.

2. Bezpłatne poradnictwo prawne w sprawach konsumenckich dla mieszkańców miasta stołecznego Warszawy – zadanie zlecone przez Prezydenta m. st. Warszawy – 40 000 PLN.

3. Realizacja przedsięwzięcia zleconego na podstawie konkursu ogłoszonego przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, pt. "Prowadzenie ogólnopolskiego bezpłatnego poradnictwa i pomocy prawnej w zakresie uprawnień konsumentów oraz dochodzenia ich roszczeń oraz sporządzanie pism procesowych na rzecz konsumentów na terenie województwa: mazowieckiego, dolnośląskiego, kujawsko-pomorskiego, lubuskiego, łódzkiego, małopolskiego, podlaskiego, podkarpackiego, pomorskiego, śląskiego, świętokrzyskiego, warmińsko-mazurskiego, wielkopolskiego, zachodniopomorskiego, 829 415,00 PLN.

4. Realizacja przedsięwzięcia zleconego na podstawie konkursu ogłoszonego przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, pt. „Infolinia konsumencka”, 499 999,00 PLN – Poradnictwo konsumenckie o zasięgu ogólnopolskim prowadzone przez prawników FK za pomocą infolinii telefonicznej bezpłatnej dla dzwoniącego.

5. Realizacja zadania na podstawie rozstrzygniętego konkursu pod tytułem „Bezpieczeństwo zakupów w Internecie” – przygotowana została kampania informacyjna połączona ze spotem reklamowym emitowanym w Internecie, 49 500,00 PLN, finansowana przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

2012 r.

1. Bezpłatne poradnictwo prawne w sprawach konsumenckich dla mieszkańców miasta stołecznego Warszawy – zadanie zlecone przez Prezydenta m. st. Warszawy, 40 000,00 PLN.

2. Kontynuacja projektu: Konsument – Polsko – Niemieckie Centrum Informacji Konsumenckie, cel: prowadzenie poradnictwa w zakresie konsumenckich transakcji transgranicznych w polsko-niemieckim regionie przygranicznym, odbiorcy – mieszkańcy rejonu przygranicznego – woj. lubuskie i odpowiednio po stronie niemieckiej, współfinansowany przez Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego w ramach programu współpracy transgranicznej Polska (województwo lubuskie) – Brandenburgia 2007-2013.

3. Realizacja przedsięwzięcia zleconego na podstawie konkursu ogłoszonego przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, pt. "Prowadzenie ogólnopolskiego bezpłatnego poradnictwa i pomocy prawnej w zakresie uprawnień konsumentów oraz dochodzenia ich roszczeń oraz sporządzanie pism procesowych na rzecz konsumentów na terenie województwa: mazowieckiego, dolnośląskiego, kujawsko-pomorskiego, lubuskiego, łódzkiego, małopolskiego, podlaskiego, podkarpackiego, pomorskiego, śląskiego, świętokrzyskiego, warmińsko-mazurskiego, wielkopolskiego, zachodniopomorskiego, 812 360,00 PLN (suma łączna 14 konkursów).

4. Realizacja przedsięwzięcia zleconego na podstawie konkursu ogłoszonego przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, pt. „Infolinia konsumencka”, bezpłatne telefoniczne poradnictwo prawne udzielane przez konsultantów – prawników FK, kwota dofinansowania: 520 020,00 PLN.

5. Realizacja zadania publicznego zleconego w ramach Programu Operacyjnego „Pomoc i poradnictwo skierowane do konsumentów w społecznościach lokalnych”. Realizowany projekt dotyczy ochrony praw konsumenta – narzędzie: bezpłatne poradnictwo prawne, wypracowanie wspólnych działań podejmowanych przez organizację konsumencką i miejskich/powiatowych rzeczników konsumentów (pracowników samorządowych), promocja rozwoju ruchu konsumenckiego, aktywizacja konsumentów III-wieku i promocja wolontariatu. Finansowany MIPS, kwota dofinansowania: 149 340,00 PLN

6. Działania aktywizacji seniorów – Gmina Miejska Wałcz – 1 300,00 PLN

7. Działania aktywizacji seniorów – Powiat Wąlecki – 600,00 PLN

8. Szkolenie nauczycieli z zakresu elementów Widzy konsumenckiej – Gmina Miasta Tarnowa – 4000,00 PLN

9. Edukacja konsumencka przedsiębiorców mających bezpośrednią styczność z konsumentami lub realizującymi procesy reklamacyjne – Gmina Miasta Tarnowa – 4000,00 PLN

10. Szkolenie nauczycieli uczących dzieci uczęszczające do przedszkoli z zakresu elementów Widzy konsumenckiej – Gmina Miasta Tarnowa - 4000,00 PLN

11. Prowadzenie bezpłatnego poradnictwa prawnego i pomocy prawnej w sprawach konsumenckich dla mieszkańców Nowego Sącza – Urząd Miasta Nowy Sącz – 4150,00 PLN

12. Ochrona praw konsumentów w 2012 r – Gmina Miejska Nowa Ruda – 9 950,00 PLN

13. Upowszechnianie i ochrona praw konsumentów – Miasto Kalisz – 4800,00 PLN
14. Bezpłatne konsumenckie poradnictwo prawne – Powiat Polkowice – 5600,00 PLN
15. Świadomy konsument kaliski w okresie przedświątecznych zakupów – Miasto Kalisz – 5200,00 PLN
16. Dofinansowanie wkładu własnego – Miasto Katowice – 7595,00 PLN
17. Dofinansowanie wkładu własnego – Województwo Dolnośląskie – 6435,00 PLN
18. Realizacja działań na rzecz ochrony interesów konsumenckich między innymi poprzez organizację warsztatów, konferencji, kampanii informacyjno – edukacyjnych – Województwo Świętokrzyskie – 5000,00 PLN
19. Aktywizacja działań senioralnych 60+ - Województwo Dolnośląskie – 8300,00 PLN
20. Szkolenia prawne dla powiatowych/miejskich rzeczników konsumentów i przedstawicieli organizacji pozarządowych – Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów – 70497,06 PLN
21. Ochrona praw konsumenckich w ramach edukacji konsumenckiej w szkołach publicznych miasta Rzeszowa – Gmina Miasto Rzeszów - 15000,00 PLN
22. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumenckich – Powiat Rzeszowski - 18000,00 PLN

W trakcie realizacji zadań, konkursów, projektów i przetargów Federacja Konsumentów w ostatnich kilku latach wydawała szereg publikacji, tj.: ulotki, broszury. Zawierały one informacje tematyczne związane np. z cyfryzacją, oznakowaniem artykułów spożywczych, kredytami, ubezpieczeniami. Za każdym razem radziliśmy konsumentom jak poruszać się na rynku, aby dokonać świadomego wyboru. Publikacje często związane były z prowadzeniem kampanii społecznych oraz spotkań, wykładów skierowanych do konsumentów-seniorów.

4. Informacja, czy oferent/ferenci¹⁾ przewiduje(-a) zlecać realizację zadania publicznego w trybie, o którym mowa w art. 16 ust. 7 ustawy dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

Nie dotyczy

Oświadczam (-y), że:

- 1) proponowane zadanie publiczne w całości mieści się w zakresie działalności pożytku publicznego oferenta/offerentów¹⁾;
- 2) w ramach składanej oferty przewidujemy pobieranie/niepobieranie¹⁾ opłat od adresatów zadania.
- 3) oferent/offerenci¹⁾ jest/są¹⁾ związany(-ni) niniejszą ofertą do dnia 15.09.2013 .;
- 4) w zakresie związanym z otwartym konkursem ofert, w tym z gromadzeniem, przetwarzaniem i przekazywaniem danych osobowych, a także wprowadzaniem ich do systemów informatycznych, osoby, których te dane dotyczą, złożyły stosowne oświadczenia zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2002 r. Nr 101, poz. 926, z późn. zm.);
- 5) oferent/offerenci¹⁾ składający niniejszą ofertę nie zalega(-ją) z opłacaniem należności z tytułu zobowiązań podatkowych/składek na ubezpieczenia społeczne;
- 6) dane określone w części I niniejszej oferty są zgodne z Krajowym Rejestrem Sądowym/właściwą ewidencją¹⁾;
- 7) wszystkie podane w ofercie oraz załącznikach informacje są zgodne z aktualnym stanem prawnym i faktycznym.

24 MAJ 2013

Za zgodność
z oryginałem

STOWARZYSZENIE PRACOWNIKÓW
WŁOCHOWICZES
Olga Frączek

.....
.....
.....

STOWARZYSZENIE PRACOWNIKÓW
WŁOCHOWICZES
Olga Frączek

Zgodnie z załączonym pełnomocnictwem

(podpis osoby upoważnionej
lub podpisy osób upoważnionych
do składania oświadczeń woli w imieniu
oferenta/offerentów¹⁾)

Data 23.05.2013

Załączniki:

1. Kopia aktualnego odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego, innego rejestru lub ewidencji²⁴⁾
2. W przypadku wyboru innego sposobu reprezentacji podmiotów składających ofertę wspólną niż wynikający z Krajowego Rejestru Sądowego lub innego właściwego rejestru - dokument potwierdzający upoważnienie do działania w imieniu oferenta(-ów).

Poświadczenie złożenia oferty²⁵⁾

Adnotacje urzędowe²⁵⁾