TYCHY

URZĄD MIASTA TYCHY

Miejski Rzecznik Konsumentów

43 – 100 Tychy, ul. Grota Roweckiego 42/ p. 229 - 230
Tel. (032) 776 – 36 – 77, Tel/Fax (032) 780 – 50 – 63
e-mail: rzecznik.konsumenta@umtychy.pl

SPRAWOZDANIE

MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW W TYCHACH ZA 2010 ROK

Sprawozdanie stanowi wykonanie obowiązku wynikającego z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U Nr 50 poz. 331 z późn. zm.), na podstawie którego przedkładam Prezydentowi Miasta Tychy do zatwierdzenia roczne sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w roku ubiegłym.

Zapoznałem się.
Akceptuję.

PREZYDENT MIASTA TYCHY
mgr inż. Andrzej Dziuba
20.04.11

SPIS TREŚCI:

I. Uwagi ogólne o działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach..... 3

1. Przepisy regulujące zakres działania Miejskiego Rzecznika Konsumentów 3

2. Struktura i organizacja biura rzecznika 4

II. Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów 4

1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów 4

2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów ... 8

3. Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi 10

4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów 11

5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów 11

6. Prowadzenie edukacji konsumenckiej 12

7. Współpraca ze środkami masowego przekazu: 12

III. Przykładowe sprawy prowadzone przez Rzecznika w roku sprawozdawczym 12

IV. Przykładowe działania doskonalące prowadzone w ramach wdrożonego w Urzędzie Miasta Systemu Zarządzana Jakością zgodnie z normą PN-EN ISO 9001:2001 15

V. Wnioski końcowe 16

VI. Tabele i wykresy 18

I. Uwagi ogólne o działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

1. Przepisy regulujące zakres działania Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Aktem nadrzędnym regulującym problematykę ochrony interesów konsumenta jest Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, która w art. 76 zobowiązuje władze publiczne do zapewnienia ochrony konsumentom, użytkownikom i najemcom przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Konstytucja pozostawia ustalenie zakresu tejże ochrony ustawom szczególnym.

Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 roku o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142 poz. 1592 z późn. zm.) zakłada natomiast, że ochrona praw konsumenta należy do zadań powiatu.

W oparciu o przepisy wynikające z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z dnia 16 lutego 2007 roku (Dz. U. nr 50, poz. 331 z późn. zm.) należy uznać, iż podstawowym i nadrzędnym celem Miejskiego Rzecznika Konsumentów jest ochrona praw i interesów konsumentów. Zadanie to realizowane jest między innymi poprzez: zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów; składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów; występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów; współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi; wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych.

Rzecznik Konsumentów może również wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować, za ich zgodą, do toczącego się już postępowania w sprawach o ochronę ich interesów. Zobowiązany jest także przekazywać na bieżąco delegaturom Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wnioski i sygnalizować problemy dotyczące ochrony konsumentów, które wymagają podjęcia działań przez organy administracji rządowej.

W sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów Rzecznik Konsumentów może natomiast pełnić funkcję oskarżyciela publicznego w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 24 sierpnia 2001 roku Kodeks postępowania w sprawach o wykroczenia (Dz. U. Nr 106, poz. 1148, z późn. zm.).

Ustawa kodeks postępowania cywilnego z dnia 17 listopada 1964 roku (Dz.U. z 1964 Nr 43 poz. 296 z późn. zm.) stanowi zaś podstawę do przedstawienia sądowi istotnego dla sprawy poglądu.

Dodatkowym obowiązkiem Rzecznika nałożonym przez Zarządzenie Prezydenta Miasta Tychy Nr 0152/9/10 z dnia 21 grudnia 2010 roku w sprawie szczegółowego regulaminu organizacyjnego samodzielnego stanowiska Miejskiego Rzecznika Konsumentów jest prowadzenie edukacji konsumenckiej.

2. Struktura i organizacja biura rzecznika

Zgodnie z przepisami ustawy z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów niniejsze sprawozdanie obejmuje okres od dnia 1 stycznia 2010 roku do dnia 31 grudnia 2010 roku. W tym okresie, funkcję Miejskiego Rzecznika Konsumentów pełniła Katarzyna Szostak – Zjawiony.

Obecnie w biurze Rzecznika zatrudnione są dwie osoby, tj. Rzecznik oraz pracownik biura Pani Karolina Sobczak - Inspektor. Siedziba biura mieści się w Tychach przy ul. Grota Roweckiego 42 p. 229, 230.

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

Miejski Rzecznik Konsumentów w sprawach związanych z ochroną praw i interesów konsumentów, przyjmuje konsumentów osobiście lub poprzez pracownika biura. Porady udzielane są w różnorakiej formie, zarówno ustnej, jak i pisemnej bądź w formie elektronicznej. Generalnie forma udzielenia porady jest uzgadniana indywidualnie w zależności od zgłaszanej przez konsumenta potrzeby.

Wnoszone sprawy rejestrowane są w formie papierowej oraz elektronicznej w podziale na następujące kategorie: porady prawne, pomoc w sporządzeniu pisma, interwencja

telefoniczna u przedsiębiorcy, wstąpienie rzecznika do sprawy za zgodą konsumenta, wskazanie organu właściwego do rozpoznania sprawy, pismo do wiadomości rzecznika, inne. Każda zgłaszana przez konsumentów skarga odnotowywana jest również na formularzu notatki służbowej wprowadzonym w tut. biurze w lipcu 2009 roku, który w kolejnym okresie dostosowywany był do bieżących potrzeb. Notatka taka zawiera m.in. informacje odnośnie sposobu przyjęcia skargi konsumenta, rodzaju podjętych przez Rzecznika działań, wyrażeniu przez konsumenta zgody na przetwarzanie jego danych osobowych oraz wyniku przeprowadzonego postępowania.

Podczas spotkania pracownicy biura rzecznika przedstawiają konsumentom możliwości prawne rozwiązania zgłoszonego problemu, analizują zasadność skargi, wskazują konsumentom właściwe instytucje świadczące również pomoc w zakresie ochrony ich interesów bądź instruują skarżących przy sporządzaniu różnego rodzaju pism.

Problemy z jakimi w roku ubiegłym, podobnie jak w latach poprzednich, zwracali się konsumenci, przede wszystkim dotyczyły podstawowych uprawnień reklamacyjnych kupującego wynikających z gwarancji i niezgodności towaru z umową, braku możliwości zwrotu pełnowartościowego towaru do sprzedawcy, prawa do wyboru żądania reklamacyjnego (naprawy bądź wymiany) lub prawa do pełnej rzetelnej informacji o towarze.

Konsumenci nadal w dużej większości nie posiadają świadomości odnośnie przebiegu wszczynanej procedury reklamacyjnej, a w szczególności podmiotu do którego należy się zwrócić, rodzaju żądania czy też terminów obowiązujących w ramach tegoż postępowania. Skarżącym niestety brak również wiedzy, iż to do nich należy wybór drogi dochodzenia naszych roszczeń, tj. na podstawie niezgodności towaru z umową bądź gwarancji. Często sprzedawcy bazując na ich niewiedzy podejmują samodzielnie decyzje w tym zakresie, wypełniając zgłoszenie reklamacyjne poprzez odesłanie konsumenta do gwaranta, uwalniając się tym samym od odpowiedzialności.

Ilość zapytań konsumentów w liczbie 55 dotyczyła braku możliwości zwrotu towaru pełnowartościowego bez podania przyczyny i również potwierdza niewielką świadomość konsumencką w tym zakresie, pomimo zmiany przepisów regulujących tę kwestię wprowadzonej już kilkanaście lat temu.

Realizując obowiązek wykonywania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej Miejski Rzecznik Konsumentów udzielił w roku ubiegłym 2137 porad. Struktura udzielanych porad dotyczyła w 59 % umów sprzedaży, w 32 % świadczenia usług oraz w 7 % obejmowała porady w zakresie umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa (tabela nr 1 i wykres nr 1 oraz szczegółowo tabela nr 2).

Nadal najczęściej zgłaszane problemy w zakresie jakości i zakresu świadczonych usług dotyczyły: usług telekomunikacyjnych - 153 porady, co stanowiło 7,2 % łącznie udzielonych w tej kategorii, remontowo – budowlanych - 65 porad (3 %), usług ubezpieczeniowych - 63 (3,9 %), kredytu konsumenckiego - 63 (2,9 %) czy dostawy mediów 62 (2,9 %). Dane te w porównaniu z rokiem 2009 kształtują się na bardzo zbliżonym poziomie.

Szczegółową charakterystykę udzielonych porad i informacji prawnych dotyczących świadczonych usług w pozostałym zakresie obrazuje wykres nr 2.

Problemy konsumentów dotyczyły również kwestii niewykonania bądź nienależytego wykonania umów sprzedaży, których przedmiot stanowiła tradycyjnie sprzedaż obuwia - 270 porad (12,6%), sprzętu elektronicznego - 214 (10 %), wyposażenia wnętrz – 103 (4,8 %) czy wadliwych telefonów komórkowych - 104 (4,9 %). W pozostałym zakresie wątpliwości i zapytania konsumentów dotyczyły sprzętu komputerowego, odzieży, jak i samochodów i akcesoriów samochodowych. Ilość i kategorie udzielonych porad w tym zakresie nie różnią się w znaczący sposób od roku ubiegłego. Szczegółowa struktura udzielonych porad i informacji prawnych o bardzo szerokim spektrum przedstawiona została na wykresie nr 3.

W porównaniu z latami poprzednimi znaczny wzrost odnotowano natomiast w kategorii porad udzielanych w przedmiocie umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa. W roku sprawozdawczym zarejestrowano bowiem aż 149 porad, co stanowi 7 % wszystkich porad, podczas gdy w roku 2009 kształtowały się one na poziomie - 57 porad (2,4%). W głównej mierze zapytania dotyczyły możliwości odstąpienia od zawieranych umów. Kontrakty analizowane były również przez Rzecznika pod kątem zachowania przez przedsiębiorcę wymogów przewidzianych prawem, jak chociażby w kwestii pouczenia konsumenta na piśmie o możliwości odstąpienia od umowy czy dostarczenia wzoru przedmiotowego oświadczenia. Zdarzają się bowiem przypadki zaniechania tychże obowiązków przez przedsiębiorców bądź też zachowanie jedynie pozorów ich dopełnienia.

Stale rosnąca liczba umów zawieranych na odległość świadczyć może o coraz większym zainteresowaniu konsumentów nowymi formami zawierania umów bez jednoczesnej obecności obu stron. Problematyczne w zawieraniu umów tego rodzaju okazuje się być jednak brak rzetelnej informacji o umowie, jej przedmiocie i podmiocie sprzedającym towar bądź świadczącym usługi, brak możliwości bezpośredniego obejrzenia i sprawdzenia towaru w chwili zawierania umowy, utrudnienia w skutecznym dochodzeniu roszczeń związanych z brakiem bezpośredniego kontaktu z przedsiębiorcą.

Umowy zawierane natomiast poza lokalem przedsiębiorstwa podpisywane są w nietypowych dla konsumenta okolicznościach. Towarzyszy im bowiem z reguły nieprzygotowanie i zaskoczenie, brak możliwości porównania i oceny otrzymywanej przezeń propozycji z innymi ofertami na rynku oraz zbadania towaru, a także niedobór informacyjny, zwłaszcza co do osoby kontrahenta.

Pomimo zapewnienia przez ustawodawcę zwiększonej ochrony w umowach tego rodzaju, w szczególności w zakresie możliwości rezygnacji bez podania przyczyny z umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość, odnotowuje się szereg nieprawidłowości w działaniu przedsiębiorcy utrudniającym możliwość skorzystania z prawa do odstąpienia.

Nowym zjawiskiem jest nagminne dokonywanie przez jednego z operatorów telekomunikacyjnych rozszerzającej wykładni przepisów regulujących możliwość odstąpienia od umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa. Skuteczność bowiem takiego oświadczenia uzależniano nie tylko od dopełnienia przez konsumentów wymogów ustawowych poprzez złożenie oświadczenia na piśmie w terminie 10 dni od dnia zawarcia umowy, ale i od spełnienia dodatkowych wymogów formalnych zawartych w regulaminie świadczenia usług telekomunikacyjnych, takich jak wskazanie przedmiotu umowy, numeru umowy czy numeru telefonu, którego usługa miała dotyczyć. Brak zawarcia któregokolwiek z tych elementów w treści oświadczenia o odstąpieniu skutkował automatycznie nieuznaniem go za wiążący, pomimo wskazania wszelkich innych danych abonenta w pełni wystarczających dla zidentyfikowania go jako nadawcę oświadczenia. Sprawą tą zainteresowano Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie.

Udzielanie bezpłatnej porady i informacji prawnej w codziennej pracy Rzecznika obejmuje również pomoc w sporządzaniu różnego rodzaju pism, zarówno tych wymienianych na

etapie przesądowym, jak i w trakcie toczącego się już postępowania sądowego. Oferowana pomoc w tym zakresie dotyczy m.in. sporządzania zgłoszeń reklamacyjnych, odwołań od decyzji przedsiębiorców, odstąpień od umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Niezwykle pomocne są więc stosowane od dłuższego czasu formularze, które w praktyce znacznie przyspieszają postępowanie. Rzecznik służy również pomocą w sporządzaniu pism procesowych w postępowaniach cywilnych, a dostępne w biurze formularze procesowe umożliwiają udzielenie precyzyjnej instrukcji, co do dalszego postępowania w sprawie.

Umieszczona w części VI niniejszego sprawozdania tabela nr 6 oraz wykres nr 8 przedstawiają natomiast liczbę udzielonych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy. Wynika z nich, iż ilość zapytań konsumentów w całym rocznym okresie kształtowała się na porównywalnym poziomie, z tendencją zwiększającą w okresach wakacyjnych i świątecznych. Średniomiesięcznie udzielono 241 porad i informacji prawnych.

2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów

W zależności od stanowiska przedsiębiorcy w konkretnej sprawie Rzecznik podejmuje decyzję co do formy swojego wystąpienia. Czasem wystarczającą okazuje się być rozmowa telefoniczna z przedsiębiorcą, w trakcie której uświadomienie obowiązków przedsiębiorcy a zarazem uprawnień konsumenta przynosi oczekiwany rezultat. Zdarza się natomiast, iż taka forma jest niezadowalająca, wówczas konieczne jest wystąpienie Rzecznika z oficjalnym pismem i wszczęcie postępowania wyjaśniającego.

W roku sprawozdawczym biuro Rzecznika przygotowało i wysłało łącznie aż 750 wystąpień przedsądowych, podczas gdy w roku ubiegłym wszczęto 430 postępowań, a 2008 roku wysyłano 471 wystąpień.

Odnotowany tym samym znaczny wzrost działalności Rzecznika potwierdzać może potrzebę funkcjonowania biura w obecnej postaci. Liczba ta potwierdza również zwiększającą się świadomość konsumentów odnośnie możliwości złożenia wniosku o interwencję w biurze Rzecznika, których dotychczasowe samodzielne działania nie przyniosły oczekiwanego rezultatu.

Zadowalający jest również wynik prowadzonych przez Rzecznika postępowań. W roku sprawozdawczym wystąpienia Rzecznika doprowadziły do polubownego zakończenia sporu z przedsiębiorcą w 436 sprawach, co stanowi 58,13 % wszystkich wystąpień. W 225 postępowaniach (30 %) niestety podjęte działania nie przyniosły pozytywnego dla konsumentów rozstrzygnięcia.

Przyczyny braku osiągnięcia oczekiwanego porozumienia tkwią w głównej mierze w ograniczeniach dowodowych wiążących się z koniecznością poniesienia przez konsumentów dodatkowych kosztów, które okazują się być zbyt duże w stosunku do wartości przedmiotu sporu i z których konsument ostatecznie zmuszony jest zrezygnować. Sytuacja taka ma miejsce chociażby w reklamacjach dotyczących odzieży czy obuwia, w których celem odrzucenia postawionych konsumentowi zarzutów niewłaściwego użytkowania bądź konserwacji, koniecznym jest zlecenie opinii rzeczoznawcy. Odwołujący, z uwagi na niewiążący dla strony przeciwnej charakter uzyskanej w ten sposób opinii oraz jej kosztów, rezygnują z dalszego dochodzenia swoich roszczeń.

Ilość negatywnie zakończonych postępowań związana jest również z brakiem możliwości wyegzekwowania jakiejkolwiek odpowiedzi ze strony przedsiębiorcy, który pomimo pouczenia o konsekwencjach prawnokarnych takiego zaniechania, w postaci możliwości skierowania wniosku o ukaranie do sądu karą grzywny, ignoruje wystąpienia Rzecznika.

Tabela nr 5 obrazuje również ilość spraw przekazanych przez Rzecznika innym współpracującym organom jak np. Wojewódzkiemu Inspektoratowi Inspekcji Handlowej, Rzecznikowi Ubezpieczonych, Generalnego Inspektorowi Ochrony Danych Osobowych, Europejskiemu Centrum Konsumenckiemu – po 1 sprawie, Urzędowi Ochrony Konkurencji i Konsumentów – 6 spraw czy Urzędowi Komunikacji Elektronicznej – 5 spraw. Wskazana liczba przekazanych postępowań świadczyć może o samodzielności Rzecznika w podejmowanych czynnościach, który jedynie w nielicznych przypadkach zwraca się z wnioskiem o wsparcie innych instytucji w dotychczasowych działaniach.

Struktura wystąpień Rzecznika przedstawia się następująco: niewykonanie bądź nienależyte wykonanie umów – 63 %, usług – 32 %, wystąpienia w zakresie umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa – 5 % (wykres nr 4 i tabela nr 3 oraz szczegółowo tabela nr 4).

Podobnie jak w roku ubiegłym wystąpienia Rzecznika, których przedmiot stanowiło wykonanie umów i zamówień na usługi, w głównej mierze dotyczyło braku satysfakcji z usług

telekomunikacyjnych - 69 wystąpień + 2 sprawy w toku (9,2 % wszystkich wystąpień), dostawą mediów – 27 (3,6 %), usług ubezpieczeniowych - 28 + 3 sprawy w toku (3,7 %) oraz związanych z udzielonym kredytem konsumenckim - 23 + 2 sprawy toku (3,1%). W pozostałym zakresie wystąpienia dotyczące usług kształtowały się jak na załączonym wykresie nr 5.

Pozostała ilość wystąpień dotyczyła niezadowolonych konsumentów z wykonania umów sprzedaży dotyczących głównie obuwia - 240 + 5 sprawy w toku (32 %) i odzieży - 35 (4,7 %), sprzętu RTV i ADG – 39 + 1 sprawy w toku (5,2 %), wyposażenia wnętrz - 25 (3,3 %), sprzętu komputerowego - 25 + 2 sprawy w toku (3,3 %) i materiałów budowlanych – 22 + 2 sprawy w toku (2,9 %). W 39 + 2 sprawy w toku (5,2 %) postępowaniach skierowano do przedsiębiorców pisma w sprawie umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość. Szczegółową strukturę interwencji Rzecznika przedstawia wykres nr 6.

Każde z wystąpień zawiera propozycję polubownego załatwienia sporu. W przypadku braku możliwości rozstrzygnięcia sprawy za pośrednictwem biura Rzecznika, część spraw kierowanych jest na drogę postępowania sądowego przed sądem powszechnym bądź przed Stałym Polubownym Sądem Konsumenckim przy Inspekcji Handlowej.

3. Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi

W roku objętym niniejszym sprawozdaniem kontynuowano dotychczasową współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów czy z Komisją Nadzoru Finansowego m.in. poprzez udział w spotkaniach szkoleniowych, otrzymywanie wyjaśnień bądź materiałów edukacyjnych, w postaci „Przewodnika dla rodziców „Bezpieczne media”” z Telekomunikacji Polskiej SA oraz przewodnika „Przepisy konsumenckie dla przedsiębiorców” udostępnionego przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, stanowiący wsparcie w odpowiedzi na wnioski o udzielenie porady bądź interwencję kierowane przez przedsiębiorców, dla których sprawozdawca nie jest organem właściwym.

W indywidualnych sprawach konsumentów, jak już wskazano powyżej, skierowano łącznie 14 wniosków o wsparcie działań Rzecznika m.in. do Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Rzecznika Ubezpieczonych czy Urzędu Regulacji Energetyki, udostępniającym również pomocny w pracy Rzecznika Biuletyn Urzędu Regulacji Energetyki. W sprawie zaś zbiorowego

naruszania praw konsumentów w roku 2010 skierowano 9 zawiadomień do UOKiK (w tym w 3 sprawach z 2009 roku) w sprawie podjęcia czynności w zakresie stosowania przez przedsiębiorców niedozwolonych praktyk w zakresie postanowień umowy wpisanych do rejestru tzw. „klauzul niedozwolonych" lub nieuczciwych praktyk rynkowych, z czego do chwili obecnej 2 postępowania zakończyły się ukaraniem i uznaniem stosowanych przez przedsiębiorców praktyk za niedozwolone i naruszające zbiorowe interesy konsumentów. W 3 sprawach UOKiK nie dopatrzył się wskazanych powyżej naruszeń, natomiast 4 sprawy nie znalazły finału w roku sprawozdawczym.

4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów

W zakresie wskazanego uprawnienia w 2010 roku biuro Rzecznika przygotowało dla konsumentów 44 pozwy i pisma procesowe. W większości dotyczyły one nienależytego wykonania umów sprzedaży drzwi i okien wraz z montażem, sprzedaży sprzętu AGD, mebli oraz obuwia czy usług matrymonialnych.

Wskazana liczba, w porównaniu w rokiem 2009, w którym wsparto działania konsumentów w postępowaniach sądowych w 19 sprawach, świadczy o coraz większej pewności i determinacji konsumentów w dochodzeniu swoich roszczeń.

5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów

Celem zapewnienia sprawności i skuteczności interwencji Rzecznika ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje pewnego rodzaju element nacisku na przedsiębiorcę w postaci kary grzywny, w razie braku ustosunkowania się do wystąpienia Rzecznika. W przypadku bezczynności przedsiębiorcy Rzecznik może wystąpić do sądu z wnioskiem o ukaranie grzywną na zasadach i w trybie wynikającym z Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia. W 2010 roku w 9 sprawach wystąpiono z wnioskami o ukaranie do Wydziału Karnego Sądu Rejonowego w Tychach. Do dnia 31 grudnia 2010 roku w 6 sprawach zapadł prawomocny wyrok skazujący na karę grzywny w wysokości 2.000 złotych, natomiast 3 sprawy są nadal w toku.

6. Prowadzenie edukacji konsumenckiej

W roku sprawozdawczym kontynuowano realizację cyklu zajęć z zakresu edukacji konsumenckiej z uczniami tyskich szkół publicznych. W zależności od zgłaszanego zapotrzebowania na spotkania o tematyce konsumenckiej przez dyrektorów i nauczycieli placówek, Rzecznik przeprowadził łącznie 9 wykładów w: Zespole Szkół nr 1 w Tychach, Gimnazjum nr 11 w Tychach, Szkole Podstawowej nr 18 w Tychach, Zespole Szkół nr 6 w Tychach. Tematyka zajęć każdorazowo uzgadniana jest z organizatorem spotkań, czasem podporządkowana programowi szkolnemu, w szczególności dotyczy sprzedaży konsumenckiej, zawierania umów na odległość i poza lokalem przedsiębiorcy. W ramach prowadzonych zajęć prócz wykładu Rzecznika, rozpowszechniane są ulotki informacyjno – edukacyjne, znajdujemy czas na wyjaśnienie bieżących wątpliwości z zakresu ochrony praw konsumentów zgłaszanych zarówno przez uczniów, jak i nauczycieli szkół.

7. Współpraca ze środkami masowego przekazu:

W roku sprawozdawczym udzielono 12 informacji i wywiadów prasowych. Wypowiedzi Rzecznika publikowane były w tygodniku lokalnym „Twoje Tychy” oraz w tygodniku „Echo”. Dotyczyły głównie skarg konsumentów na nierzetelnego sprzedawcę okien i drzwi, transakcji bankowych, rozliczeń za dostarczane media, zwrotu przedpłat uiszczonych na poczet umów o świadczenie usług rożnego rodzaju, różnic pomiędzy cenami umieszczanymi w ofertach sprzedaży a rzeczywiście żądanymi bądź braku możliwości zwrotu towaru pełnowartościowego

III. Przykładowe sprawy prowadzone przez Rzecznika w roku sprawozdawczym

W 2010 roku wpłynęło 222 skarg dotyczących usług telekomunikacyjnych. Na liczbę tą składają się porady w ilości 153 i 69 wystąpienia do operatorów sieci. Kilkanaście z nich dotyczyła ujawnionego w ostatnim okresie ze zwiększoną siłą zjawiska polegającego na wprowadzaniu konsumentów w błąd co do podmiotu, z którym ostatecznie dochodziło do zawarcia umowy. Na tyskim rynku pojawiła się bowiem firma działająca pod nazwą Telekomunikacja Novum sp. z o.o., której pracownicy, jak twierdzą skarżący, w

przeprowadzanych rozmowach telefonicznych, jak i podczas spotkań bezpośrednich przedstawiali się potencjalnym klientom jako przedstawiciele telekomunikacji, nie dodając drugiego członu nazwy. Podczas prowadzonych rozmów utwierdzano i nie wyprowadzono konsumentów z błędu co do posiadanej świadomości, że reprezentują Telekomunikację Polską SA. Działanie takie prowadziło do zawierania umów bez wiedzy i woli konsumentów odnośnie dokonywanej zmiany dotychczasowego operatora, z którą wiązały się również konsekwencje finansowe w postaci naliczania kar umownych z tytułu przedwczesnego rozwiązania umowy zawartej na czas określony. Prowadzone przez Rzecznika postępowania wyjaśniające doprowadziły w kilku sprawach do polubownego zakończenia sporu i rozwiązania umowy bez jakichkolwiek konsekwencji finansowych, w pozostałym zakresie konsumenci pouczeni zostali o konieczności skierowania sprawy na drogę postępowania sądowego. Równolegle do toczących się postępowań wyjaśniających Rzecznika prowadzone było postępowanie przez Urząd Komunikacji Elektronicznej, który w wydawanych komunikatach ostrzegał przez nieuczciwymi praktykami ww. przedsiębiorcy oraz przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który nie dopatrzył się jednak nieprawidłowości w przedkładanej konsumentom dokumentacji do podpisu w zakresie pouczenia o możliwości odstąpienia od umowy w ustawowym terminie. Planowane jest natomiast złożenie kolejnego zawiadomienia do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z wnioskiem o ponowne zweryfikowanie prawidłowości działania operatora w kwestionowanym zakresie.

Ze względu na skalę ujawnionego zjawiska sprawą zainteresowała się również tyska prasa (ECHO nr 51 (2854) z 22 grudnia 2010 roku). Prowadzone przeciwko ww. spółce postępowania ujawniły w głównej mierze niestety nadal popełniany przez konsumentów w błąd niezaznajamiania się z treścią podpisywanych dokumentów, co w konsekwencji doprowadza do powstania skutków prawnych w postaci zawarcia niechcianej umowy.

Wiele porad - 25 - dotyczyło problemów związanych z odstąpieniem od umowy zawartej na odległość, za pośrednictwem Internetu, ze Spółką Iwona Kwiatkowska, Rafał Peisert Eller Service s.c. z siedzibą w Gdańsku. Sprawy te dotyczyły rejestracji na portalu www.pobieraczek.pl, która wiązała się z automatyczną akceptacją regulaminu i zawarciem umowy na czas określony. Należy również zwrócić uwagę na fakt nienależytego poinformowania konsumentów o konsekwencjach akceptacji Regulaminu. Zgodnie bowiem z informacją na stronie internetowej www.pobieraczek.pl istniała możliwość nieodpłatnego

przetestowania programu przez 10 dni. Brak natomiast jednoznacznego pouczenia, że po upływie tego terminu usługa automatycznie stawała się płatna oraz, że przekształcała się w umowę na czas określony jednego roku. O fakcie, że usługa jest płatna konsument dowiaduje się dopiero po upływie 10 - dniowego terminu, otrzymując wezwanie do zapłaty.
W związku z dużą ilością skarg w dniu 8 stycznia 2010 roku złożono zawiadomienie dotyczące podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przez ww. firmę, w szczególności polegających na naruszeniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji o charakterze okresu testowego, po upływie którego usługa staje się automatycznie płatna.
W wyniku przeprowadzonego postępowania Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta decyzją RWR 6/2010 z dnia 31 marca 2010 roku uznał działanie ww. przedsiębiorców polegające na stosowaniu reklamy wprowadzającej konsumentów w błąd co do bezpłatności świadczonych usług w okresie 10 dni od dnia zawarcia umowy oraz co do okresu, na jaki umowa zostaje zawarta, za naruszające art. 4 ust. 1 i 2 w zw. z art. 5 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007 roku o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz.U. Nr. 171, poz. 1206) i godzące w zbiorowe interesy konsumentów oraz nakazał zaniechania jej stosowania.

Wiele uwagi poświecono również loteriom i konkursom smsowym. Zastrzeżenia konsumentów budziły bowiem praktyki operatorów lub firm korzystających z sieci różnych operatorów, a polegające na wprowadzaniu przez organizatora konkursów lub loterii w błąd co do uzyskania statusu zwycięzcy m.in. pod nazwą „BMW od Orange Druga Edycja", „Pusty sms". W ostatniej z wymienionych loterii Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta decyzją RPZ 30/2010 z dnia 21 grudnia 2010 roku uznał działania organizatora audiotekstowej loterii polegające na formułowaniu treści komunikatów sms kierowanych do konsumentów w ramach ww. loterii w sposób sugerujący pewność wygranej, za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdził zaniechanie jej stosowania.

W roku sprawozdawczym kontynuowano 4 postępowania wyjaśniające rozpoczęte częściowo w 2009 w sprawie kwestionowanego przez spółdzielców sposobu rozliczania kosztów centralnego ogrzewania. W 2010 roku do zgłaszających skargi w tym zakresie dołączyła kolejna grupa 30 osób. Przedstawiane bowiem przez spółdzielnię rozliczenia roczne wykazywały nieporównywanie wyższą niż w latach ubiegłych kwotę niedopłaty. Różnice te

wynikały z wprowadzenia nowej metody rozliczania kosztów zużycia ciepła przy użyciu podzielników ciepła. Pomimo przedstawianych opinii specjalistów oraz wymiany szeregu pism, większość ze skarżących zmuszonych było do skierowania sprawy pod rozstrzygnięcie sądu. Prowadzone przez Rzecznika działania przyczyniły się do uzyskania dodatkowych informacji i wyjaśnień ze strony spółdzielni niedostępnych do tej pory dla konsumentów. Ponadto działania Rzecznika zmierzały do doprowadzenia do zmiany sposobu rozliczenia, likwidacji podzielników ciepła i rozliczenia kosztów zużycia ciepła w oparciu o kryterium posiadanej powierzchni mieszkaniowej. Dokonywane zmiany w tym zakresie są nadal na bieżąco monitorowane przez Rzecznika.

IV. Przykładowe działania doskonalące prowadzone w ramach wdrożonego w Urzędzie Miasta Systemu Zarządzana Jakością zgodnie z normą PN-EN ISO 9001:2001

Celem zagwarantowania rzetelnej i terminowej obsługi konsumentów z uwzględnieniem ich potrzeb i oczekiwań w roku sprawozdawczym od dnia 14 stycznia 2010 roku zmodyfikowano czas pracy wprowadzając dodatkowe cotygodniowe dyżury odbywane w każdy wtorek w godzinach od 15.30 do 17.00.

Realizując założone cele jakościowe na 2010 roku w zakresie podnoszenia kwalifikacji pracownicy biura rzecznika uczestniczyli w 7 szkoleniach organizowanych przez Komisję Nadzoru Finansowego oraz Urząd Miasta Tychy.

Ponadto celem usprawnienia pracy biura oraz komunikacji wewnętrznej podjęto działania zmierzające do uszczegółowienia wykorzystywanych w biurze formularzy i wzorców.

Mając natomiast na uwadze zapewnienie pozytywnego wizerunku oraz powagę Urzędu przeprowadzono generalny remont pomieszczeń biura rzecznika.

V. Wnioski końcowe

W roku sprawozdawczym odnotowano dalszy spadek liczby udzielonych porad i informacji prawnych w stosunku do lat ubiegłych. W 2008 roku udzielono bowiem 2413 porad, w 2009 roku – 2327, natomiast w roku ubiegłym liczba ta ukształtowała się na poziomie 2137. Dane te świadczyć mogą o stale rosnącej świadomości konsumentów odnośnie przysługujących im praw i środków dochodzenia swoich racji w sporze z przedsiębiorcą. Ponadto wzrastająca liczba kierowanych wniosków o interwencję dowodzi większej świadomości konsumentów odnośnie możliwości skorzystania z pomocy Rzecznika.

W zakresie natomiast liczby wszczętych przez Rzecznika wobec przedsiębiorców postępowań wyjaśniających odnotowano ich znaczny wzrost porównaniu z latami poprzednimi. Zestawienie udzielonych porad i informacji prawnych oraz wystąpień na przestrzeni 2008 do 2010 roku obrazuje zamieszczony poniżej wykres nr 7.

W roku 2009 roku zaistniała potrzeba interwencji w 430 sprawach, podczas gdy w roku sprawozdawczym wystąpiono w 750 sprawach. Poza zatem rosnącą świadomością konsumentów swoich praw, wzrasta jednocześnie determinacja przedsiębiorców. Tak duża liczba wystąpień spowodowana jest w głównej mierze brakiem możliwości wyegzekwowania odpowiedzi ze strony sprzedawcy bądź usługodawcy bądź brakiem wykazania jakiejkolwiek woli polubownego rozwiązania sporu przez przedsiębiorcę.

Skuteczność podjętych przez Rzecznika działań w tej kategorii kształtuje się, jak już wskazano powyżej, na poziomie prawie 60 %. W pozostałym zakresie postępowania przekazywane są do innych organów świadczących pomoc w zakresie ochrony interesów konsumentów bądź rozstrzygane są w postępowaniach sądowych. Bardzo niewielka ilość spraw przekazywanych jest natomiast na drogę polubownego rozstrzygania sporu, co wynika z niechęci przedsiębiorców do skorzystania z tejże drogi zakończenia postępowania. Przedsiębiorcy korzystając bowiem z uprawnienia braku wyrażenia zgody na przekazanie sporu pod rozstrzygnięcie sądownictwa polubownego charakteryzującego się sprawnością i znacznie mniejszymi kosztami postępowania w porównaniu do sądownictwa powszechnego, być może spodziewają się rezygnacji konsumenta w tych okolicznościach z dalszego dochodzenia swoich roszczeń. Wbrew temu odnotowano dość dużą, w porównaniu z latami ubiegłymi, ilość wniosków kierowanych do Rzecznika o udzielenie pomocy w sporządzeniu dokumentacji procesowej.

Wskazane w niniejszym sprawozdaniu dane w zakresie szerzenia edukacji konsumenckiej świadczą natomiast o istniejącej potrzebie prowadzenia dalszych działań Rzecznika w tym zakresie obejmujących kontynuowaną współpracę z tyskimi szkołami publicznymi, jak i lokalną prasą. Udzielane przez Rzecznika informacje stwarzają możliwość propagowania wiedzy konsumenckiej oraz sygnalizowania konsumentom nieprawidłowości odnotowywanych na tyskim rynku w zakresie nieuczciwych zachowań przedsiębiorców.

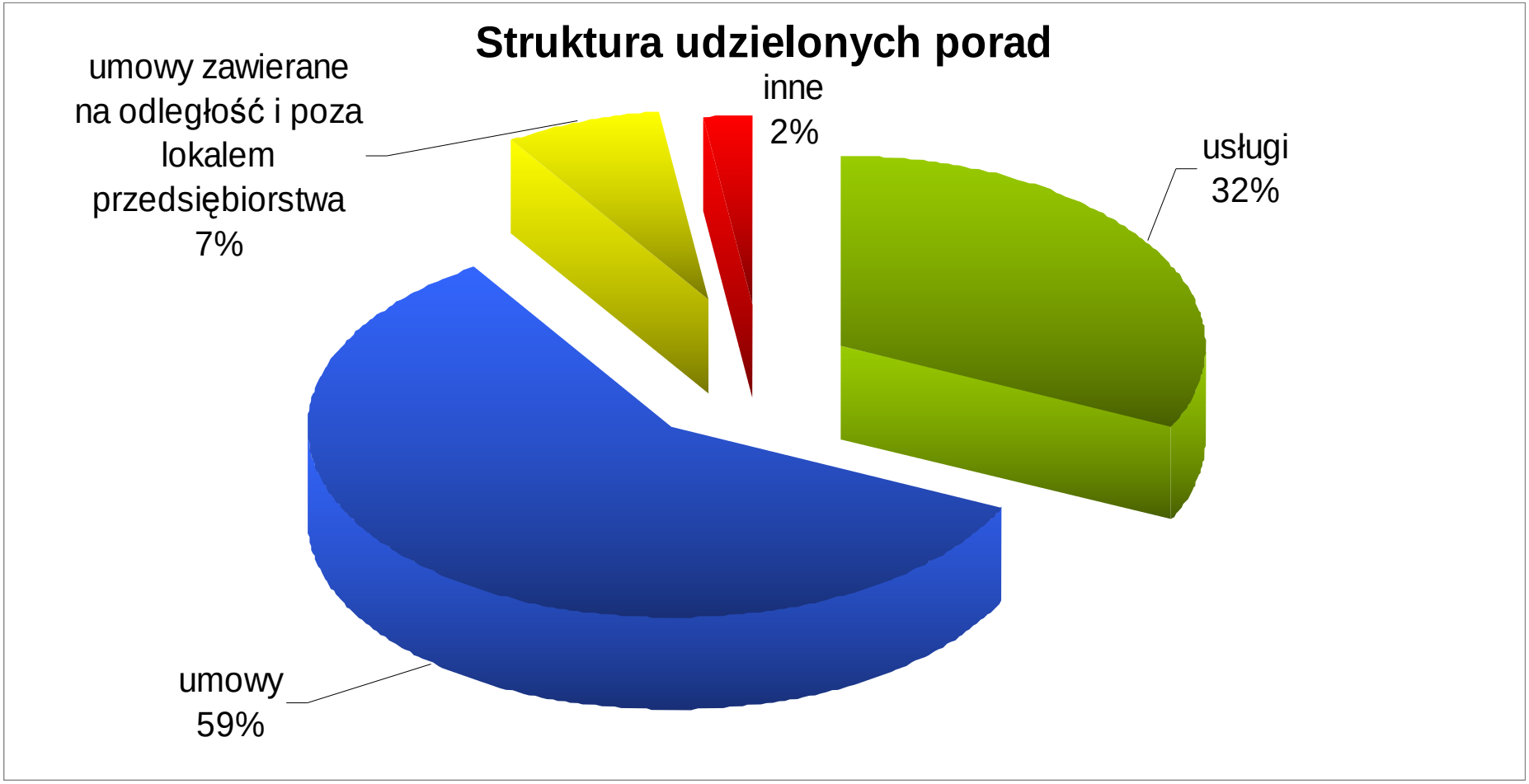
VI. Tabele i wykresy

1. Struktura wszystkich udzielonych porad i informacji prawnych

Tabela numer 1

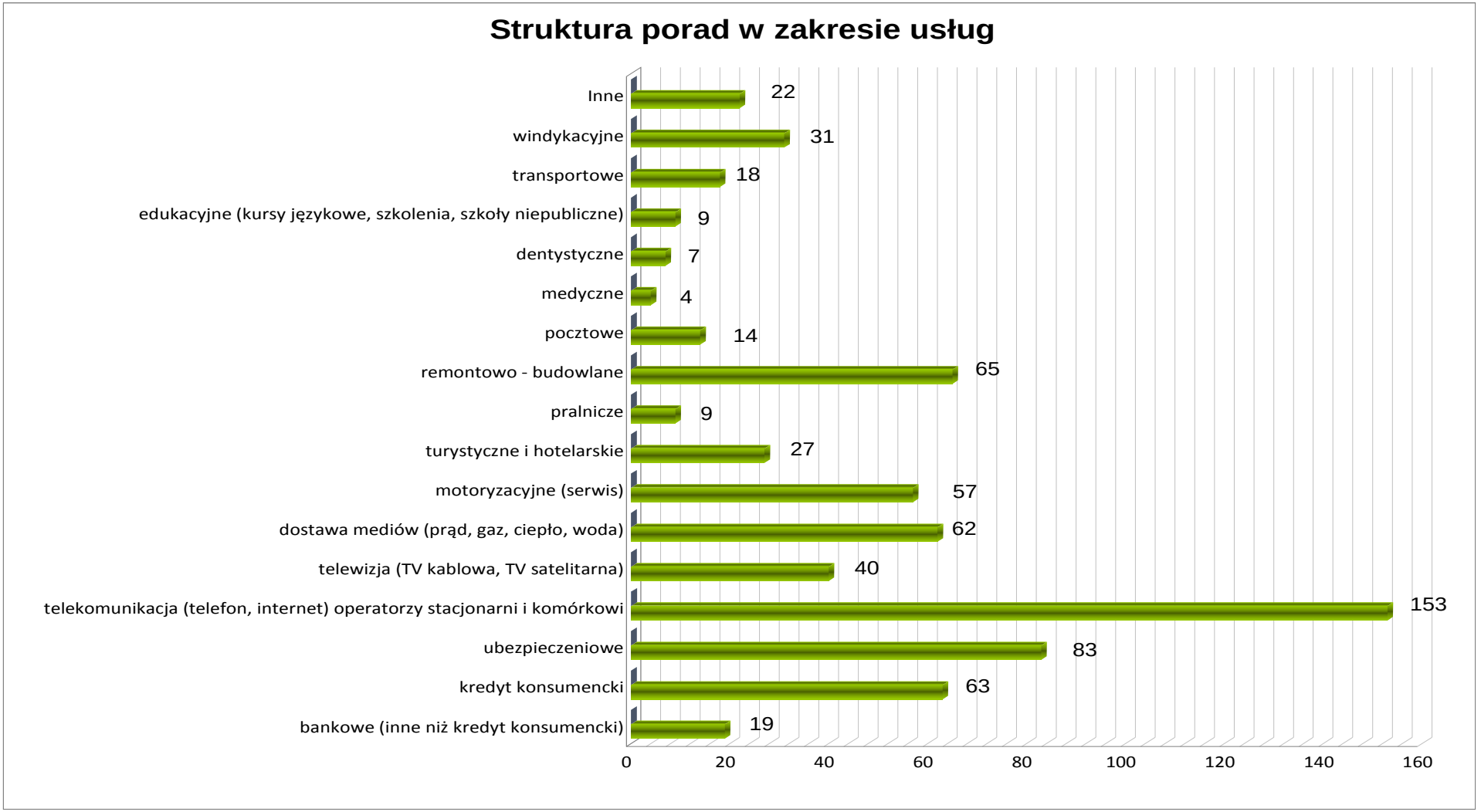
Struktura wszystkich udzielonych porad i informacji prawnych:	
usługi	683
umowy	1260
umowy zawierane na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa	149
inne	45
SUMA	**2137**

Wykres numer 1

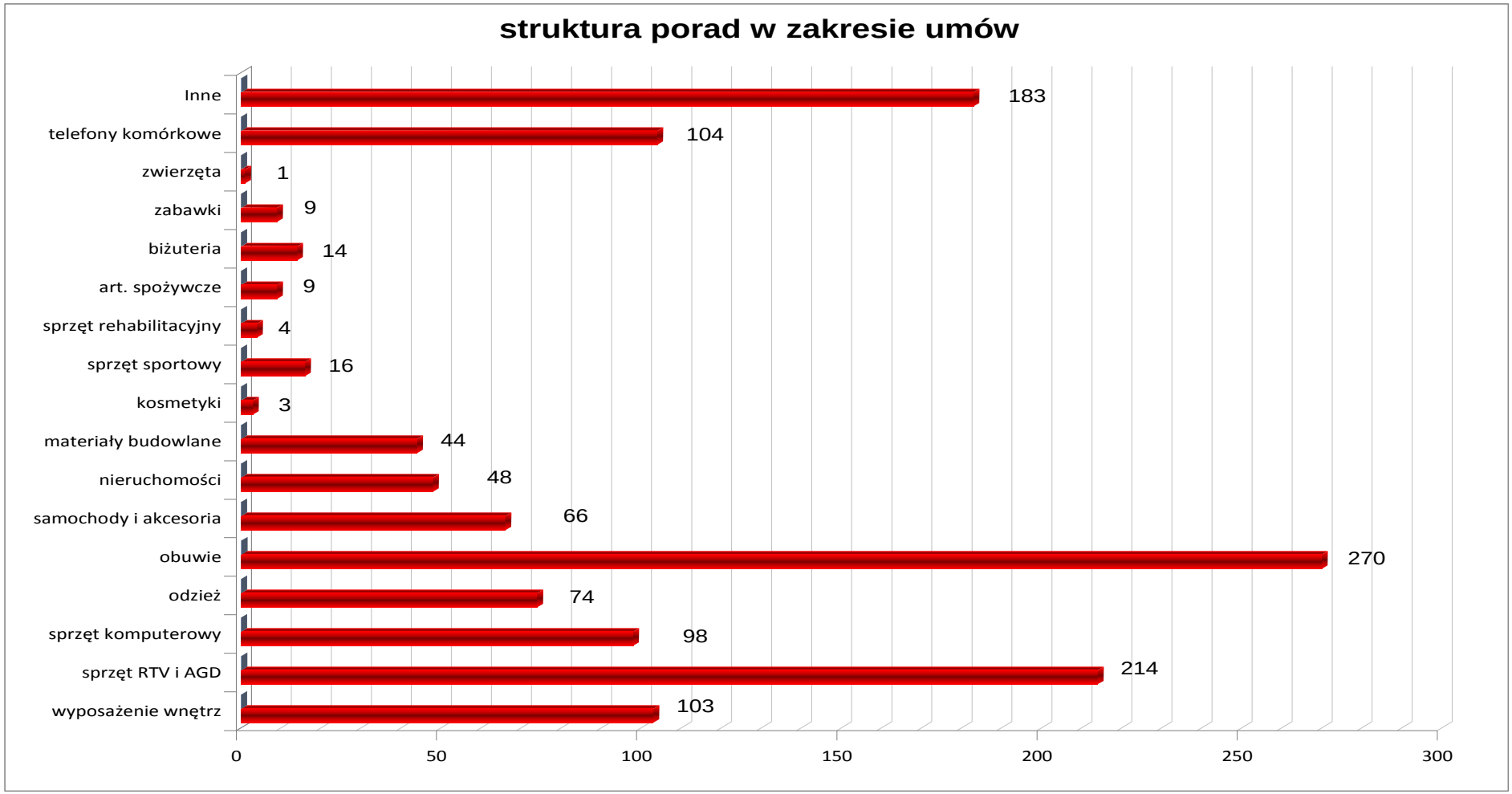


2. Struktura udzielonych porad w zakresie usług

Wykres numer 2



3. Struktura porad w zakresie niewykonania bądź nienależytego wykonania umów **Wykres numer 3**



4. Szczegółowa struktura wszystkich udzielonych porad i informacji prawnych

Tabela numer 2

Przedmiot sprawy	**Ilość udzielonych porad**	**wartość procentowa**
I. Usługi, w tym:		
bankowe (inne niż kredyt konsumencki)	19	0,9%
parabankowe (inne niż bankowe i kredyt konsumencki)	0	0,0%
kredyt konsumencki	63	2,9%
ubezpieczeniowe	83	3,9%
systemy argentyńskie	0	0,0%
telekomunikacja (telefon, internet) operatorzy stacjonarni i komórkowi	153	7,2%
telewizja (TV kablowa, TV satelitarna)	40	1,9%
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	62	2,9%
wywóz śmieci i kanalizacji	0	0,0%
informatyczne	0	0,0%
motoryzacyjne (serwis)	57	2,7%
turystyczne i hotelarskie	27	1,3%
timeshare	0	0,0%
pralnicze	9	0,4%
remontowo - budowlane	65	3,0%
pocztowe	14	0,7%
medyczne	4	0,2%
dentystyczne	7	0,3%
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	9	0,4%
komunikacyjne	0	0,0%
transportowe	18	0,8%
kamieniarskie	0	0,0%
fotograficzne	0	0,0%
krawieckie	0	0,0%
windykacyjne	31	1,5%
Inne	22	1,0%
RAZEM:	**683**	**32,0%**

Cd. Tabeli numer 2

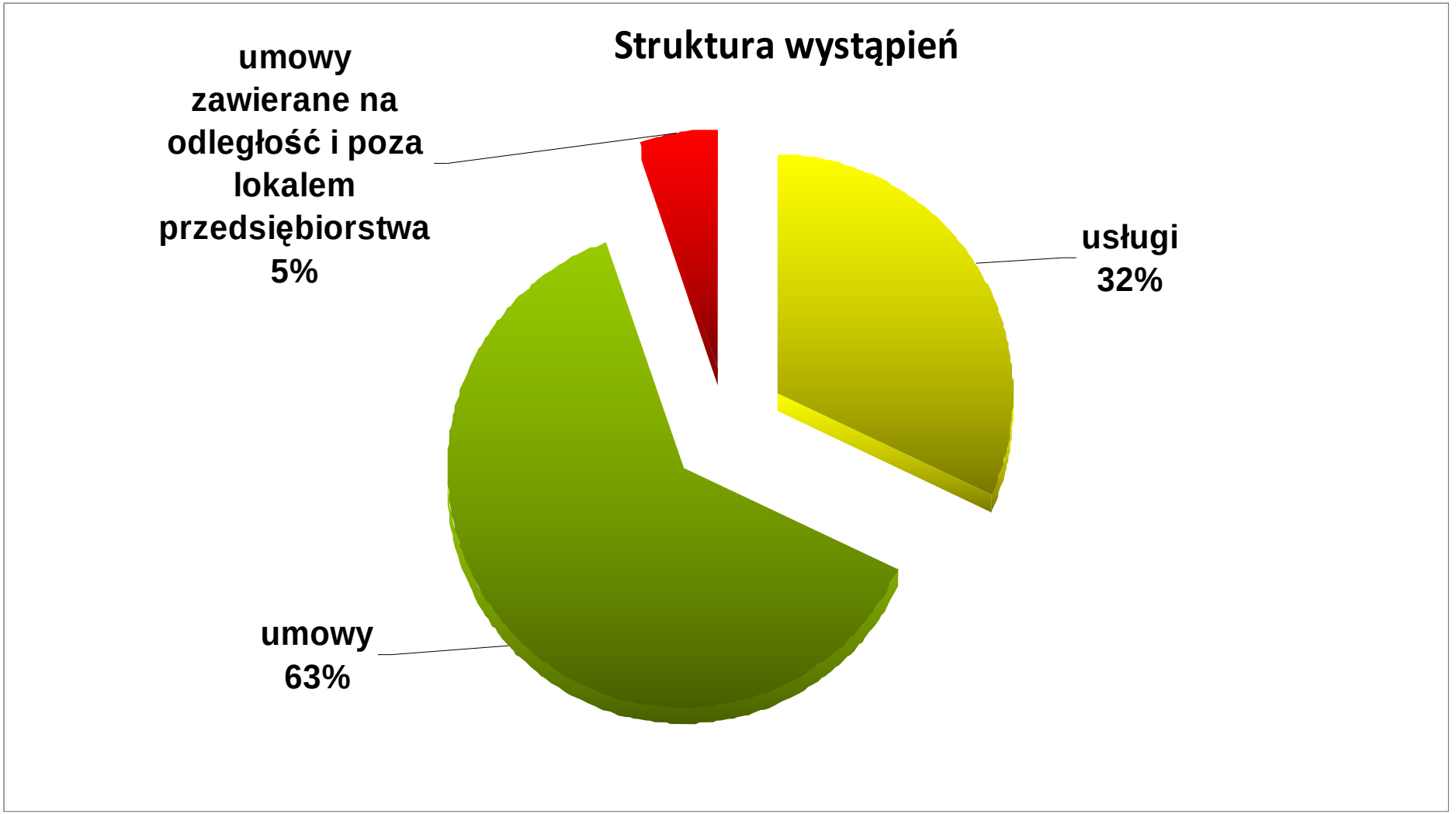
II. Umowy sprzedaży, w tym:		0,0%
wyposażenie wnętrz	103	4,8%
sprzęt RTV i AGD	214	10,0%
sprzęt komputerowy	98	4,6%
odzież	74	3,5%
obuwie	270	12,6%
samochody i akcesoria	66	3,1%
nieruchomości	48	2,2%
materiały budowlane	44	2,1%
kosmetyki	3	0,1%
sprzęt sportowy	16	0,7%
sprzęt rehabilitacyjny	4	0,2%
art. spożywcze	9	0,4%
biżuteria	14	0,7%
zabawki	9	0,4%
zwierzęta	1	0,0%
płyty CD, DVD	0	0,0%
telefony komórkowe	104	4,9%
Inne	183	8,6%
RAZEM:	**1260**	**59,0%**
III. Umowy poza lokalem i na odległość	**149**	**7,0%**
INNE	**45**	**2,1%**
SUMA PORAD	**2137**	100,0%

5. Struktura wszystkich wystąpień

Tabela numer 3

Struktura wystąpień:	
usługi	239
umowy	472
umowy zawierane na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa	39
SUMA	**750**

Wykres numer 4



6. Szczegółowa struktura wszystkich wystąpień do przedsiębiorców

Tabela numer 4

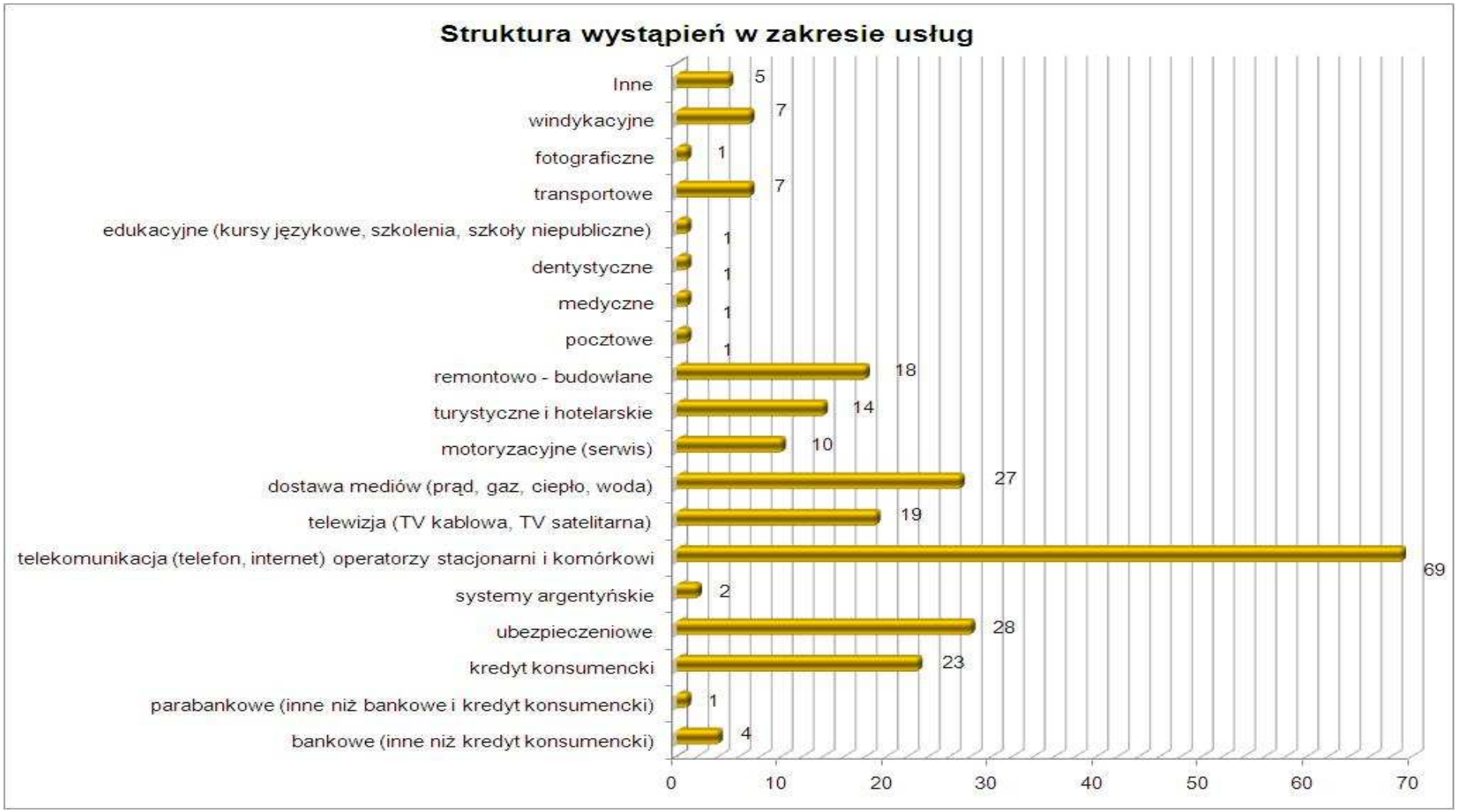
Przedmiot sprawy	Ilość wystąpień	Sprawy w toku	wartość procentowa
I. Usługi, w tym:			
bankowe (inne niż kredyt konsumencki)	4		0,5%
parabankowe (inne niż bankowe i kredyt konsumencki)	1		0,1%
kredyt konsumencki	23	2	3,1%
ubezpieczeniowe	28	3	3,7%
systemy argentyńskie	2		0,3%
telekomunikacja (telefon, internet) operatorzy stacjonarni i komórkowi	69	2	9,2%
telewizja (TV kablowa, TV satelitarna)	19		2,5%
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	27		3,6%
wywóz śmieci i kanalizacji	0		0,0%
informatyczne	0		0,0%
motoryzacyjne (serwis)	10	1	1,3%
turystyczne i hotelarskie	14	1	1,9%
timeshare	0		0,0%
pralnicze	0		0,0%
remontowo - budowlane	18	1	2,4%
pocztowe	1		0,1%
medyczne	1		0,1%
dentystyczne	1		0,1%
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	1		0,1%
komunikacyjne	0		0,0%
transportowe	7		0,9%
kamieniarskie	0	1	0,0%
fotograficzne	1		0,1%
krawieckie	0		0,0%
windykacyjne	7		0,9%
Inne	5	1	0,7%
Przedmiot sprawy	**Ilość wystąpień**	**Sprawy w toku**	**wartość procentowa**
II. Umowy sprzedaży, w tym:			
wyposażenie wnętrz	25	1	3,3%

Cd. Tabeli numer 4

sprzęt RTV i AGD	39	1	5,2%
sprzęt komputerowy	25	2	3,3%
odzież	35		4,7%
obuwie	240	5	32,0%
samochody i akcesoria	11	1	1,5%
nieruchomości	10		1,3%
materiały budowlane	22	2	2,9%
kosmetyki	2		0,3%
sprzęt sportowy	4	2	0,5%
sprzęt rehabilitacyjny	0		0,0%
art. spożywcze	2		0,3%
biżuteria	3		0,4%
zabawki	1		0,1%
zwierzęta	0		0,0%
płyty CD, DVD	0		0,0%
telefony komórkowe	16	2	2,1%
Inne	37		4,9%
Przedmiot sprawy	**Ilość wystąpień**	**Sprawy w toku**	**wartość procentowa**
III. Umowy poza lokalem i na odległość	39	2	5,2%
SUMA WYSTĄPIEŃ	**750**	**30**	**100%**

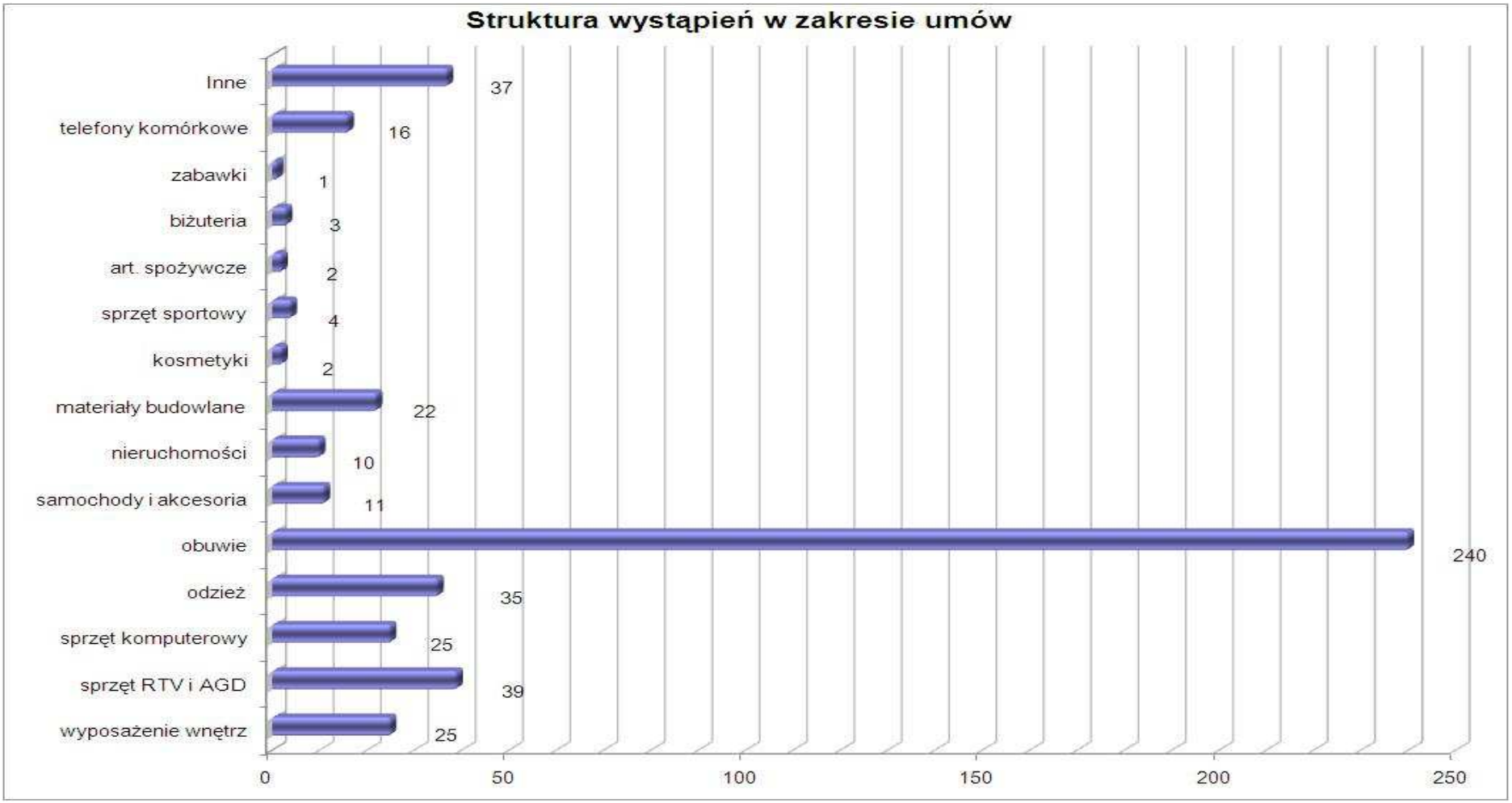
7. Wystąpienia Rzecznika w zakresie niewykonania lub nienależytego wykonania usług

Wykres numer 5



8. Wystąpienia Rzecznika w zakresie niewykonania lub nienależytego wykonania umów sprzedaży

Wykres numer 6

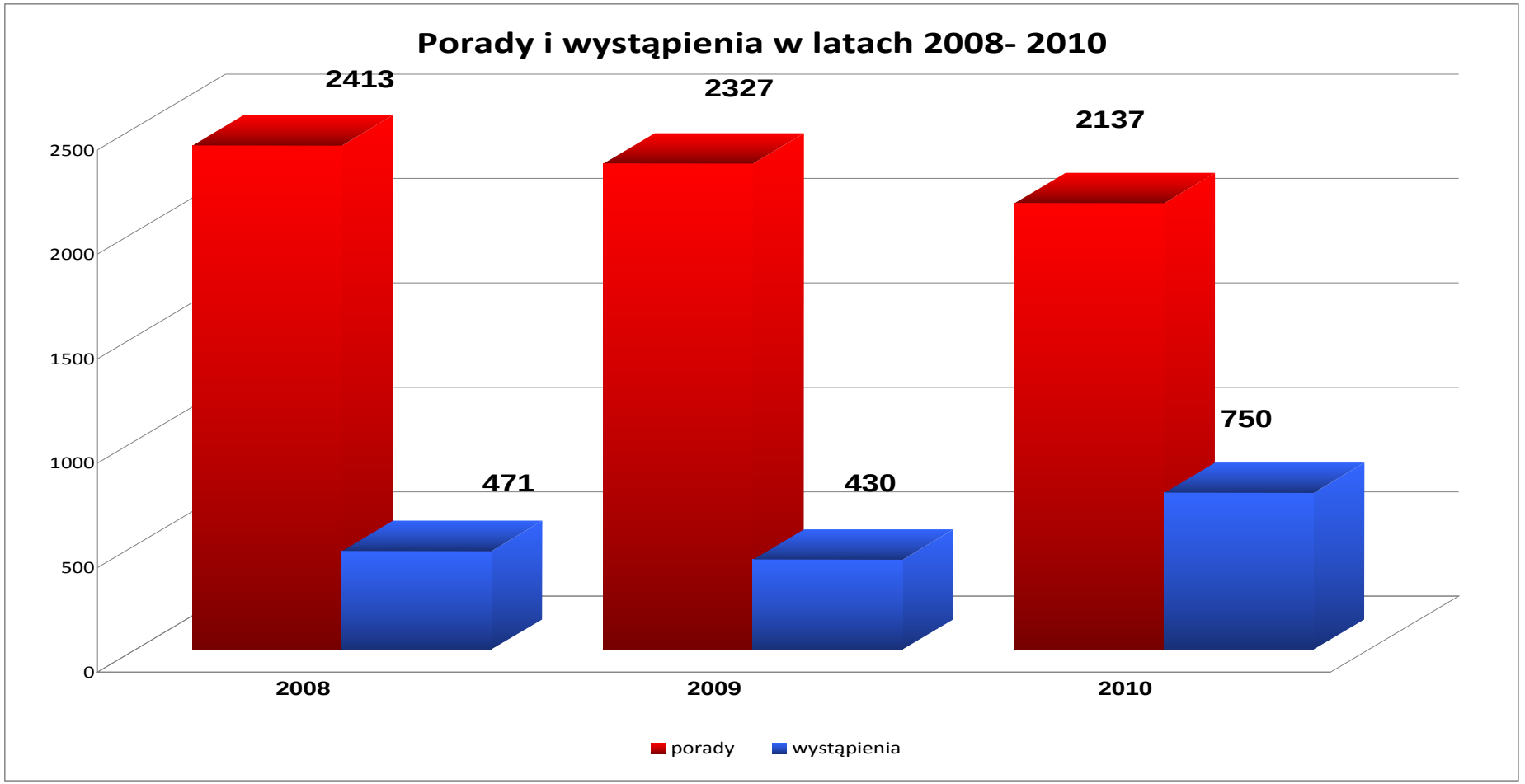


9. Sposób zakończenia prowadzonych postępowań **Tabela numer 5**

wystąpienia:	750	**% wszystkich wystąpień**
pozytywnie	436	58,13%
negatywnie	225	30%
pozew	44	5,87%
w toku	30	4%
Europejskie Centrum Konsumenckie	1	0,13%
UOKiK	6	0,80%
GIODO	1	0,13%
Rzecznik Ubezpieczonych	1	0,13%
Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej	1	0,13%
Urząd Komunikacji Elektronicznej	5	0,67%

10. Zestawienie udzielonych porad i informacji prawnych oraz wystąpień w latach 2008 – 2010

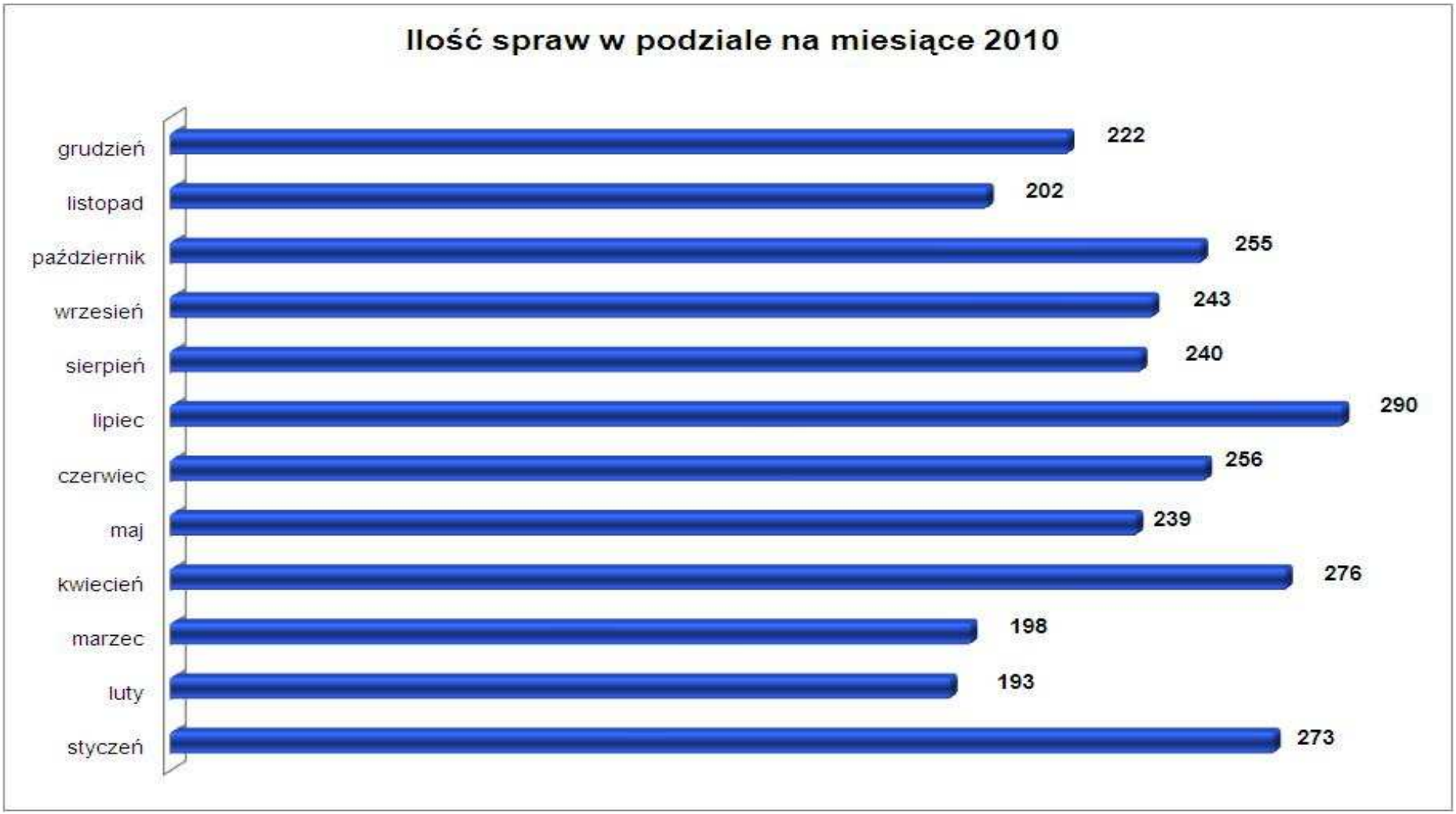
Wykres numer 7



11. Liczba wszystkich złożonych wniosków i zapytań na przestrzeni dwunastu miesięcy **Tabela numer 6**

Miesiąc	Ilość spraw
styczeń	273
luty	193
marzec	198
kwiecień	276
maj	239
czerwiec	256
lipiec	290
sierpień	240
wrzesień	243
październik	255
listopad	202
grudzień	222
SUMA:	**2887**
Średnia:	**241**

Wykres numer 8



Niniejsze sprawozdanie sporządzono w dniu 21 marca 2011 roku.

_____

Katarzyna Szostak – Zjawiony

Miejski Rzecznik Konsumentów
w Tychach