

ZARZĄDZENIE NR 162./2012
PREZYDENTA MIASTA MYSŁOWICE
z dnia 29 lutego 2012

w sprawie: zatwierdzenia „Sprawozdania z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów
w Mysłowicach za 2011 rok”

Na podstawie art. 30 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (t.j. Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1591 z późn. zm.) oraz art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów /Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm./

Zarządzam co następuje:

§ 1.

Zatwierdzić „Sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Mysłowicach za 2011 rok” stanowiące załącznik do niniejszego Zarządzenia.

§ 2.

Zobowiązuję Miejskiego Rzecznika Konsumentów do przekazania sprawozdania, o którym mowa w § 1 do Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Katowicach.


§ 3.

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

**PREZYDENT
MIASTA MYSŁOWICE**
mgr inż. Edward LASOK

Otrzymują:

1. Wydz. Organizacyjny UM a/a – 2 egz.
2. Miejski Rzecznik Konsumentów – 2 egz.

RADCA PRAWNY

mgr **Bożena PILARSKA**
(nr wpisu 1172)

**SPRAWOZDANIE
Z DZIAŁALNOŚCI
MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW
W MYSŁOWICACH
ZA 2011 ROK**

**Biuro Miejskiego Rzecznika Konsumentów
w Mysłowicach**

Mysłowice, luty 2012 r.

SPIS TREŚCI

I.	Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów	3
II.	Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów	3
1.	Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów	3
a)	ogólna charakterystyka problemów z jakimi zgłaszali się konsumenci	3
b)	charakterystyka i struktura porad	5
2.	Występowanie do przedsiębiorców w sprawach konsumenckich – rodzaje, charakterystyka i struktura wystąpień	7
3.	Występowanie w charakterze oskarżyciela publicznego w sprawach o wykroczenia w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 24 sierpnia 2001 r. Kodeks postępowania w sprawach o wykroczenia /Dz. U. Nr 106, poz. 1148 z późn. zm./	9
4.	Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów	9
5.	Współpraca z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi w zakresie ochrony konsumentów	10
6.	Zadania określone w przepisach odrębnych	10
III.	Udział rzecznika w seminariach, warsztatach i konferencjach w 2011 roku	10
IV.	Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym	11
V.	Podsumowanie i wnioski końcowe	11
 Spis tabel		
	Tabela Nr 1 - Poradnictwo konsumenckie i udzielanie informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów – struktura udzielonych porad	5
	Tabela Nr 2 - Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw interesów konsumentów	7
 Spis wykresów		
	Wykres nr 1 - Kategoryzacja poradnictwa konsumenckiego w 2011 r.	4
	Wykres nr 2 - Struktura wystąpień pisemnych Rzecznika w 2011 r.	8
	Wykres nr 3 – Poradnictwo konsumenckie na przestrzeni lat 2004 – 2011	12

I. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Ochrona praw konsumentów obejmuje działania na wielu płaszczyznach, które realizowane są przez instytucje o różnych kompetencjach. Opiera się na przesłankach ekonomicznych i społecznych i ma już bardzo długą tradycję. Konieczność przestrzegania jej zasad przez Polskę wynika zarówno z wewnętrznych uwarunkowań społeczno – gospodarczych jak i z zobowiązań międzynarodowych a także z potrzeby harmonizacji regulacji prawnych i wyrównania standardów ochrony do poziomu obowiązującego w krajach Unii Europejskiej.

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej w art. 76 nakłada na władze publiczne obowiązek ochrony konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Na mocy przepisów ustawy o samorządzie powiatowym, ochrona praw konsumenta należy do zadań powiatu. Powiatowy/Miejski Rzecznik Konsumentów wykonuje swoje zadania na podstawie przepisów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów /Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm./, które m.in. określają rolę samorządu terytorialnego w zakresie ochrony konsumentów oraz funkcję i zadania powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów. Jako instytucja „pierwszego kontaktu” zapewnia konsumentom dostęp do informacji i pomoc prawną w indywidualnych sprawach konsumenckich.

Uchwałą Nr LVII/578/2005 z dnia 29 grudnia 2005 r. Rada Miasta Mysłowice utworzyła z dniem 1 stycznia 2006 r. Biuro Miejskiego Rzecznika Konsumentów jako jednostkę budżetową, przy pomocy której Miejski Rzecznik Konsumentów wykonuje zadania samorządu powiatowego w zakresie ochrony interesów konsumentów. W dniu 23 lutego 2006 r. Rada Miasta Mysłowice Uchwałą Nr LXII/608/2006 zatwierdziła natomiast statut Biura.

Do zakresu działania Biura należą sprawy z zakresu ochrony praw konsumentów – mieszkańców miasta Mysłowice. Miejski Rzecznik Konsumentów wykonuje zadania określone ustawą przy pomocy pracowników Biura. Obecnie kadra Biura liczy trzy osoby /2 i ¼ etatu/ a stan kadrowy pozostaje niezmienny od czasu powstania Biura.

Rzecznik zgodnie z art. 43 ust. 1 cyt. ustawy w terminie do dnia 31 marca każdego roku, przedkłada Prezydentowi Miasta Mysłowice do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim oraz przekazuje je właściwej miejscowo delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

II. Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów.

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

a) ogólna charakterystyka problemów z jakimi zgłaszali się konsumenci

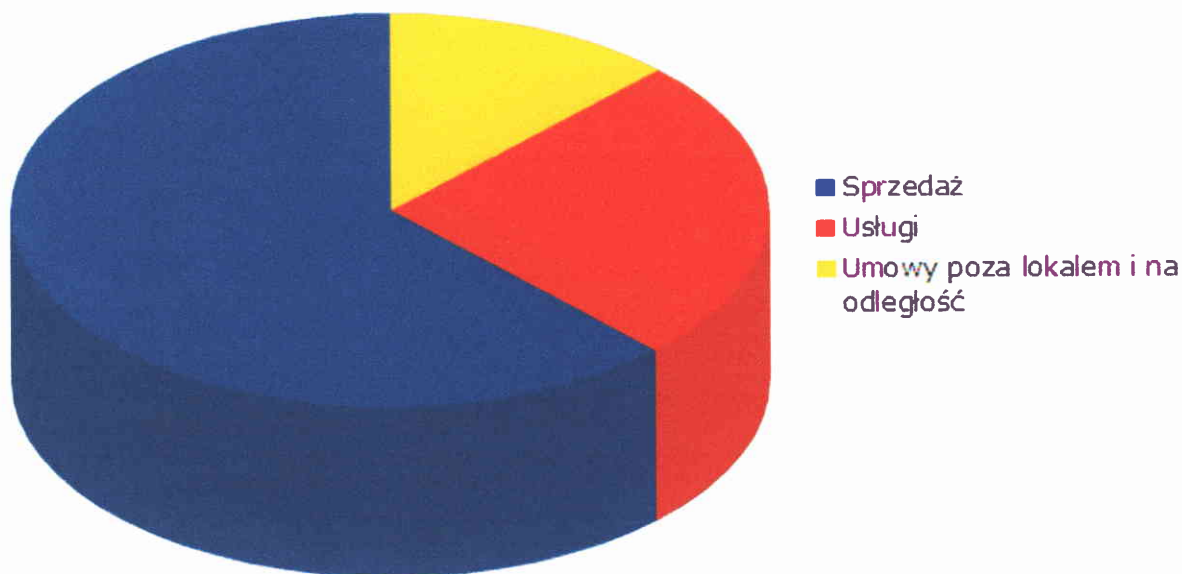
Podstawowym zadaniem Rzecznika Konsumentów jest bezpłatne poradnictwo konsumenckie. Głównym celem podejmowanych w tym zakresie działań jest rozwijanie świadomości konsumentów,

wyrabianie ich krytycznego zmysłu, tak aby mogli w sposób racjonalny dokonywać wyborów i właściwie reagować na naciski handlowe i skutecznie egzekwować swoje prawa.

Spośród 1643 spraw konsumenckich zgłoszonych w 2011 r. Rzecznik udzielił 819 porad osobistych, 768 porad telefonicznych oraz 56 porad w formie mailowej. Każda zgłaszana sprawa analizowana była pod względem faktycznym i prawnym. Konsumentom byli informowani o obowiązujących w ich sprawach przepisach prawa. Wskazywano im także konkretne działania, które mogą podjąć, aby wyegzekwować przysługujące im uprawnienia. W wielu wypadkach Rzecznik pomagał konsumentom w przygotowaniu pism, takich jak: zgłoszenia reklamacyjne, odwołania od decyzji przedsiębiorcy o odrzuceniu roszczeń reklamacyjnych, oświadczenia o odstąpieniu od umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość jak również pisma procesowe.

Oprócz konsumentów, wielu przedsiębiorców kontaktowało się z Rzecznikiem w sprawach konsumenckich. Były to zarówno osoby rozpoczynające działalność gospodarczą, które chciały uzyskać informację jakie mają obowiązki wobec konsumentów i jakie regulują to przepisy, jak i przedsiębiorcy działający na rynku niekiedy wiele lat, którzy konsultowali konkretne sprawy konsumenckie. Niektóre sprawy zgłaszane przez konsumentów nie podlegały Rzecznikowi ze względu na ogólny brak właściwości albo ze względu na to, że dla danej kategorii spraw konsumenckich i pokrewnych istnieje inna, wyspecjalizowana instytucja np. Rzecznik Ubezpieczonych, Arbiter Bankowy, Rzecznik Odbiorców Paliw i Energii przy Urzędzie Regulacji Energetyki, Rzecznik Praw Obywatelskich, Rzecznik Praw Pacjenta, Inspekcja Handlowa, Sanepid, Urząd Skarbowy, Państwowa Inspekcja Pracy, Policja, MOPS, ZUS itd.

Wykres nr 1 - Kategoryzacja poradnictwa konsumenckiego w 2011 r.



Jakość udzielanych porad i wskazania sposobu rozwiązania problemu mającego genezę w różnych gałęziach prawa: konsumenckim, cywilnym, telekomunikacyjnym, ubezpieczeniowym, pocztowym, kredytowym, przewozowym, lokalowym, lotniczym, turystycznym, czy też w innych przepisach prawa regulującego szeroko pojęty wolny rynek usług, w znacznej mierze ma przełożenie na liczbę prowadzonych przez rzecznika postępowań wyjaśniających oraz interwencyjnych.

b) charakterystyka i struktura porad

Jeżeli chodzi o strukturę udzielonych porad, 62% z nich dotyczyło umów sprzedaży zawieranych w siedzibie przedsiębiorcy - głównie obuwia, sprzętu AGD, RTV jak również aparatów telefonicznych oraz mebli. Reklamowane usługi stanowiły natomiast 25% ogółu zgłoszonych zapytań. Do najczęściej występujących należały sprawy dot. usług telekomunikacyjnych /internetowych, telefonii stacjonarnej i komórkowej, telewizji cyfrowej/, usług finansowych oraz usług ubezpieczeniowych. Duża ilość skarg na operatorów telekomunikacyjnych jest efektem działań podejmowanych w zakresie liberalizacji rynku. Walcząc o klienta przedsiębiorcy nie zawsze stosują uczciwe metody.

Nadal wzrasta ilość zgłaszanych problemów dotyczących umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość /głównie przez Internet/. W okresie sprawozdawczym odsetek tego rodzaju spraw stanowił 13% ogółu udzielonych porad, wśród których dominowała sprzedaż sprzętu AGD, RTV, komputerów i telefonów jak również usługi telekomunikacyjne. Na nieuczciwe działania akwizytorów narażone są głównie osoby starsze, samotne i nieporadne, które informują o niedopełnieniu wobec nich obowiązków informacyjnych, zwłaszcza w zakresie kosztów kredytu zaciągniętego na pokrycie ceny towarów lub usług, a także o prawie odstąpienia od umowy, co utrudnia a wręcz uniemożliwia skuteczne skorzystanie z tego prawa.

Szczegółową informację w w/w zakresie przedstawia Tabela nr 1.

Tabela Nr 1

**Poradnictwo konsumenckie i udzielanie informacji prawnej
w zakresie ochrony konsumentów – struktura udzielonych porad**

Wyszczególnienie	Ilość	Udział (%)
I. USŁUGI ogółem, w tym:	414	25
Finansowe/ bankowe	65	
Ubezpieczeniowe	43	
Telekomunikacja, TV kablowa	153	
Motoryzacyjne /serwis/	15	
Turystyczne	24	
Pralnicze	6	
Remontowo – budowlane	27	
Przewozowe	6	
Doradztwo	4	
Najem	41	

Medyczne	1	
Deweloperskie, pośrednictwo przy sprzedaży nieruchomości	2	
Gastronomiczne	3	
Krawieckie	1	
Szklarskie	1	
Fryzjerskie	2	
Edukacyjne	5	
Szewskie	1	
Naprawa AGD, RTV	1	
Krawieckie	1	
Windykacyjne	10	
Pocztowe	2	
II. UMOWY SPRZEDAŻY ogółem, w tym:	1023	62
Sprzęt AGD, RTV	161	
Odzież	43	
Sprzęt komputerowy, urządzenia peryferyjne	57	
Obuwie	335	
Części samochodowe	32	
Samochody, skutery	46	
Sprzęt rehabilitacyjny	2	
Aparaty telefoniczne	61	
Wyposażenie domu	22	
Stolarka okienna, drzwi	41	
Galanteria skórzana	18	
Meble	64	
Okulary	8	
Żywność	7	
Materiały budowlane	24	
Sprzęt sportowy, wózki	19	
Kosmetyki	5	
Biżuteria	6	
Zabawki	4	
Maszyny, urządzenia	20	
Nieruchomości	7	
Instrumenty muzyczne	3	
Medykamenty	1	
Inne	12	
Niekonsumenckie	23	
III. UMOWY POZA LOKALEM I NA ODLEGŁOŚĆ	206	13
Urządzenia filtrujące wodę	1	
Urządzenia czyszczące	8	
Sprzęt do rehabilitacji	16	
Odzież	9	

Sprzęt AGD, RTV, komputery, telefony	35	
Garnki	4	
Stolarka drzewiana i okienna, materiały budowlane	14	
Usługi edukacyjne	1	
Usługi ubezpieczeniowe	1	
Książki	7	
Części samochodowe	3	
Media /sprzedaż energii elektr./	2	
Usługi internetowe	43	
żywność	1	
Usługi telekomunikacyjne	61	
RAZEM	1643	100

2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach konsumenckich – rodzaje, charakterystyka i struktura wystąpień

Zgodnie z art. 42 ust.1 pkt 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z. 2007 r. Nr 50, poz. 331) występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów jest obok poradnictwa podstawowym instrumentem wykorzystywanym przez Rzecznika, mającym na celu udzielenie pomocy konsumentowi. Występowanie do przedsiębiorców następuje na wniosek konsumenta składany w formie pisemnej i po przedłożeniu dokumentów zebranych w sprawie. Pisemne wystąpienia rzecznika konsumentów do przedsiębiorców przybierają zróżnicowane formy wezwań i mediacji. Mają one na celu rozwiązanie sporu istniejącego pomiędzy stronami stosunku zobowiązaniowego lub zaniechania niedozwolonych zachowań ze strony przedsiębiorcy.

W ubiegłym roku Rzecznik wszczął 166 postępowań występując pisemnie do przedsiębiorców w sprawach konsumentów. Na 163 zakończonych już spraw w 113 przypadkach sprawę udało się zakończyć pozytywnie dla konsumenta. Wśród wniosków o podjęcie interwencji pewien odsetek stanowią sprawy, których zarzuty konsumentów wobec przedsiębiorców są nieuzasadnione i Rzecznik nie ma podstaw prawnych do podjęcia interwencji bądź w wyniku jej podjęcia wyłania się inny stan faktyczny niż wskazany przez konsumenta.

Szczegółową charakterystykę przedmiotu pisemnych interwencji i wystąpień podjętych przez rzecznika konsumentów w okresie sprawozdawczym przedstawia Tabela nr 2.

Tabela Nr 2

Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw interesów konsumentów

Wyszczególnienie	Ogólna ilość wystąpień	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
I USŁUGI ogółem, w tym:	34	20	14	-
telekomunikacja / w tym: TV kablowa, Internet/	20	15	5	-
pralnicze	1	1	-	-

remontowo-budowlane	3	1	2	-
ubezpieczeniowe	1	-	1	-
bankowe	2	1	1	-
edukacyjne	1	-	1	-
windykacyjne	1	-	1	-
turystyczne	5	2	3	-
II UMOWY SPRZEDAŻY ogółem, w tym:	121	84	35	2
obuwie	75	54	21	-
sprzęt AGD, RTV	7	4	3	-
stolarka okienna, drzwiowa	6	2	4	-
odzież	5	4	1	-
art. sportowe	3	3	-	-
art. wyposażenia wnętrz	2	2	-	-
maszyny, urządzenia	2	2	-	-
Komputery, urządzenia peryferyjne	5	2	2	1
biżuteria	1	1	-	-
samochody, skutery, części samochodowe	2	1	1	-
Meble	5	4	1	-
galanteria skórzana	3	3	-	-
aparaty telefoniczne	5	2	2	1
III. UMOWY POZA LOKALEM I NA ODLEGŁOŚĆ	11	9	1	1
RAZEM	166	113	50	3

Wykres nr 2 - Struktura wystąpień pisemnych Rzecznika w 2011 r.



3. Występowanie w charakterze oskarżyciela publicznego w sprawach o wykroczenia w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 24 sierpnia 2001 r. Kodeks postępowania w sprawach o wykroczenia /Dz. U. Nr 106, poz. 1148 z późn. zm./

Zgodnie z art. 42 ust. 4 Ustawy z dnia 6 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów /Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm./ przedsiębiorca, do którego zwraca się rzecznik konsumentów działając na podstawie art. 42 ust.1 pkt 3 cyt. Ustawy, obowiązany jest udzielić rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii rzecznika.

Jeżeli natomiast przedsiębiorca wbrew przepisowi art. 42 ust. 4, narusza obowiązek udzielenia rzecznikowi konsumentów wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia rzecznika lub obowiązek ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika - zgodnie z art. 114 ust. 1 cyt. Ustawy – popełnia wykroczenie i podlega karze grzywny, nie mniejszej niż 2.000 zł. W roku 2011 dwóch przedsiębiorców uchyliło się od kontaktu z rzecznikiem konsumentów, celem wyjaśnienia sporu i ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika zawartych w pisemnych wystąpieniach skutkiem czego było skierowanie:

- ✓ do Sądu Rejonowego w Mysłowicach wniosku o ukaranie przedsiębiorcy grzywną, w związku z popełnieniem przez niego wykroczenia w art. 114 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który zakończył się wydaniem w dniu 6 kwietnia 2011 roku przez Sąd Rejonowy w Mysłowicach Wydział II Karny wyroku nakazowego i wymierzeniem kary grzywny w wysokości 2.000,00 zł /sygn. akt II W 265/11/,
- ✓ do Miejskiej Komendy Policji w Mysłowicach zawiadomienia o popełnieniu wykroczenia przez jednego z przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą na terenie miasta Mysłowice /sprawa obecnie jest rozpatrywana przez Sąd Rejonowy w Mysłowicach Wydział II Karny/.

4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów

W okresie sprawozdawczym Rzecznik przygotowywał zainteresowanym konsumentom pozwy cywilne, wnioski o rozpatrzenie sporu przez Stały Polubowny Sąd Konsumentów w Katowicach lub inne pisma procesowe związane z toczącymi się postępowaniami sądowymi.

W 2011 roku rzecznik sporządził 20 pozwów, które skierowano sądu powszechnego, z których w 8 sprawach zapadły już prawomocne wyroki na korzyść konsumentów. Sporządzono również jeden sprzeciw od nakazu zapłaty oraz odpowiedź na pozew. Ponadto Rzecznik kierował również do przedsiębiorców zapisy na Sąd Polubowny wnosząc o rozpatrzenie sporu w formie arbitrażu polubownego. W jednym przypadku – po przesłaniu zapisu przedsiębiorca zgodził się ugodowo i przedsądownie załatwić sprawę na korzyść konsumenta.

Ponadto na podstawie art. 63 k.p.c. w związku z art. 42 ust. 5 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów /Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm./ Rzecznik skierował do Sądu Rejonowego Katowice – Wschód w Katowicach istotny pogląd w sprawie (dot. sygn. akt I 2C-upr 714/10/5).

5. Współpraca z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi w zakresie ochrony konsumentów

Rzecznik konsumentów utrzymuje stałą współpracę z w/w instytucjami. Ponadto Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, oraz Inspekcja Handlowa zaopatrują Rzecznika w specjalistyczne czasopisma /biuletyny/, broszury, ulotki i informatory. Ponadto otrzymując sygnały i skargi od konsumentów informujące o stosowanych przez przedsiębiorców praktykach rynkowych naruszających prawa konsumentów mogących stanowić praktykę naruszającą zbiorowy interes konsumentów w zakresie stosowania wprowadzającej w błąd reklamy, Rzecznik przekazywał dokumenty oraz zwracał się do Inspekcji Handlowej oraz Delegatur UOKiK o podjęcie działań administracyjnych w celu wyeliminowania nieprawidłowości. Ponadto współpraca z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów miała postać wymiany informacji nt. nowych regulacji prawnych dotyczących ochrony konsumentów, konsumenckiego orzecznictwa sądowego oraz konsultacji w zakresie zachowań przedsiębiorców naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Rzecznik jest członkiem zarejestrowanego w marcu 2009 r. Stowarzyszenia Rzeczników Konsumentów, którego siedziba znajduje się w Tarnowie. Celem Stowarzyszenia jest m.in. opiniowanie i proponowanie zmian regulacji prawnych dotyczących polityki konsumenckiej oraz propagowanie inicjatyw prokonsumenckich.

6. Zadania określone w przepisach odrębnych

W okresie sprawozdawczym Rzecznik sporządził opinię do wniosku przedsiębiorcy na wykonywanie regularnych przewozów osób, który zwrócił się do Prezydenta Miasta o wydanie zezwolenia na wykonywanie regularnych przewozów osób w krajowym transporcie drogowym na podstawie przepisów ustawy z dnia 6 września 2001 r. o transporcie drogowym.

III. Udział rzecznika w seminariach, warsztatach i konferencjach w 2010 roku

W omawianym okresie Rzecznik wziął udział w następujących spotkaniach szkoleniach i spotkaniach konsultacyjnych:

- ✓ konferencja dla rzeczników konsumentów pn.: „Jak rynek wymiany informacji zwiększa bezpieczeństwo finansowe konsumentów?”, organizowane przez Biuro Informacji Kredytowej S.A., które odbyło się w dniu 7.04.2011 r. w Warszawie,
- ✓ spotkanie organizowane przez Urząd Komunikacji Elektronicznej – Delegatura w Siemianowicach Śląskich oraz TP SA z organizacjami reprezentującymi konsumentów dot. problemów konsumenckich w zakresie prawa telekomunikacyjnego oraz pocztowego, które odbyło się dnia 12.05.2011 r. w Katowicach,
- ✓ seminarium dla rzeczników konsumentów nt. wybranych problemów konsumentów usług ubezpieczeniowych, organizowane przez Komisję Nadzoru Finansowego z siedzibą w Warszawie, które odbyło się w dniu 14.10.2011 r. w Warszawie .

IV. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym

Edukacja konsumencka jest bardzo ważnym zadaniem, mającym na celu ugruntowanie wiedzy konsumenckiej. W związku z tym, wykonując zadania określone w ustawie o samorządzie powiatowym, kontynuowałam zapoczątkowaną przeze mnie kilka lat temu edukację młodzieży szkół ponadpodstawowych i przeprowadziłam cykl prelekcji z zakresu prawa konsumenckiego w trzech szkołach na terenie miasta, których dyrektorzy wyrazili zainteresowanie w/w problematyką, tj.: w I LO im. T. Kościuszki, w II LO im. Powstańców Śląskich oraz Zespole Szkół Ponadgimnazjalnych Nr 2. Młodzież uczestnicząca w spotkaniach przejawiała dużą aktywność, zadając pytania i dzieląc się doświadczeniami, zwłaszcza swoich bliskich, którzy znaleźli się w sytuacji poszkodowanego konsumenta i nie potrafili skutecznie dochodzić swoich praw. Jednocześnie – na wniosek Dyrektora I LO w Mysłowicach – w lutym 2011 r. odbyło się w Biurze Rzecznika spotkanie z grupą młodzieży, która wyraziła szczególne zainteresowanie instytucją rzecznika konsumentów oraz wykonywanymi przez niego zadaniami.

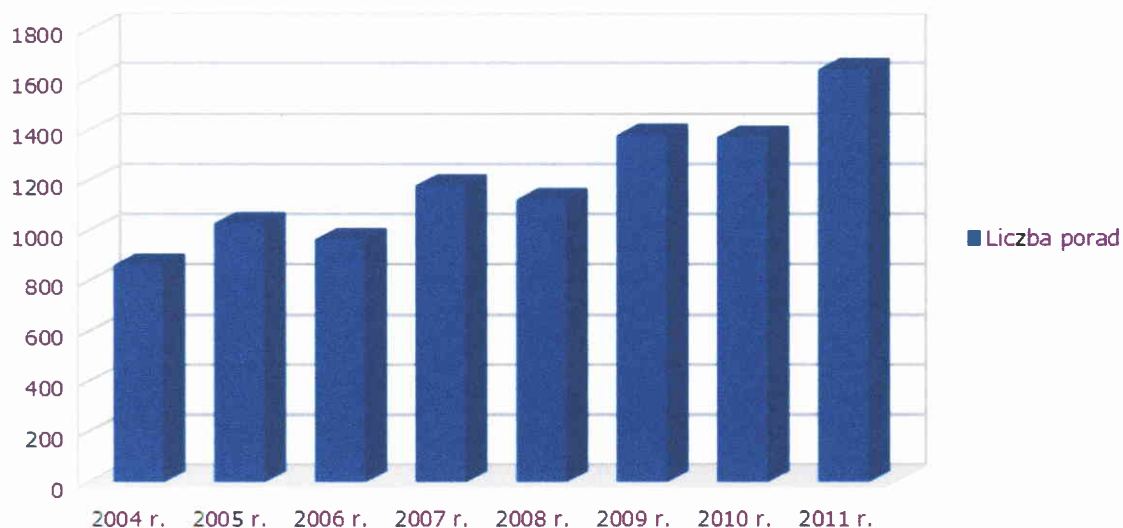
Ponadto mając na uwadze wzrastającą zgłaszanych do Biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów spraw konsumenckich, dotyczących problemów z wyegzekwowaniem roszczeń związanych z reklamacjami towarów i usług oraz nasileniem się stosowania przez przedsiębiorców nieuczciwych praktyk rynkowych w zakresie umów zawieranych z konsumentami poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość, zwróciłam się do Przewodniczących rad Osiedlowych na terenie miasta Mysłowice z inicjatywą zorganizowania spotkania z zainteresowanymi problematyką konsumencką mieszkańcami w siedzibie Rad Osiedlowych.

Rzecznik na bieżąco udostępnia również konsumentom ulotki informacyjne i inne materiały o treściach propagujących prawa konsumenckie, wydane przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, Federację Konsumentów a także opracowane przez Rzecznika. Ponadto informacje z zakresu prawa konsumenckiego umieszczone są w gablocie informacyjnej znajdującej się w siedzibie Rzecznika.

V. Podsumowanie i wnioski końcowe

Miejski Rzecznik Konsumentów kolejny rok sprawozdawczy kontynuował działania i prowadził postępowania zgodnie z przyjętą formułą, określoną przepisami prawa. Zakres i forma udzielania pomocy prawnej konsumentom były zróżnicowane, indywidualnie dostosowane do charakteru i okoliczności danej sprawy. Instytucja rzecznika konsumentów cieszy się coraz większym zainteresowaniem mieszkańców Mysłowic. Z roku na rok wzrasta dynamika wpływających spraw, co zostało przedstawione na Wykresie nr 3.

Wykres Nr 3 – Poradnictwo konsumenckie na przestrzeni lat 2004 - 2011



Rosnące wciąż oczekiwania konsumentów związane z instytucją rzecznika konsumentów oraz jego kompetencjami, wskazują na konieczność gruntownej przebudowy systemowej oraz zagwarantowania w budżecie państwa środków finansowych na skuteczną realizację zadań. Jak dotąd ciężar finansowy spoczywa wyłącznie na samorządzie powiatowym. Potrzeby finansowe w tym zakresie dotyczą w szczególności środków na funkcjonowanie biur, opinie rzeczoznawców, specjalistyczne ekspertyzy laboratoryjne, informacje z odpowiednich rejestrów pozyskiwane na potrzeby konsumentów jak również ubezpieczenie od działalności cywilnej.

MIEJSKI
RZECZNIK KONSUMENTÓW
Anna ROŚLON