

ZARZĄDZENIE NR 121 /2010
PREZYDENTA MIASTA MYSŁOWICE
z dnia 12.03.2010

w sprawie: zatwierdzenia „Sprawozdania z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Mysłowicach za 2009 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 2009 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
Grzegorz OSYRA

Otrzymują:

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

**SPRAWOZDANIE
Z DZIAŁALNOŚCI
MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW
W MYŚŁOWICACH
ZA 2009 ROK**

„Wszyscy z definicji jesteśmy konsumentami. Konsumenci 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, marzec 2010 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 | 9 |
| II. Udział rzecznika w seminariach, warsztatach i konferencjach w 2009 roku | 10 |
| III. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym | 10 |
| IV. 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 | 8 |

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/.

Rzecznik zgodnie z art. 43 ust. 1 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 2009 roku do Rzecznika były bardzo zróżnicowane. Poradnictwo konsumenckie odbywało się telefonicznie, udzielane było bezpośrednio interesantom zgłaszającym się osobiście do Biura, sporadycznie pocztą elektroniczną. Najpopularniejszą metodą zgłaszania problemów konsumenckich jest zgłaszanie ich przez telefon /761/, na drugim miejscu znajduje się poradnictwo osobiste /620/ i na trzecim miejscu zgłaszanie problemów konsumenckich na podstawie pisemnego wniosku zgłoszonego do rzecznika /94/.

Rzecznik realizując zadanie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego, wykonywał następujące czynności: przedstawiał konsumentom możliwości prawne rozwiązania zgłoszonego problemu, analizował zasadność skargi konsumenta, podejmował bezpośrednio /telefoniczne/ interwencje u przedsiębiorców, sporządzał pisemne wystąpienia do przedsiębiorców, udzielał pomocy konsumentom w sporządzeniu różnego rodzaju pism /w tym procesowych/, kierował konsumentów do

właściwych instytucji i organów (Inspekcji Handlowej, Urzędu Regulacji Energetyki, Rzecznika Ubezpieczonych, Arbitra Bankowego, Rzecznika Odbiorców Paliw i Energii itp.).

W okresie sprawozdawczym do Rzecznika zgłosiło się o pomoc 1381 konsumentów /wzrost o 256 osób w stosunku do roku 2008/. 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. Należy podkreślić dużą skuteczność i sprawność załatwiania tego typu interwencji. 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, a także uzyskać druki reklamacyjne, wzory umów a także formularzy pism procesowych.

b) charakterystyka i struktura porad

Do Rzecznika wpływa wiele spraw dotyczących: nie rozróżniania ochrony z tytułu gwarancji i niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, terminu ustosunkowania się sprzedawcy do żądania konsumenta, podmiotu, który zobligowany jest z mocy ustawy do odpowiedzialności za wady towaru, terminu realizacji uznanego żądania, wyboru żądania czy też domniemania istnienia niezgodności towaru z umową w momencie jego wydania. Nieporozumienia na tym tle w dużym stopniu wynikają z nieznamości przepisów przez obie strony, zarówno przez konsumentów, jak i przedsiębiorców, którzy niejednokrotnie też nie chcą przyjmować na siebie odpowiedzialności, przesuując ją na gwaranta. Należy jednak podkreślić, że wzrasta systematycznie wiedza przedsiębiorców, co do przysługującej w tym zakresie ochrony konsumentów, a zadaniem Rzecznika w tym stanie jest uświadamianie przedsiębiorcom konsekwencji nie przestrzegania w tym zakresie obowiązujących przepisów prawa.

Jeżeli chodzi o strukturę udzielonych porad, 68% z nich dotyczyło umów sprzedaży, głównie: sprzętu AGD i RTV, obuwia, aparatów telefonicznych oraz sprzętu komputerowego. Reklamowane usługi stanowiły natomiast 27% ogółu zgłoszonych zapytań. Do najczęściej występujących należały sprawy dot. usług telekomunikacyjnych oraz bankowych.

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: | 373 | 27 |
| Bankowe | 44 | |
| Finansowe | 21 | |
| Ubezpieczeniowe | 36 | |
| Telekomunikacja, TV kablowa | 115 | |
| Motoryzacyjne /serwis/ | 16 | |
| Pocztowe | 5 | |
| Turystyczne | 23 | |
| Pralnicze | 5 | |
| Remontowo – budowlane | 18 | |
| Przewozowe | 10 | |
| Internetowe | 6 | |
| Najem | 14 | |
| Naprawa sprzętu RTV, AGD, komputerów | 6 | |
| Deweloperskie | 4 | |
| Gastronomiczne | 2 | |
| Edukacyjne | 4 | |
| Nieuczciwa reklama | 2 | |
| Krawieckie | 11 | |
| Upadłość konsumencka | 8 | |
| Fryzjerskie, szewskie, jubilerskie | 5 | |
| Windykacja | 16 | |
| Stolarskie | 2 | |
| II. UMOWY SPRZEDAŻY ogółem, w tym: | 942 | 68 |
| Sprzęt AGD, RTV | 178 | |
| Odzież | 51 | |
| Sprzęt komputerowy | 54 | |
| Obuwie | 199 | |
| Części samochodowe | 23 | |
| Samochody, skutery | 55 | |
| Media | 32 | |
| Aparaty telefoniczne | 87 | |
| Wyposażenie domu | 39 | |
| Stolarka okienna, drzwi | 67 | |
| Książki | 2 | |
| Meble | 52 | |
| Bizuteria | 7 | |
| Żywność | 5 | |
| Materiały budowlane | 5 | |

| | | |
|---|-------------|------------|
| Sprzęt sportowy | 7 | |
| Okulary | 9 | |
| Nieruchomości | 10 | |
| Paliwo | 2 | |
| Zabawki | 2 | |
| Maszyny, urządzenia | 22 | |
| Nagrobki | 4 | |
| Galanteria skórzana | 6 | |
| Inne | 7 | |
| Niekonsumenckie | 20 | |
| III. UMOWY POZA LOKALEM I NA ODLEGŁOŚĆ | 66 | 5 |
| Urządzenia filtrujące wodę | 18 | |
| Urządzenia czyszczące | 3 | |
| Sprzęt do rehabilitacji | 6 | |
| Odzież | 2 | |
| Części samochodowe | 1 | |
| Medykamenty | 1 | |
| Sprzęt AGD, RTV, komputery | 12 | |
| Inne | 3 | |
| Stolarka drzewiowa i okienna | 2 | |
| Książki | 2 | |
| Usługi ubezpieczeniowe | 1 | |
| Usługi telekomunikacyjne | 15 | |
| RAZEM | 1381 | 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 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, które przesyłane jest również do wiadomości konsumenta. 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 VI ds. Karnych i Wykroczeniowych o ukaranie przedsiębiorców grzywną. W dwóch sprawach zapadły wyroki skazujące przedsiębiorców karą grzywny, sygn akt: VI W 47/09 oraz VI W 46/09. Łączna wysokość wymierzonych kar w postaci grzywny: 800,00 zł.

W wielu przypadkach sprawa kończy się sporządzeniem przez Rzecznika pozwu do Stałego Polubownego Sądu Konsumentckiego 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. Zdarza się również, że Rzecznik zaprasza strony pozostające w sporze do Biura celem wyjaśnienia sprawy i kompromisowego jej zakończenia w formie ugody.

W ubiegłym roku Rzecznik wszczął 94 postępowania występując pisemnie do przedsiębiorców w sprawach konsumentów. Na 90 zakończonych już spraw w 67 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 |
|--|------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| I USŁUGI ogółem, w tym: | 26 | 21 | 5 | - |
| telekomunikacja / w tym: TV kablowa, Internet/ | 10 | 7 | 3 | - |
| Naprawa AGD, RTV | 1 | 1 | - | - |
| ubezpieczeniowe | 2 | 1 | 1 | - |
| ochroniarskie | 1 | 1 | - | - |
| edukacyjne | 1 | 1 | - | - |
| bankowe | 6 | 6 | - | - |
| rozliczenie mediów | 3 | 3 | - | - |
| turystyczne | 2 | 1 | 1 | - |
| II UMOWY SPRZEDAŻY ogółem, w tym: | 60 | 40 | 16 | 4 |
| obuwie | 28 | 17 | 8 | 3 |
| sprzęt AGD, RTV | 6 | 4 | 2 | - |
| stolarstwo okienne, drzwiowe | 6 | 5 | 1 | - |
| odzież | 5 | 4 | 1 | - |
| nagrobek | 1 | - | 1 | - |
| Samochody, skutery, części samochodowe | 5 | 4 | - | 1 |
| meble | 2 | 2 | - | - |
| Sprzęt sportowy | 1 | - | 1 | - |
| Galanteria skórzana | 1 | 1 | - | - |
| nieruchomości | 2 | 2 | - | - |
| aparaty telefoniczne | 3 | 1 | 2 | - |
| III. UMOWY POZA LOKALEM I NA ODLEGŁOŚĆ | 8 | 6 | 2 | - |
| RAZEM | 94 | 67 | 23 | 4 |

3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów

W okresie sprawozdawczym Rzecznik wytoczył powództwo o zapłatę kwoty 500,00 zł na rzecz konsumentki /sygn. akt VII Nc 868/09/. Sąd Rejonowy Sąd Grodzki w Mysłowicach w dniu 29.04.2009 r. wydał nakaz zapłaty opatrzony w dniu 25.05.2009 r. w klauzulę wykonalności. Pozwany przedsiębiorca zwrócił żadaną na rzecz konsumentki kwotę w maju 2009 r. bez wnoszenia sprzeciwu od nakazu zapłaty.

Ponadto Rzecznik przygotowywał zainteresowanym konsumentom pozwy 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 Konsumenckim. Rzecznik konsumentów przygotowywał i pomagał sporządzać niezbędne w tym celu pozwы i zapisy na sąd polubowny. W 2009 roku rzecznik sporządził 34 pozwы, z których 9 skierowano do Stałego Polubownego Sądu Konsumenckiego w Katowicach a 25 do sądu powszechnego. Sporządzono również 1 sprzeciw od nakazu zapłaty. W sześciu sprawach zapadły już wyroki na korzyść konsumentów.

W czerwcu 2009 r. Rzecznik skorzystał z uprawnienia wynikającego z art. 63 kpc w związku z art. 42 ust. 5 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów i skierował do Sądu Rejonowego w Mysłowicach istotny pogląd w sprawie toczącej się przy udziale Rzecznika przed Sądem Grodzkim o zapłatę kwoty 1.273,30 zł w związku z odstąpieniem od umowy zakupu drzwi. Sprawa została zakończona pozytywnie dla konsumentki.

4. 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 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 następujących nieprawidłowości:

- ✓ naruszanie przez przedsiębiorcę prowadzącego działalność gospodarczą na terenie Mysłowic w zakresie sprzedaży obuwia art. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego /Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm./, poprzez nieudzielenie informacji dot. producenta obuwia bądź jego importera, a także kraju pochodzenia towaru oraz naruszaniu przepisów Rozporządzenia rady Ministrów z dnia 19 października 2004 r. w sprawie dodatkowych wymagań dotyczących znakowania obuwia przeznaczonego do sprzedaży konsumentom /Dz. U. Nr 240, poz. 2409/ m.in. poprzez brak oznakowania obuwia w zakresie materiału, z którego zostało ono wykonane.
- ✓ brak oznakowania towarów oferowanych do sprzedaży ceną oraz wystawianie nieprawidłowych paragonów fiskalnych przez przedsiębiorcę prowadzącego sklep spożywczo – warzywny na terenie Mysłowic. Kontrolę przeprowadziła Inspekcja Handlowa w Katowicach, potwierdzając nieprawidłowości.
- ✓ odmawianie przyjęcia towarów /obuwia/ do reklamacji i wydawanie konsumentom druków pn. „Odmowa przyjęcia reklamacji” przez właściciela sklepu obuwniczego z siedzibą w Mysłowicach.

III. Udział rzecznika w seminariach, warsztatach i konferencjach w 2009 roku

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

- ✓ szkolenie organizowane przez PM Group S.C. z siedzibą w Białymstoku przy udziale Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w dniach 23-24.02.2009 r. w Katowicach dot. nieuczciwych praktyk rynkowych, problematyki nadmiernego zadłużenia, liberalizacji wspólnotowego prawa pocztowego, dyrektywy dot. przewozów lotniczych oraz kredytu konsumenckiego,
- ✓ szkolenie organizowane przez P4B – II Spalskie Warsztaty Energetyczne dot. problematyki dostawy paliw i energii, które odbyło się w dniach 23-24.04.2009 r. w Spale,
- ✓ spotkanie organizowane przez TP SA oraz PTK Centertel z organizacjami reprezentującymi konsumentów – 05.06.2009 r. w Katowicach,
- ✓ warsztaty z zakresu ochrony klientów usług finansowych pn. „Konsument na rynku finansowym”, które organizowane było przez Komisję Nadzoru Finansowego w dniu 15.06.2009 r.
- ✓ konferencja organizowana przez Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów pn. „10 lat instytucji Rzecznika Konsumentów”, która odbyła się w dniach 25-26.06.2009 r.
- ✓ konferencja pn. „Obsługa Klienta – ENION Energia Sp. z o.o.” organizowana w dniu 30.06.2009 r. w Paszkówce przez ENION Energia Sp. z o.o.,
- ✓ warsztaty z cyklu przybliżania wzajemnej perspektywy w obszarze kontaktów z klientami VATTENFALL, organizowane w dniu 23.11.2009 r. w Gliwicach,
- ✓ konferencja pn. „Nowa jakość kontaktów z klientami w ENION Energia” organizowana w dniu 16.12.2009 r. w Krakowie przez ENION Energia Sp. z o.o..

IV. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym

W mojej pracy codziennej spotykam się z problemami konsumentów wynikającymi głównie z niewiedzy i nieznajomości 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.

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

Z analizy sprawozdania jak również z mojej dotychczasowej /6,5 - letniej praktyki/ wynika jednoznacznie, że zainteresowanie prawami konsumentów stale wzrasta. Porównując dane w nim zawarte z informacjami z lat poprzednich zauważyć należy stałą tendencję wzrostową. Systematycznie rośnie liczba rozpatrywanych spraw i podejmowanych interwencji. Poprzez prowadzoną przeze mnie edukację wzrasta świadomość konsumencka mieszkańców Mysłowic – głównie młodzieży. Coraz częściej konsumenci zwracają się do Rzecznika przedstawiając swoje problemy, z prośbą o pomoc. O poradę proszą również przedsiębiorcy, którzy wielokrotnie nie znają obecnego stanu prawnego i mają wątpliwości co do prawidłowego stosowania prawa.

Stwierdzić również należy, że skuteczne interwencje i mediacje oraz wygrane sprawy sądowe mają bezpośredni wpływ na zachowania przedsiębiorców – zapoznają przedsiębiorców z ich powinnościami wobec konsumentów oraz uświadamiają konieczność przestrzegania obowiązującego prawa. Działania Rzecznika mają natomiast pozytywny oddźwięk, bowiem polegają na udzielaniu pomocy. Zarówno sposób działania jak i skuteczność przyczyniają się z kolei do tworzenia dobrego wizerunku samorządu powiatowego.

Reasumując wspomnieć należy, że na przełomie maja i czerwca 2009 r. została przeprowadzona w Biurze Miejskiego Rzecznika Konsumentów kontrola wewnętrzna, przedmiotem której było funkcjonowanie Biura Rzecznika w okresie od 01.01.2008 r. do 31.03.2009 r., która nie wykazała żadnych uchybień względem obowiązujących przepisów prawa.

MIEJSKI
RZECZNIK KONSUMENTÓW

Anna ROSŁON