



**Uchwała Nr LXII/605/2006
Rady Miasta Mysłowice**

z dnia 23 lutego 2006 r.

**w sprawie zatwierdzenia „Sprawozdania z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów
w Mysłowicach za 2005 rok”**

Na podstawie art. 12 pkt 11 oraz art. 92 ust. 1 pkt 1 i ust. 2 ustawy z dnia 6 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym /t.j. Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1592 z późn. zm./ w związku z Rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 7 sierpnia 1998 r. w sprawie utworzenia powiatów /Dz. U. Nr 103, poz. 652 z późn. zm./ oraz art. 38 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów /t.j. Dz. U. z 2005 r. Nr 244, poz. 2080/

Rada Miasta Mysłowice

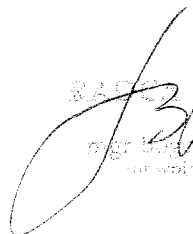
Uchwała:

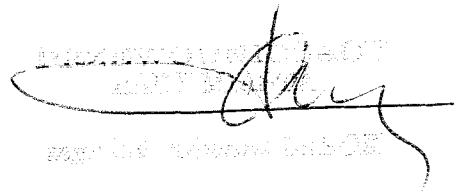
§ 1.

Zatwierdzić „Sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Mysłowicach za 2005 rok” stanowiące załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2.

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.


RADA MIASTA
mgr Andrzej PŁUTA
ul. Wolności 104A


RADA MIASTA
mgr Andrzej PŁUTA
ul. Wolności 104A

**SPRAWOZDANIE
Z DZIAŁALNOŚCI
MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW
W MYSŁOWICACH
ZA 2005 ROK**

Mysłowice, luty 2006 r.

SPIS TREŚCI

I. Uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów	3
II. Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 15 grudnia 2000 roku o ochronie konkurencji i konsumentów /t.j. Dz. U. z 2005 r. Nr 244 poz. 2080/	3
1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów	
A. Poradnictwo oraz udzielanie informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów – charakterystyka i struktura porad	4
B. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach konsumenckich rodzaje, charakterystyka i struktura wystąpień	6
2. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów	7
3. Współdziałanie z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi w zakresie ochrony konsumentów	8
III. Udział rzecznika w seminariach i konferencjach w 2005 roku	8
IV. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym	9
V. Podsumowanie i wnioski końcowe	9
Spis tabel	
Tabela Nr 1 - Poradnictwo konsumenckie i udzielanie informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów – struktura udzielonych porad	4
Tabela Nr 2 - Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw interesów konsumentów	7

Na podstawie art. 38 ust. 1 Ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów /t.j. Dz. U. z 2005 r. Nr 244 poz. 2080/ przedkładam Wysokiej Radzie sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów za rok 2005.

I. Uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Zgodnie z art. 34 ust. 1 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów /t.j. Dz. U. z 2005 r. Nr 244 poz. 2080/ zadania samorządu powiatowego w zakresie ochrony praw konsumentów wykonuje powiatowy /miejski/ rzecznik konsumentów, do zadań którego należy:

- a) zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- b) składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- c) występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- d) współdziałanie w właściwych miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji handlowej oraz organizacjami konsumenckimi.

Ponadto do kompetencji rzecznika konsumentów należy także wykonywanie innych zadań określonych w przepisach odrębnych.

Swoje zadania rzecznik konsumentów wykonywał w okresie sprawozdawczym jednoosobowo mając jedynie do pomocy stażystkę, która odbywała staż absolwencki przez okres 11 miesięcy.

II. Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 15 grudnia 2000 roku o ochronie konkurencji i konsumentów.

W roku 2005 realizacja zadań Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Mysłowicach przedstawiała się następująco:

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

Stwierdzić należy, że ilość osób zgłaszających się do rzecznika konsumentów wzrasta z roku na rok. W okresie sprawozdawczym rzecznik konsumentów udzielił mieszkańcom miasta Mysłowice 1032 porad z zakresu prawa konsumenckiego, w tym 537 porad udzielono mieszkańcom osobiście w biurze rzecznika, natomiast 471 porad udzielono w formie telefonicznej. Za pośrednictwem poczty elektronicznej udzielono natomiast 24 porady.

Przeważająca większość spraw dotyczyła skarg konsumentów na:

- a) sprzedawców, producentów, gwarantów i dystrybutorów, którzy uchylali się od odpowiedzialności za wady towarów, odmawiali przyjęcia zgłoszenia reklamacyjnego czy też nie uznawali reklamacji w oparciu o mało przekonujące opinie specjalistów,
- b) przedsiębiorców i rzemieślników wykonujących usługi w sposób nienależyty,
- c) firmy stosujące umowy, których umowy naruszały obowiązujące przepisy prawa.

Obserwuje się, że coraz częściej konsumenci kontaktują się z rzecznikiem przed złożeniem reklamacji towarów lub usług aby zasięgnąć informacji nt. obowiązujących przepisów prawa w obrocie konsumenckim.

Zakres udzielanej konsumentom pomocy, to przede wszystkim:

A. Poradnictwo oraz udzielanie informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów – charakterystyka i struktura porad /szczegółowe dane w Tabeli Nr 1/

W roku 2005 na ogólną ilość zgłoszonych spraw, większość z nich (52%) zakończyła się udzieleniem porady z zakresu prawa konsumenckiego podczas bezpośredniego kontaktu z konsumentami, co wiązało się z wnikliwym rozpoznaniem i analizą dokumentów w świetle obowiązujących przepisów prawa. W ramach poradnictwa konsumenci otrzymywali również wzory pism, oświadczeń, protokołów reklamacyjnych a także otrzymywali pomoc w sporządzaniu pism w określonej sytuacji prawnej. Wiele z tych spraw zostało załatwione w wyniku natychmiastowego telefonicznego wystąpienia rzecznika do przedsiębiorcy. Ponadto 46% spraw zakończyło się udzieleniem konsumentom informacji drogą telefoniczną. Porady i konsultacje dotyczyły przede wszystkim: obowiązujących przepisów prawa w zakresie sprzedaży konsumenckiej w związku z ujawnieniem się niezgodności zakupionych towarów konsumpcyjnych z umową, terminów i sposobów składania reklamacji, nierzetelnie wykonanych usług, interpretacji zapisów różnego rodzaju umów itd.

Jeżeli chodzi o strukturę udzielonych porad, 62% z nich dotyczyło umów sprzedaży, głównie: obuwi, sprzętu AGD, RTV, komputerów jak również stolarki okiennej oraz drzwi. Reklamowane usługi stanowiły natomiast 30% ogółu zgłoszonych zapytań. Do najczęściej występujących należały sprawy dot. usług telekomunikacyjnych, remontowo – budowlanych, bankowych. Kilkadziesiąt porad dotyczyło możliwości odstąpienia od umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość /głównie za pośrednictwem sieci Internet/.

Tabela Nr 1

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

<i>Wyszczególnienie</i>	<i>Ilość</i>	<i>Udział (%)</i>
I. USŁUGI ogółem, w tym:	309	30
Bankowe	27	
Finansowe	7	
Ubezpieczeniowe	25	
Systemy argentyńskie	6	
Telekomunikacja, TV kablowa i satelitarna	73	
Motoryzacyjne /serwis/	31	
Pocztowe	4	
Turystyczne	15	
Pralnicze	6	

Remontowo – budowlane	37	
Przewozowe	8	
Naprawa sprzętu RTV, AGD, komputerów	12	
Dostawa energii elektr.	6	
Mieszaniowe	8	
Edukacyjne	3	
Kosmetyczne, fryzjerskie, krawieckie, szewskie, jubilerskie	7	
Windykacja	9	
Inne /niekonsumenckie/	25	
II. UMOWY SPRZEDAŻY ogółem, w tym:	644	62
Sprzęt AGD, RTV	97	
Odzież	35	
Sprzęt komputerowy	42	
Obuwie	182	
Samochody i art. motoryzacyjne	30	
Zwierzęta	2	
Aparaty telefoniczne	37	
Nieruchomości	4	
Sprzęt fotograficzny, kamery	15	
Stolarka okienna, drzwi	35	
Galanteria skórzana	7	
Meble	21	
Kosmetyki	2	
Żywność	8	
Materiały budowlane	14	
Sprzęt sportowy	10	
Media	22	
Kotły c.o.	13	
Paliwo	2	
Zabawki	3	
Instrumenty muzyczne	2	
Narzędzia	9	
Armatura łazienkowa	5	
Biżuteria	2	
Medykamenty	1	
Inne	44	
III. UMOWY POZA LOKALEM I NA ODLEGŁOŚĆ	59	6
Urządzenia filtrujące wodę	18	
Urządzenia czyszczące	7	
Sprzęt do rehabilitacji	5	
Odzież	2	
Usługi telekomunikacyjne	5	
Kursy korespondencyjne	3	

Piec gazowy	5	
Montaż stolarki drzewianej	12	
Sprzedaż garnków	2	
IV. REKLAMA WPROWADZAJĄCA W BŁĄD + UCIAŻLIWA REKLAMA	20	2
RAZEM	1032	100

B. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach konsumenckich – rodzaje, charakterystyka i struktura wystąpień /szczegółowe dane w Tabeli Nr 2/

W zależności od wagi charakteru problemu sprawy konsumenckie były załatwiane w biurze rzecznika poprzez udzielenie porady prawnej, inne przez przeprowadzenie rozmowy telefonicznej z przedsiębiorcą i natychmiastowe wyjaśnienie i załatwienie sprawy, jeszcze inne przez pisemną interwencję w celu ugodowego załatwienia sporu.

Szczegółową charakterystykę przedmiotu pisemnych interwencji i wystąpień podjętych przez rzecznika konsumentów w okresie sprawozdawczym przedstawia Tabela nr 2. Zgodnie z art. 37 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, przedsiębiorca do którego zwrócił się rzecznik konsumentów, obowiązany jest udzielić rzecznikowi wyjaśnień i informacji, będących wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii rzecznika. Niestety, w praktyce przedsiębiorcy nie zawsze, pomimo ponagieł udzielają odpowiedzi na wystąpienia.

W okresie sprawozdawczym rzecznik skorzystał z uprawnienia wystąpienia do Sądu Rejonowego z wnioskiem o ukaranie przedsiębiorcy grzywną, w związku z naruszeniem obowiązku udzielenia rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia. Sprawa została zakończona w lipcu 2005 r. wydaniem przez Sąd Rejonowy w Mysłowicach – Wydział VI Grodzki ds. Karnych i Wykroczeniowych w dniu 21 lipca 2005 r. wyroku nakazowego i wymierzeniem przedsiębiorcy kary grzywny w wysokości 550,00 zł

W imieniu 97 konsumentów rzecznik wystąpił pisemnie do przedsiębiorców, z czego w 69 przypadkach /co stanowi 71% ogółu pisemnych wystąpień/ udało się uzyskać ofertę zmierzającą do polubownego załatwienia sporu i zadośćuczynienia zgłoszonym przez konsumentów roszczeniom. W wielu przypadkach wielokrotnie podejmowałam polemikę z przedsiębiorcą, niezgadając się z przedstawionymi wyjaśnieniami. Odnośnie struktury pisemnych wystąpień, 24 z nich dotyczyło usług, wśród których dominowało nierzetelne wykonanie usług telekomunikacyjnych przez operatorów oraz usługi remontowo – budowlane, natomiast w 64 przypadkach wystąpienia dotyczyły umów kupna – sprzedaży towarów konsumpcyjnych, do których w przeważającej części należało obuwie, sprzęt AGD, RTV oraz stolarka okienna i drzwi. Zaledwie 4 wystąpienia związane były z odstąpieniem od umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa, natomiast 5 wystąpień dotyczyło czynów nieuczciwej konkurencji w zakresie wprowadzającej w błąd i nieuczciwej reklamy.

Stwierdzić należy, że niestety w dalszym ciągu obserwuje się wśród przedsiębiorców niedostateczną znajomość aktualnych regulacji prawnych dotyczących postępowania reklamacyjnego w sprawach konsumenckich.

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:	24	14	6	4
telekomunikacja / w tym: TV kablowa, Internet/	11	7	4	-
remontowo – budowlane	6	3	1	2
pralnicze	1	1	-	-
system argentyński	1	-	-	1
ubezpieczeniowe	1	1	-	-
naprawy samochodowe	1	-	1	-
jubilerskie	1	1	-	-
turystyczne	1	1	-	-
finansowe	1	1	-	-
II UMOWY SPRZEDAŻY ogółem, w tym:	64	48	13	3
obuwie	29	23	5	1
sprzęt AGD, RTV	8	6	1	1
stolarstwo okienne, drzwiowe	6	4	1	1
odzież	4	2	2	-
meble	2	2	-	-
wyposażenie wnętrz /rolety, panele podłogowe, kafelki/, farby/	2	-	2	-
sprzęt sportowy	2	2	-	-
piece, kotły c.o.	2	2	-	-
galanteria skórzana	1	1	-	-
maszyny i urządzenia	1	1	-	-
media /prąd, gaz, woda/	2	2	-	-
aparaty telefoniczne	3	3	-	-
sprzęt komputerowy	2	-	2	-
III. UMOWY POZA LOKALEM I NA ODLEGŁOŚĆ	4	4	-	-
IV. NIEUCZCIWA REKLAMA	5	3	-	2
RAZEM	97	69	19	9

2. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów

W okresie sprawozdawczym rzecznik konsumentów przygotowywał zainteresowanym konsumentom pozwycy cywilne lub inne pisma procesowe związane z toczącymi się postępowaniami sądowymi oraz także w sprawach, w których przedsiębiorcy wyrażali zgodę na rozstrzygnięcie istniejącego między stronami sporu przed Polubownym Sądem Konsumentckim w Katowicach. Rzecznik konsumentów przygotowywał i pomagał sporządzać niezbędne w tym celu pozwycy i zapisy na sąd polubowny. W 2005 roku rzecznik sporządził 6 pozwów, z których 4 skierowano do Stałego Polubownego Sądu Konsumentckiego w Katowicach, natomiast 2 do Sądu Rejonowego w Katowicach.

Spośród w/w spraw, w dwóch przypadkach sąd wydał wyrok na korzyść konsumentów, natomiast dwaj pozwani przedsiębiorcy zgodzili się z roszczeniami konsumentów tuż po otrzymaniu odpisu pozwu. Dwie sprawy nie zostały zakończone.

3. 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, Urząd Regulacji Energetyki oraz Inspekcja Handlowa zaopatrują rzeczownika 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 w zakresie nieprawidłowego oznakowania towarów oraz prowadzeniu działań reklamowo – marketingowych, mogących stanowić praktykę naruszającą zbiorowy interes konsumentów w zakresie stosowania wprowadzającej w błąd reklamy, rzecznik zwracał się do Inspekcji Handlowej oraz Delegatury UOKiK w Katowicach o podjęcie działań administracyjnych w celu wyeliminowania nieprawidłowości.

Wynikiem tego było przeprowadzenie kontroli przez Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Katowicach w jednym z mysłowickich marketów oraz w placówce handlowej trudniącej się sprzedażą artykułów AGD i RTV w Mysłowicach.

III. Udział rzeczownika w seminariach i konferencjach w 2005 roku

W omawianym okresie wzięłam udział w następujących szkoleniach spotkaniach konsultacyjnych:

- ✓ spotkanie organizowane przez Telekomunikację Polską w Katowicach w dniu 29.04.2005 r. dot. m.in. zmiany struktury organizacyjnej TP, usług informacyjnych TP oraz zmian w ofercie usługowej dla klientów indywidualnych,
- ✓ szkolenie dla rzeczników konsumentów działających na terenie woj. śląskiego, organizowane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bielsku – Białej, dot. zmian w procedurze cywilnej oraz organizacji i funkcjonowania Stałego Polubownego Sądu Konsumentckiego przy Prezesie URTiP, rozpatrującego spory dot. interesów majątkowych, wynikające z umów o świadczenie usług telekomunikacyjnych, które odbyło się w Korbielowie w dniach 27 – 28.10.2005 r.
- ✓ konferencja pn. „Konsument na rynku turystycznym w warunkach społeczeństwa opartego na wiedzy i informacji” przy współpracy Światowej Organizacji Turystyki oraz Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki i Pracy, które odbyło się w Tychach dniach 17–18.11. 2005,
- ✓ szkolenie dla rzeczników konsumentów nt. procedur sądowych organizowane przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich na zlecenie UOKiK w Warszawie, które odbyło się w Krakowie w dniach 22-23.11.2005 r.
- ✓ szkolenie dla rzeczników konsumentów działających na terenie woj. śląskiego, organizowane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Bielsku – Białej nt. sprzedaży konsumenckiej, które odbyło się w Katowicach w dniu 06.12.2005 r.

Jednocześnie mając na uwadze często zmieniające się przepisy prawa wymagające systematycznego samokształcenia jak również konieczność stałego podwyższania swoich kwalifikacji zawodowych, rzecznik ukończył w lutym 2005 r. dwusemestralne studia podyplomowe w Instytucie Prawa Własności Intelektualnej na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie na kierunku „Ochrona konkurencji i konsumentów”.

IV. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym

Jednym z zadań samorządu terytorialnego w zakresie ochrony praw konsumentów jest prowadzenie edukacji konsumenckiej. W roku 2005 r. rzecznik zwrócił szczególną uwagę na edukację młodzieży szkół ponadpodstawowych. Młodzież z terenu naszego miasta została objęta programem szkoleń z zakresu podstawowych praw konsumenckich dla uczniów szkół ponadpodstawowych pn. „Ogólnopolska Edukacja Młodego Konsumenta”. Rzecznik przeprowadził cykl szkoleń w sześciu szkołach na terenie miasta, których dyrektorzy wyrazili zainteresowanie w/w problematyką, tj.: I LO im. T. Kościuszki, II LO im. Powstańców Śląskich, Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych Nr 2 i 3 oraz Gimnazjum Nr 4 i 5. Dodatkowo przekazano materiały szkoleniowe /płyty CD/ nauczycielom przedmiotów zawodowych celem przeprowadzenia zajęć w zakresie praktycznych umiejętności analizy informacji konsumenckich i reklamowych. Przekazane materiały posłużyły nauczycielom do przeprowadzenia samodzielnych lekcji w ramach programu wychowawczego, bądź w formie tematycznej, uwzględnionej na przedmiotach zawodowych lub lekcjach przedsiębiorczości.

Ponadto rzecznik w kontaktach z konsumentami każdorazowo przekazywał materiały edukacyjne otrzymywane od UOKiK i SKP.

V. Podsumowanie i wnioski końcowe

Z analizy sprawozdania jak również z mojej dotychczasowej /prawie 3 - letniej praktyki/ wynika jednoznacznie, że zainteresowanie prawami konsumentów ze strony samych bezpośrednio zainteresowanych stale wzrasta. Wzrastająca liczba konsumentów zgłaszająca się do rzecznika po poradę wskazuje jednoznacznie, że pomimo podejmowanych działań edukacyjnych zarówno na szczeblu samorządowych jak również rządowym, poziom wiedzy konsumenckiej jest nadal stosunkowo niski. Rosnąca liczba interwencji i poradnictwa świadczy o bezradności konsumentów w sporach z przedsiębiorcami. Taka sytuacja wskazuje na dużą potrzebę usług świadczonych przez rzecznika konsumentów, z drugiej zaś strony wymaga stałego pogłębiania wiedzy i doskonalenia metod działania.

Zaznaczyć również należy, że koniecznym jest wykreowanie konsumenta świadomego swej podmiotowości w grze wolnorynkowej, potrafiącego korzystać z danych mu możliwości swobodnego wyboru i decyzji przy nabywaniu towarów konsumpcyjnych oraz przy dochodzeniu swoich praw. Działania w tym kierunku oprócz angażowania się w codzienną pomoc konsumentom są moim wyzwaniem na rok bieżący.