Uchwała nr 0150/VIII/84 /2003
Rady Miasta z dnia 27 marca 2003 roku

w sprawie zatwierdzenia sprawozdania Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach za rok 2002.

Na podstawie art. 18 ust. 1 ustawy z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1591 z późn. zm.), oraz art. 4 ust. 1 pkt 18 ustawy z dnia 5 czerwca 1998r. o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 2001r. Nr 142, poz. 1592z poźn. zm.), w związku z art. 38 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 15 grudnia 2000r. (Dz. U. z 2001r. Nr 122, poz. 1319 z późn. zm.), po zaopiniowaniu przez Komisję Porządku Publicznego,

Rada Miasta Tychy uchwala:

§ 1

Zatwierdzić roczne sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach za rok 2002, stanowiące załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Przekazać sprawozdanie właściwej miejscowo Delegaturze Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

§ 3

Odpowiedzialnym za wykonanie Uchwały jest Prezydent Miasta.

§ 4

Uchwała chodzi w życie z dniem podjęcia.

RADA MIASTA
Tychy

PRZEWODNICZĄCY
Rady Miasta Tychy
Barbara Konieczna

Załącznik do uchwały
Nr 0150/VII/84/2003
Rady Miasta Tychy
z dnia 27 marca 2003

SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚCI MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W TYCHACH ZA OKRES 01.01 – 31.12.2002 ROKU

Zobligowana art. 38 Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 15 grudnia 2000 roku do złożenia rocznego sprawozdania ze swojej działalności Radzie Miasta, przedkładam co następuje:

I. Uwagi ogólne – umocowanie prawne i zakres obowiązków rzecznika konsumentów

Podstawową normą prawną w zakresie ochrony interesów konsumentów jest art. 76 Konstytucji RP, nakładający na wszystkie władze publiczne obowiązek ochrony konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi.
Na mocy ustawy o samorządzie powiatowym, od 1999 roku obowiązki w zakresie ochrony interesów konsumenta należą do samorządów powiatowych. Jest to zadanie własne powiatu, wykonywane przez Powiatowego / Miejskiego Rzecznika Konsumentów.

Jego umocowanie prawne oraz zakres obowiązków reguluje Ustawa z 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122, poz.1319 z późn. zmianami).

W strukturze organizacyjnej naszego Urzędu rzecznik konsumentów podlega Zastępcy Prezydenta ds. Społecznych.

Zgodnie z przepisem art. 37 ww. Ustawy, do podstawowych obowiązków i uprawnień rzecznika należy w szczególności:

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach związanych z ochroną praw i interesów konsumentów,
- współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Inspekcją Handlową, Sanepidem oraz organizacjami konsumenckimi,
- możliwość wytaczania powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie za ich zgodą do toczącego się postępowania,
- upowszechnianie wiedzy konsumenckiej, w szczególności propagowanie jej w szkołach publicznych,
- wykonywanie innych zadań, określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych.

Akty prawne, będące podstawą ochrony interesów konsumentów, to:

- Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów,
- Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny,
- Ustawa o ogólnym bezpieczeństwie produktów,
- Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji,
- Ustawa o kredycie konsumenckim,
- Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego,
- Kodeks Cywilny, Kodeks Postępowania Cywilnego oraz akty wykonawcze i orzecznictwo Sądu Najwyższego.

RADA MIASTA
Tychy

- Rozporządzenia Rady Ministrów z 30 maja 1995 r. i 25 czerwca 2002 r., dotyczące szczegółowych warunków zawierania umów między konsumentami a przesiębiorcami.

Przy wykonywaniu swoich zadań posiłkowałam się również przepisami ustaw: Prawo energetyczne, o zbiorowym zaopatrzeniu w wodę i zbiorowym odprowadzaniu ścieków, o usługach turystycznych, o cenach, a także przepisami Rozporządzenia Ministra Łączności w sprawie reklamacji usług telekomunikacyjnych.

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

1. Charakterystyka i struktura udzielanej konsumentom pomocy prawnej

W ciągu 2002 roku do biura rzecznika wpłynęło 1983 spraw wymagających udzielenia konsumentom różnego rodzaju pomocy prawnej (wzrost o 27% w stosunku do roku 2001).

Przeważająca większość spraw dotyczyła skarg konsumentów na:

- sprzedawców, producentów, dystrybutorów, itp. uchylających się od odpowiedzialności za wady nabytych przez konsumentów towarów,
- przedsiębiorców i rzemieślników wykonujących nieterminowo lub nierzetelnie usługi,
- firmy stosujące umowy, których postanowienia naruszały obowiązujące przepisy prawa, w tym: Kodeksu cywilnego, ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, ustawy o kredycie konsumenckim, ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, itp.

Zakres udzielanej konsumentom pomocy prawnej, to przede wszystkim:

A. Poradnictwo oraz udzielanie informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów – charakterystyka i struktura porad (szczegółowe dane w Tab. nr 1)

Na 1983 spraw, 1093 (ok. 55%) zakończyło się udzieleniem konsumentom pomocy prawnej drogą telefoniczną.
Telefoniczne porady i wyjaśnienia dotyczyły m.in.: podstaw prawnych roszczeń z tytułu nabycia wadliwych towarów lub nierzetelnie wykonanych usług; różnicy między gwarancją i rękojmią; zakresu stosowania tych uprawnień wobec rzeczy oznaczonych co do gatunku i tożsamości; możliwości i konsekwencji wyboru poszczególnych uprawnień; terminów oraz sposobów składania i rozpatrywania reklamacji, interpretacji zapisów różnego rodzaju umów, itp. Przy wielu z nich udzielałam też innego rodzaju pomocy, np. redagowania pism reklamacyjnych, odwołań, itp.

W pozostałych 890 sprawach pomoc z zakresu poradnictwa prawnego udzielana była bezpośrednio w biurze rzecznika. Dotyczyło to głównie spraw wymagających zaawansowanej, specjalistycznej pomocy prawnej, w tym m.in.:

- rozpoznania i kwalifikacji prawnej roszczeń konsumentów w zakresie umów kupna-sprzedaży (przy sprawach skomplikowanych), umów o dzieło (roboty remontowo-budowlane, itp.) i na różnego rodzaju usługi (m.in. telekomunikacyjne, TV kablowej i satelitarnej, turystyczne). Znaczna część spraw dotyczyła uczestnictwa w systemie argentyńskim oraz umów o kredyt konsumencki, umów zwieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, a także czynów nieuczciwej konkurencji (np. w zakresie reklamy), i roszczeń odnośnie skutków nie wykonania lub niewłaściwego wykonania określonego rodzaju umów (odszkodowania),

• pomocy w sporządzeniu pism reklamacyjnych lub odwołań od odmownych decyzji przedsiębiorców.

Odnośnie struktury udzielonych porad, 752 z nich (ok. 38% całości) dotyczyło różnego rodzaju usług, wśród których dominowały „kredyty" w systemie argentyńskim oraz montaż okien i drzwi.

1162 porad (ok. 58,5%) udzieliłam w sprawie umów kupna-sprzedaży towarów konsumpcyjnych, spośród których najwięcej dotyczyło obuwia i wyposażenia wnętrz (sprzęt AGD, RTV, komputerowy oraz meble).

Pozostała ilość porad dotyczyła umów poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość.

B. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach konsumenckich - rodzaje, charakterystyka i struktura wystąpień (szczegółowe dane w Tab. nr 2)

Przy 428 sprawach - oprócz udzielenia konsumentom porad prawnych – konieczne były wystąpienia rzecznika do przedsiębiorców.

W około 65 procentach tych spraw, były to telefoniczne rozmowy z przedsiębiorcami - zwrócenie im uwagi na naruszenie określonych przepisów prawa, pouczenia i mediacje w celu polubownego uznania roszczeń konsumenckich.

Pozostałe przypadki wymagały występowania do przedsiębiorców na piśmie o nie stosowanie niedozwolonych prawem praktyk, pisemnych uwag i upomnień (przy stwierdzeniu naruszania przez nich uprawnień konsumenckich) oraz sporządzania wezwań przedsądowych.

Odnośnie struktury wystąpień, 155 z nich dotyczyło usług, wśród których zdecydowanie dominowały montaż okien i drzwi oraz usługi operatorów TV kablowej i satelitarnej.
257 interwencji odnosiło się do umów kupna-sprzedaży towarów konsumpcyjnych (najwięcej związanych z reklamacjami obuwia i wyposażenia wnętrz).
Pozostała ilość wystąpień (3,7% całości) dotyczyła umów poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość.

Przy 333 sprawach moje wystąpienia do u przedsiębiorców przyniosły skutek pozytywny - roszczenia konsumentów zostały przez nich uznane. Natomiast w 84 sprawach, pomimo moich interwencji, przedsiębiorcy nie zmienili swojego wcześniejszego stanowiska.
W 61 tego rodzaju przypadkach konsumenci zdecydowali się na założenie spraw sądowych, a w pozostałych 23 - zrezygnowali z dalszego dochodzenia swoich roszczeń.
Z ogólnej liczby moich spraw w których występowałam do przedsiębiorców, 11 jest jeszcze w toku załatwiania.

C. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów (dane w Tab. nr 3)

W 61 sprawach, w których nie udało się doprowadzić do wyegzekwowania roszczeń w trybie mediacyjnym lub upominawczym, konsumenci wnieśli pozwy do Sądu Powszechnego, a w przypadkach zgody przedsiębiorców – do Konsumenckich Sądów Polubownych.
Z uwagi na specyfikę sporządzania pozwów w sprawach konsumenckich, wszystkie składane przez konsumentów pozwy do Sądu Powszechnego przygotowywałam osobiście.

Jedynie kilka pozwów do Sądu Polubownego sporządzonych zostało przez konsumentów, po udzieleniu im stosownych wskazówek.

Jak dotąd ze wszystkich wytoczonych przy udziale rzecznika spraw sądowych w roku ubiegłym, w 53 przypadkach zapadły wyroki na korzyść konsumentów.
Jedynie w jednej sprawie, którą rozpatrywał Sąd Polubowny, wynik postępowania był dla konsumenta niekorzystny (powołany przez sąd rzeczoznawca stwierdził umyślne uszkodzenie obuwia).
Pozostałe 7 spraw nie zostało jeszcze przez sądy rozpatrzone.

W wytoczonych przez konsumentów sprawach sądowych, 23 pozwy dotyczyły nierzetelnego wykonania usług (najwięcej montażu okien i drzwi), a 38 pozwów - wadliwych towarów konsumpcyjnych (w większości obuwie i wyposażenie wnętrz).

2. ***Współpraca z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej, Inspekcji Sanitarnej, oraz innymi instytucjami.***

Wychodząc z założenia, że rozstrzygniecie sprawy przez sąd jest ostatecznością, tam gdzie było to uzasadnione - np. przy notorycznym łamaniu prawa przez przedsiębiorcę i nie reagowania na upomnienia - zwracałam się pisemnie do Wojewódzkich Inspektoratów Inspekcji Handlowych: w Katowicach, Bielsku-Białej, Krakowie, Wrocławiu, Łodzi, Poznaniu i w Warszawie o wszczęcie stosownego postępowania administracyjnego. Wszystkie tego rodzaju sprawy zakończone zostały ze skutkiem pozytywnym dla konsumentów. W przypadkach uchylania się przedsiębiorców od wystawienia faktury lub odmowy rozliczenia się z konsumentem, występowałam również do Urzędów Skarbowych.

Bardzo pozytywnie oceniam współpracę z miejscowym Inspektoratem SANEPID-u oraz Inspekcją Handlową w Katowicach, gdyż dzięki kontrolom - w ramach uprawnień przypisanych tym instytucjom - usuniętych zostało wiele nieprawidłowości we wskazanych przez konsumentów placówkach handlowo - usługowych.

W przypadkach niemożności ustalenia danych personalnych kupców na naszych targowiskach korzystałam z pomocy naszej Straży Miejskiej, bez czego niejednokrotnie trudno byłoby mi wszcząć postępowanie na rzecz pokrzywdzonego konsumenta.

W szczególnie trudnych sprawach, gdy istniało domniemanie w stosunku do przedsiębiorcy, iż jego działania mają znamiona oszustwa, nawiązywałam współpracę z Komendą Policji w Tychach.

Szczególnie cenię sobie współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie. Zawsze mogłam liczyć na pomoc tej instytucji, zwłaszcza w sprawach trudnych, po wyczerpaniu wszystkich możliwych środków pozasądowych. Dotyczyło to najczęściej przypadków, gdy przedsiębiorca nie reagował na moje prośby i wezwania do zaprzestania niedozwolonych prawem praktyk. We wszystkich zgłoszonych przeze mnie sprawach Urząd podejmował działania administracyjne, a tam gdzie było to konieczne - wystąpił na drogę sądową.

Dużą pomocą w pracy rzecznika stanowią orzecznictwa i opinie publikowane w Biuletynie przez Stowarzyszenie Konsumentów Polskich na zlecenie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

RADA MIASTA
Tychy

3. Działania o charakterze edukacyjno - informacyjnym.

W ramach szeroko rozumianych działań edukacyjnych, podobnie jak w latach ubiegłych prowadziłam poradnictwo konsumenckie, na łamach lokalnej prasy, której redaktorzy nieodpłatnie udostępniali mi miejsca na publikacje. W roku ubiegłym udzieliłam też kilkunastu wywiadów prasowych w sprawach konsumenckich.

Popularyzacja wiedzy konsumenckiej to nie tylko publikacje prasowe. Przy każdym kontakcie z konsumentem starłam się wychodzić poza meritum sprawy, przekazując podstawowe informacje w zakresie przysługującego mu prawa, udzielając wskazówek jak sobie radzić i być aktywnym w egzekwowaniu swoich roszczeń.

Również w kontaktach z przedsiębiorcami nie ograniczałam się jedynie do wytykania im uchybień, lecz wskazywałam i komentowałam stosowane dla danej sprawy przepisy, wychodząc z założenia, że im więcej przedsiębiorcom przekażę, będzie to tylko z korzyścią dla konsumentów.

Z uwagi na fakt, iż w minionym roku zachodziły radykalne zmiany w przepisach prawa konsumenckiego, moje działania na rzecz upowszechnienia wiedzy konsumenckiej w szkołach publicznych zostały mocno ograniczone. Przekazywanie przepisów, które za miesiąc, czy nawet w terminie późniejszym miały ulec zmianie, mijało się z celem.
W związku z tym, na edukację młodzieży szkolnej zamierzam w roku bieżącym położyć szczególnie duży nacisk. Dla realizacji tego celu mam już m.in. opracowaną broszurę pt. „Poradnik Konsumenta" (porównanie prawodawstwa nowego z poprzednim oraz wskazówki na okres przejściowy), która zostanie rozprowadzona w szkołach średnich.

III. Podsumowanie i wnioski końcowe

Moja czteroletnia praktyka na stanowisku Miejskiego Rzecznika Konsumentów i zdobyte w tym czasie doświadczenie upoważniają do sformułowania pewnych opinii, ocen oraz wniosków dotyczących sytuacji na naszym rynku lokalnym, w tym relacji między konsumentami i przedsiębiorcami.

Coroczny wzrost zgłaszanych do Biura spraw konsumenckich (odpowiednio 498, 740, 1556 i 1983 w latach 1999 do 2002) mógłby wskazywać na nasilanie 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, wzrostu liczby konsumentów świadomych swych praw, zdeterminowanych w dochodzeniu swoich słusznych 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 nieznajomości obowiązujących przepisów prawa konsumenckiego przez niektórych przedsiębiorców, czy też świadome ignorowanie tego prawa dla osiągnięcie zysku kosztem konsumenta.

RADA MIASTA
Tychy

Z drugiej jednak strony, w działalności swojej zbyt często jeszcze stykam 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 zawarciu 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.

Dużym dla mnie problemem jest dotarcie do tej grupy konsumentów. Przykładem tego jest duża ilość skarg, na firmy działające w systemie argentyńskim, pomimo licznych przestróg w moich i innych publikacjach prasowych.

Dlatego też w swoich działaniach, oprócz dotychczasowych form upowszechniania wiedzy konsumenckiej i planów edukacyjnych w szkołach, chciałabym rozpocząć jej propagowanie z wykorzystaniem internetu. Sądzę, że dotarcie tą drogą – przede wszystkim do przyszłych, czy też młodszej generacji konsumentów – poprawi sytuację w tym zakresie.

Wchodząc do Unii Europejskiej (prawo konsumenckie już jest dostosowywane) konieczne 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 w tym kierunku - oprócz zaangażowania w doraźną, codzienną pomoc konsumentom z poczuciem służebności pełnionej przez siebie funkcji – są moim wyzwaniem na rok bieżący.

Tychy, dnia 19.02.2003 r.

mgr Danuta Kępka
Miejski Rzecznik Konsumentów
w Tychach

RADA MIASTA
Tychy

Tabela nr 1. Poradnictwo konsumenckie i udzielanie informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów – strukturą udzielonych porad:

Wyszczególnienie	Ilość	Udział
I. Usługi ogółem, w tym:	**752**	**37,9%**
bankowe	88	
ubezpieczeniowe	19	
systemy argentyńskie	163	
telekomunikacyjne	27	
TV kablowa i satelitarna	73	
dostawa energii (prąd, gaz, ciepło, woda)	7	
motoryzacyjne (serwis)	63	
turystyczne i hotelarskie	36	
pralnicze	45	
montaż okien i drzwi oraz remonty budowlane	122	
inne	109	
II. Umowy sprzedaży ogółem, w tym:	**1162**	**58,6%**
wyposażenie wnętrz (AGD, RTV, meble)	246	
okna, drzwi	131	
odzież	124	
obuwie	391	
samochody i art. motoryzacyjne	87	
sprzęt komputerowy i telefony komórkowe	101	
inne	82	
III. Umowy poza lokalem i na odległość	**69**	**3,5%**
Razem:	**1983**	**100,0%**

RADA MIASTA
Tychy

Tabela nr 2. Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawach konsumenckich – struktura wystąpień

Wyszczególnienie	Ogólna ilość wystąpień	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
I. Usługi ogółem, w tym:	**155**	**120**	**25**	**10**
bankowe	10	9	1	
ubezpieczeniowe	4	4		
systemy argentyńskie	6	2	4	
telekomunikacyjne	17	15	2	
TV kablowa i satelitarna	29	25	3	1
dostawa energii (prąd, gaz, ciepło, woda)	2	1		1
motoryzacyjne (serwis)	3	3		
turystyczne i hotelarskie	6	4	2	
pralnicze	10	7	2	1
montaż okien, drzwi i remonty budowlane	46	34	7	5
inne	22	16	4	2
II. Umowy sprzedaży ogółem, w tym:	**257**	**199**	**57**	**1**
wyposażenie wnętrz (AGD, RTV, meble)	37	27	10	
okna i drzwi	19	13	5	1
odzież	23	18	5	
obuwie	87	66	21	
samochody i art.. motoryzacyjne	13	11	2	
sprzęt komputerowy i telef. komórkowe	25	24	1	
inne	53	40	13	
III. Umowy poza lokalem i na odległość:	**16**	**14**	**2**	
Razem:	**428**	**333**	**84**	**11**

Tabela nr 3. Pomoc rzecznika przy wytaczaniu powództw przez konsumentów

Przedmiot sporu	Ogólna ilość powództw	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
1. Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania usług	23	18		5
2. Powództwa dotyczące reklamacji towarów z tytułu rękojmi i gwarancji	38	35	1	2

RADA MIASTA
Tychy