

**ZARZĄDZENIE NR 98 /2011**  
**PREZYDENTA MIASTA MYSŁOWICE**  
z dnia 21.02.2011r.

w sprawie: zatwierdzenia „Sprawozdania z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Mysłowicach za 2010 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 2010 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.

Otrzymują:

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

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

**SPRAWOZDANIE  
Z DZIAŁALNOŚCI  
MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW  
W MYSŁOWICACH  
ZA 2010 ROK**

*„Wszyscy z definicji jesteśmy konsumentami. Konsumentami stanowią największą grupę ekonomiczną w gospodarce, wpływającą oraz pozostającą pod wpływem prawie każdej publicznej i prywatnej decyzji ekonomicznej. Ale są oni jedyną ważną grupą, której zdanie często nie jest wysłuchane”.*

*John F. Kennedy*

**Mysłowice, luty 2011 r.**

## SPIS TREŚCI

Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów .....	3
I. 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 .....	4
2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach konsumenckich – rodzaje, charakterystyka i struktura wystąpień .....	6
3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów .....	8
4. Współpraca z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi w zakresie ochrony konsumentów .....	8
5. Zadania określone w przepisach odrębnych .....	8
II. Udział rzecznika w seminariach, warsztatach i konferencjach w 2010 roku .....	9
III. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym .....	9
IV. Podsumowanie i wnioski końcowe .....	9
<b>Spis tabel</b>	
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

## **1. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów**

Zgodnie z przepisami 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./ – zwaną dalej ustawą, które m.in. określają rolę samorządu terytorialnego w zakresie ochrony konsumentów oraz funkcję i zadania powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów. Podstawowym i nadrzędnym celem rzecznika jest ochrona praw i interesów konsumentów.

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 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 udzielanie bezpłatnych porad i informacji konsumentom. Sprawy z jakimi zwracali się konsumenci w 2010 roku do Rzecznika były bardzo zróżnicowane. Poradnictwo konsumenckie odbywało się telefonicznie, udzielane było bezpośrednio interesantom zgłaszającym się osobiście do Biura oraz pocztą elektroniczną. Najpopularniejszą metodą zgłaszania problemów konsumenckich jest zgłaszanie ich przez telefon /753/, na drugim miejscu znajduje się poradnictwo osobiste /620/ i na trzecim miejscu zgłaszanie problemów konsumenckich na podstawie pisemnego wniosku zgłoszonego do rzecznika /119/. W formie mailowej udzielono zaś 52 porady.

W okresie sprawozdawczym do Rzecznika zgłosiło się o poradę 1373 osoby. Porady telefoniczne i osobiste polegały nie tylko na wskazaniu trybu postępowania w danej sprawie i kierowaniu konsumenta do właściwych instytucji. Działania Rzecznika w tej formie polegały przede

wszystkim na nawiązaniu kontaktu i interwencji u przedsiębiorcy w celu szybkiego załatwienia sprawy. Katalog spraw i sposób ich załatwienia omówione zostały w dalszej części sprawozdania.

Do Rzecznika trafiają też mieszkańcy miasta z pytaniami z innych niż prawo konsumenckie dziedzin, jak np. prawo spadkowe, rodzinne, pracy, emerytalno - rentowe, spółdzielcze, egzekucyjne, a także przedsiębiorcy z pytaniami dotyczącymi problemów wynikających z prowadzonej działalności gospodarczej i zawodowej. Ponadto konsumenci, którzy korzystają z łączności internetowych mogą w Biuletynie Informacji Publicznej zapoznać się z zasadami prowadzenia spraw konsumenckich przez Biuro MRK.

#### b) charakterystyka i struktura porad

Jeżeli chodzi o strukturę udzielonych porad, 69% z nich dotyczyło umów sprzedaży, głównie: obuwi, sprzętu AGD, RTV, aparatów telefonicznych oraz sprzętu komputerowego. Reklamowane usługi stanowiły natomiast 24% ogółu zgłoszonych zapytań. Do najczęściej występujących należały sprawy dot. usług telekomunikacyjnych, finansowych oraz motoryzacyjnych.

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**

<i>Wyszczególnienie</i>	<i>Ilość</i>	<i>Udział (%)</i>
<b>I. USŁUGI ogółem, w tym:</b>	<b>331</b>	<b>24</b>
Finansowe/ bankowe	45	
Ubezpieczeniowe	38	
Telekomunikacja, TV kablowa	85	
Motoryzacyjne /serwis/	28	
Pocztowe	2	
Turystyczne	24	
Pralnicze	3	
Remontowo – budowlane	20	
Przewozowe	8	
Internetowe	23	
Najem	9	
Naprawa sprzętu RTV, AGD, komputerów	4	
Deweloperskie	8	
Fotograficzne	3	
Fryzjerskie/kosmetyczne	4	
Jubilerskie	1	
Optyczne	3	
Szewskie	1	
Edukacyjne	4	
Krawieckie	2	

Windykacja	15	
Protetyczne	1	
<b>II. UMOWY SPRZEDAŻY ogółem, w tym:</b>	<b>943</b>	<b>69</b>
Sprzęt AGD, RTV	169	
Odzież	47	
Sprzęt komputerowy, urządzenia peryferyjne	52	
Obuwie	217	
Części samochodowe	28	
Samochody, skutery	57	
Media	30	
Aparaty telefoniczne	79	
Wypożyczenie domu	40	
Stolarka okienna, drzwi	42	
Książki	5	
Meble	36	
Biżuteria	9	
Żywność	8	
Materiały budowlane	2	
Sprzęt sportowy	26	
Zwierzęta	2	
Paliwo	5	
Zabawki	3	
Maszyny, urządzenia	33	
Galanteria skórzana	19	
Inne	15	
Niekonsumenckie	19	
<b>III. UMOWY POZA LOKALEM I NA ODLEGŁOŚĆ</b>	<b>99</b>	<b>7</b>
Urządzenia filtrujące wodę	7	
Urządzenia czyszczące	5	
Sprzęt do rehabilitacji	13	
Odzież	4	
Sprzęt AGD, RTV, komputery	6	
Garnki	4	
Stolarka drzwiowa i okienna	7	
Książki	4	
Usługi internetowe	19	
Usługi telekomunikacyjne	30	
<b>RAZEM</b>	<b>1373</b>	<b>100</b>

## **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 lub ustnej i przedłożeniu dokumentów zebranych w sprawie. Wniosek o podjęcie interwencji rozpatrywany jest pod względem formalnym /konsumencki charakter sprawy - gdy wnioskodawcą jest konsument a jego kontrahentem przedsiębiorca/ oraz merytorycznym /zasadność wniosku - naruszenia prawa lub interesu konsumenta/. Zakres podjętych działań zależy od oceny okoliczności faktycznych sprawy wynikających z dokumentacji załączonej do wniosku oraz jej stanu prawnego. Pisemne wnioski składane są w przeważającej mierze bezpośrednio w biurze Rzecznika, a sporadycznie nadsyłane pocztą. Pismo konsumenta rejestrowane jest w Bazie skarg konsumenckich /tzw. SKON - wprowadzona od dnia 01.01.2007r./.. Po zarejestrowaniu sprawy i jej analizie oraz zakwalifikowaniu jako konsumenckiej następuje wystąpienie Rzecznika w imieniu konsumenta do przedsiębiorcy mające charakter wniosku o wyjaśnienie, mediacji lub wezwania. W swoim wystąpieniu Rzecznik przedstawia stan faktyczny opisany przez konsumenta i wynikający ze zgromadzonych dokumentów, podaje podstawę prawną, wskazuje na naruszenie prawa konsumenta i wzywa do polubownego zakończenia sprawy. W piśmie interwencyjnym Rzecznik wyznacza przedsiębiorcy 14 - dniowy termin na udzielenie wyjaśnień i odpowiedzi. Otrzymana od przedsiębiorcy odpowiedź przesyłana jest konsumentowi, chyba że przedsiębiorca udziela jednocześnie wyjaśnień Rzecznikowi i konsumentowi kierując pismo do wiadomości konsumenta lub Rzecznika. Zdarza się również, że do Rzecznika nie wpływa pisemna odpowiedź, a przedsiębiorca lub konsument informują telefonicznie albo też osobiście o pozytywnym zakończeniu sprawy, co zostaje odnotowane w prowadzonych rejestrach. Konsumenty zwykle pozostają w stałym kontakcie z Rzecznikiem, który na bieżąco przekazuje informacje o toku sprawy telefonicznie lub podczas wizyty konsumenta w biurze, który odbiera kopię odpowiedzi przedsiębiorcy. W wielu przypadkach interwencja Rzecznika wymaga kilkukrotnego wystąpienia i podjęcia polemiki z argumentacją przedsiębiorcy. Jeżeli natomiast przedsiębiorca nie udziela odpowiedzi we wskazanym przez Rzecznika terminie, kierowane jest ponaglenie (monit) z wezwaniem do udzielenia wyjaśnień w ciągu 7 dni. Gdy mimo ponaglenia i niemożności telefonicznego wyjaśnienia przyczyny zwłoki Rzecznik nie otrzymuje wyjaśnień, udziela konsumentowi pisemnej odpowiedzi o braku możliwości polubownego zakończenia sprawy z pouczeniem o przysługujących mu prawach oraz kieruje do Sądu Rejonowego w Mysłowicach wniosek o ukaranie przedsiębiorcy grzywną, w związku z popełnieniem przez przedsiębiorcę wykroczenia określonego w art. 114 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. W okresie sprawozdawczym Rzecznik skierował do Sądu 3 wnioski do Sądu Rejonowego - Sądu Grodzkiego w Mysłowicach – Wydział II Karny o ukaranie przedsiębiorców grzywną. Zapadły już w nich wyroki

skazujące przedsiębiorców karą grzywny, sygn akt: II W 474/10, sygn. akt II W 1256/10 oraz II W 1255/10. Łączna wysokość wymierzonych kar w postaci grzywny: 6.000,00 zł.

W wielu przypadkach sprawa kończy się sporządzeniem przez Rzecznika pozwu do Stałego Polubownego Sądu Konsumenckiego w Katowicach lub do sądu powszechnego. Termin zakończenia mediacji uzależniony jest od łącznego czasu działań cząstkowych /w szczególności wezwania do udzielenia wyjaśnień i ich uzyskanie oraz od działań samych stron pozostających w sporze/ i nie jest możliwy do określenia. Rzecznik podejmuje interwencję/ mediację telefonicznie natychmiast po zgłoszeniu problemu przez konsumenta. Takie działanie uzasadnione jest np. koniecznością podjęcia bardzo szybkiej interwencji albo gdy przemawia za tym charakter sprawy lub problemu, a także gdy wynika ono z utrwalonej praktyki Rzecznika.

W ubiegłym roku Rzecznik wszczął 119 postępowań występując pisemnie do przedsiębiorców w sprawach konsumentów. Na 115 zakończonych już spraw w 84 przypadkach sprawę udało się zakończyć pozytywnie dla 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
<b>I USŁUGI ogółem, w tym:</b>	<b>37</b>	<b>22</b>	<b>14</b>	<b>1</b>
telekomunikacja / w tym: TV kablowa, Internet/	14	13	1	-
stolarskie	1	-	1	-
pralnicze	2	-	2	-
remontowo-budowlane	1	-	1	-
motoryzacyjne	3	-	3	-
bankowe	5	4	1	-
przewozowe	1	-	1	-
naprawa AGD/RTV	1	1	-	-
rozliczenie mediów	4	2	2	-
turystyczne	5	2	2	1
<b>II UMOWY SPRZEDAŻY ogółem, w tym:</b>	<b>77</b>	<b>59</b>	<b>16</b>	<b>2</b>
obuwie	26	21	5	-
sprzęt AGD, RTV	12	11	1	-
stolarka okienna, drzwiowa	11	8	2	1
odzież	3	2	1	-
art. wyposażenia wnętrz	2	1	1	-
maszyny, urządzenia	1	1	-	-
zwierzęta	1	1	-	-
sprzęt dla dzieci /wózki/	1	1	-	-



komputery	1	1	-	-
węgiel	1	-	1	-
samochody, skutery, części samochodowe	5	2	2	1
Meble	3	2	1	-
okulary	1	1	-	-
galanteria skórzana	3	2	1	-
aparaty telefoniczne	6	5	1	-
<b>III. UMOWY POZA LOKALEM I NA ODLEGŁOŚĆ</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>RAZEM</b>	<b>119</b>	<b>84</b>	<b>31</b>	<b>4</b>

### 3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów

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

W 2010 roku rzecznik sporządził 12 pozwów, z których 1 skierowano do Stałego Polubownego Sądu Konsumentckiego w Katowicach, 11 do sądu powszechnego. Sporządzono również 2 sprzeciwy od nakazu zapłaty. W trzech sprawach zapadły już wyroki na korzyść konsumentów.

Ponadto Rzecznik kierował również do przedsiębiorców zapisy na Sąd Polubowny wnosząc o rozpatrzenie sporu w formie arbitrażu polubownego – w czterech przypadkach – po przesłaniu zapisu przedsiębiorca zgodził się ugodowo i przedsądowo załatwić sprawę na korzyść konsumenta.

### 4. Współpraca z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumentckimi 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 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 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 przekazywał dokumenty oraz zwracał się do Inspekcji Handlowej oraz Delegatur UOKiK o podjęcie działań administracyjnych w celu wyeliminowania nieprawidłowości.

### 5. Zadania określone w przepisach odrębnych

W okresie sprawozdawczym Rzecznik sporządził opinię do projektu uchwały Rady Miasta Mysłowice w sprawie ustalenia liczby nowych licencji na wykonywanie zarobkowego przewozu osób taksówką osobową w 2011 r.

## **II.      *Udział rzecznika w seminariach, warsztatach i konferencjach w 2010 roku***

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

- ✓ spotkanie organizowane przez TP SA oraz PTK Centertel z organizacjami reprezentującymi konsumentów – 23.04.2010 r. w Katowicach,
- ✓ warsztaty pn. „Usługi bankowe z ubezpieczeniem kredytu” organizowane przez Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów w Ostrowcu Świętokrzyskim w dniach 13-15.05.2010 r.,
- ✓ konferencja pn. „Konsument na rynku turystycznym. Polski system informacji turystycznej” organizowana przy współpracy Departamentu Turystyki Ministerstwa Gospodarki i Pracy, które odbyło się w Górnośląskiej Wyższej Szkole Handlowej w dniach 27-28.10.2010 r.
- ✓ szkolenie z zakresu nieuczciwych praktyk rynkowych w ramach projektu „Konsument wobec nieuczciwych praktyk rynkowych” organizowane przez Instytut Prawa Własności Intelektualnej Uniwersytetu Jagiellońskiego, które odbyło się w dniu 15.12.2010 r. w Krakowie.

## **III.     *Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym***

W mojej pracy codziennej spotykam się z problemami konsumentów wynikającymi głównie z niewiedzy i nieznamomości praw jakie im przysługują. 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 szkoleń 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.

We wrześniu 2010 r. Rzecznik udzielił wywiadu dla Gazety Beskidzkiej z siedzibą w Bielsku-Białej nt. nieprawidłowości podczas zawieranych umów poza lokalem przedsiębiorstwa przez operatora usług telekomunikacyjnych działającego na terenie powiatu bielskiego oraz miasta Mysłowice. 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.

## **IV.     *Podsumowanie i wnioski końcowe***

Moja niespełna ośmioletnia praktyka na stanowisku Miejskiego Rzecznika Konsumentów i zdobyte w tym czasie doświadczenie pozwalają sformułować pewne opinie, oceny oraz wnioski dotyczące sytuacji na rynku, w tym relacji między konsumentami i przedsiębiorcami. Coroczny wzrost

zgłaszanych do Biura spraw konsumenckich mógłby wskazywać na nasilenie się zjawisk negatywnych, tj. pogarszania się jakości oferowanych towarów i usług, stosowania przez handlowców niedozwolonych prawem praktyk w coraz większym zakresie, itp. Jednak w mojej ocenie, zwiększająca się systematycznie liczba skarg świadczy raczej o upowszechnianiu się wiedzy konsumenckiej, wzroście liczby konsumentów świadomych swych praw, zdeterminowanych w dochodzeniu swoich słuszych roszczeń. Coraz więcej z nich nie godzi z dominacją przedsiębiorców na rynku towarów i usług, lekceważącym konsumenta uchylaniem się od odpowiedzialności za złą jakość oferowanych przez siebie produktów. Świadczy o tym m.in. zwiększająca się liczba składanych w sądach powództw, i to nie zawsze dotyczących towarów najdroższych. To dobra tendencja w kierunku eliminowania patologii rynkowej, której przyczynę upatruję przede wszystkim w nieznanomości obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego przez niektórych przedsiębiorców, czy też świadome ignorowanie tego prawa dla osiągnięcia zysku kosztem słabszego ogniwa w obrocie konsumenckim czyli konsumenta.

Z drugiej jednak strony, w działalności swojej zbyt często jeszcze spotykam się z przypadkami kompletnej niezaradności konsumentów. Nie chodzi przy tym o brak znajomości prawa konsumenckiego, umiejętności sformułowania pisma do przedsiębiorcy czy też uzasadnienia pozwu. Chodzi mi o konsumentów poszkodowanych w wyniku zawarcia niekorzystnej dla siebie umowy bez jej przeczytania, wpłacenia zaliczki bez pobrania pokwitowania, podpisania protokołu odbioru i zapłaty za przesyłkę bez sprawdzenia jej zawartości, itp. Są to sprawy z prawnego punktu widzenia beznadziejne. Tylko nieliczne z nich udaje się załatwić w drodze mediacji. Jest też jeszcze niemała część konsumentów, która uważa, że rzecznik może i powinien załatwić wszystko, np. nakazać przedsiębiorcy spełnienia ich roszczeń cywilnoprawnych w określony przez konsumenta sposób. Nie wiedzą przy tym, a czasem nie chcą też przyjąć do wiadomości, iż rzecznik może działać jedynie w zakresie określonych ustawą kompetencji i rozstrzygnięcie danego sporu może nastąpić jedynie na drodze sądowej. Przypadki te świadczą, że jeszcze znaczna część naszego społeczeństwa nie ma świadomości, iż w obecnych warunkach tak wiele zależy od nas samych, że w niektórych sprawach nikt konsumentów nie wyręczy, a rzecznik może tylko udzielić pomocy.

Koniecznym - w mojej ocenie - jest wykreowanie konsumenta świadomego swej podmiotowości w grze wolnorynkowej, potrafiącego korzystać z danych mu możliwości swobodnego wyboru i decyzji przy nabywaniu towarów i usług, a także przy dochodzeniu swoich praw, zarówno samodzielnie jak i przy pomocy rzecznika konsumentów. Działania mające na celu dotarcie do osób zainteresowanych problematyką konsumencką we wszystkich osiedlach i dzielnicach naszego miasta - oprócz zaangażowania w doraźną, codzienną pomoc konsumentom - są moim wyzwaniem na rok bieżący.

MIEJSKI  
RZECZNIK KONSUMENTÓW  
Anna ROŚŁOŃ

