

Sprawozdanie
Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Kielcach
za 2009 r.

I. Usytuowanie MRK w strukturach samorządu terytorialnego oraz jego kompetencje

Miejski Rzecznik Konsumentów realizuje zadania samorządu w zakresie ochrony praw konsumentów wynikające z art. 4 ust. 1 pkt 18 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (t.j. Dz. U z 2001r., Nr 142, poz. 1592 ze zm.).

Podstawę prawną działalności rzecznika konsumentów stanowią przepisy art. 42 ust 1-5 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U z 2007 r., Nr 50, poz. 331 ze zm.).

Miejski Rzecznik Konsumentów posiada kompetencje doradcze i procesowe, natomiast nie ma kompetencji zarówno kontrolnych jak i decyzyjnych. Podporządkowany jest bezpośrednio Prezydentowi i przed Nim ponosi odpowiedzialność.

Usytuowanie rzecznika określa Statut i Regulamin Urzędu Miasta.

Szczegółowe zadania rzecznika konsumentów zawarte są w art. 42 ust 1-5 znowelizowanej ustawy z dnia 16 lutego 2007 r., o ochronie konkurencji konsumentów (Dz. U z 2007 r., Nr 50, poz. 331 ze zm.).

Do ustawowych zadań i uprawnień rzecznika konsumentów należy między innymi:

- 1/ zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- 2/ składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów
- 3/ występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,

- 4/ współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi,
- 5/ wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub przepisach odrębnych.

Oprócz w/w zadań i kompetencji rzecznik konsumentów może również:

- 6/ wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów.
- 7/ Rzecznik konsumentów w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów jest oskarżycielem publicznym w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 24 sierpnia 2001 r. – Kodeks postępowania w sprawach o wykroczenia (Dz. U. Nr 133, poz.848).
- 8/ Przedsiębiorca, do którego zwrócił się rzecznik konsumentów, działając na podstawie ust. 1 pkt 3, jest obowiązany udzielić rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii rzecznika.
- 9/ Do rzecznika konsumentów stosuje się odpowiednio przepis art. 63 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego.
- 10/ występować na podstawie art. 114 ust 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów o ukaranie karą grzywny przedsiębiorców, którzy naruszają obowiązek udzielenia rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia rzecznika lub obowiązek ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika.

Istotą instytucji rzecznika jest cel jego działania — ochrona interesów konsumentów.

Konsumentem w rozumieniu art. 22¹ kodeksu cywilnego „jest osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową”.

Konsumentem jest więc odbiorca określonych dóbr usług. Konsumentami są np.: klienci banków firm, ubezpieczeniowych, firm usługowych, wykonawców, placówek handlowych itp.

W świetle obowiązujących przepisów prawa rzecznik konsumentów jest uprawniony do dokonywania wszelkich czynności dozwolonych prawem w celu ochrony interesów konsumentów.

II. Indywidualna ochrona praw konsumentów

Zakres spraw i problematyka z jaką zwracano się do rzecznika była podobna jak w latach poprzednich . Należy wyszczególnić następujące zagadnienia:

- sprawy związane z zawarciem umów kupna – sprzedaży wszelkich towarów w tym zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość/przez internet/
- sprawy związane ze świadczeniem usług /remontowo-budowlanych, telekomunikacyjnych, bankowych, ubezpieczeniowych oraz realizacją świadczeń serwisów gwarancyjnych,
- sprawy wynikające z zawarcia umów o dzieło dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania,
- dotyczące interpretacji przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej,
- różne dotyczące wzorów umów , klauzul niedozwolonych, naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

Do najczęściej spotykanych problemów z jakimi zwracali się do rzecznika indywidualnie konsumenci należały:

Tabela nr 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów.

Przedmiot sprawy	Rodzaj udzielonej porady			Ogółem
	telefoniczna	osobista	pisemna	
I. Usługi, w tym:				
bankowe (inne niż kredyt konsumencki)	43	22	10	75
parabankowe (inne niż bankowe i kredyt konsumencki)	1	2	1	4
kredyt konsumencki	12	7	-	19
ubezpieczeniowe	26	5	3	34
systemy argentyńskie	-	1	-	1
telekomunikacja (telefon, internet) operatorzy stacjonarni i komórkowi	235	63	23	321
telewizja (TV kablowa, TV satelitarna)	21	7	18	46
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	46	4	6	56
wywóz śmieci i kanalizacji	2	-	-	2
informatyczne	4	-	-	4
motoryzacyjne (serwis)	13	3	1	17
turystyczne i hotelarskie	38	29	15	82
timeshare	-	-	-	-
pralnicze	13	4	5	22
remontowo - budowlane	39	21	8	68
pocztowe	-	-	-	-
medyczne	2	2	1	5
dentystyczne	1	-	-	1
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	18	14	7	39
komunikacyjne	4	3	4	11
transportowe	6	1	-	7
kamieniarskie	-	-	-	-
fotograficzne	5	1	2	8
krawieckie	-	-	-	-
windykacyjne	-	-	-	-
Inne	-	-	-	-
II. Umowy sprzedaży, w tym:				
wyposażenie wnętrz	93	36	14	143
sprzęt RTV i AGD	187	61	27	275
12sprzęt komputerowy	97	11	12	120
odzież	121	31	16	168
obuwie	256	34	57	347
samochody i akcesoria	87	11	8	106
nieruchomości	3	1	2	6
materiały budowlane	4	3	2	9
kosmetyki	2	-	-	2
sprzęt sportowy	12	1	-	13
sprzęt rehabilitacyjny	38	21	8	67
art. spożywcze	-	-	-	-
biżuteria	3	-	1	4
zabawki	2	1	1	4
zwierzęta	-	-	-	-
płyty CD, DVD	2	-	-	2
telefony komórkowe	96	17	7	120
Inne	48	14	9	71
III. Umowy poza lokalem i na odległość				

W 2009 r., na wysokim poziomie utrzymywała się ilość reklamowanego obuwia, sprzętu RTV i AGD, odzieży, wyposażenia wnętrz, akcesoriów samochodowych, telefonów komórkowych, sprzętu komputerowego. W dziedzinie usług najwięcej reklamacji dot. usług telekomunikacyjnych, operatorów telefonii komórkowej, TV kablowej, dostawców mediów, usług remontowych oraz bankowych.

W 2009 r., udzielono ogółem 2279 porad, skierowano 268 wystąpień do przedsiębiorców. Skierowano dwa powództwa w sprawach związanych z niezgodnością towaru AGD z umową, sprawy te znajdują się w toku. Dane zawarte w tabeli w rubryce rodzaj udzielonej porady – pisemna zawarto informacje o wystąpieniach do przedsiębiorców.

Odnosnie najczęstszych naruszeń odnoszących się do firm telekomunikacyjnych polegały one na nie wywiązywaniu się z umów zawartych z konsumentami zwłaszcza tymi, które dot. świadczenia usług internetowych. Mniejsza prędkość przesyłu danych niż deklarowana w umowie, uchylanie się od odpowiedzialności za niewłaściwe wykonanie usługi, naliczanie opłat pomimo braku realizacji postanowień umownych to najczęściej występujące problemy. Również w odniesieniu do sieci TV kablowej odnotowano problemy analogiczne jak w przypadku operatorów telekomunikacyjnych.

Najwięcej skarg dotyczyło nadal jakości produktów przemysłowych.

Skargi na artykuły przemysłowe najczęściej dotyczyły:

- braku obiektywizmu przy rozpatrywaniu reklamacji przez przedsiębiorców,
- odmowy rozpatrzenia reklamacji oraz braku pisemnego uzasadnienia tej odmowy,
- przewlekłości w załatwianiu reklamacji,
- załatwianie reklamacji niezgodnie z wyborem uprawnienia wskazanego przez klienta,
- nieznanomości lub nieprzestrzegania przepisów ustawy z 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie przepisów Kodeksu cywilnego w zakresie odpowiedzialności z tytułu niezgodności towarów z umową – zarówno przez konsumentów jak i sprzedawców,

- braku pełnego zrozumienia treści zawieranych umów oraz bezkrytyczne poleganie na reklamie i zapewnieniach przedsiębiorców.
- braku właściwych oznaczeń

Skargi na usługodawców najczęściej dotyczyły:

- niewłaściwej jakości usług,
- zniszczenia bądź uszkodzenia przedmiotu usługi /np. odzieży w pralni/,
- niedotrzymania określonego w umowie terminu wykonania usługi,
- obniżenia standardu usług turystycznych w stosunku do poziomu proponowanego w ofercie,
- zmiany umowy lub niedokładnej informacji wprowadzającej konsumenta w błąd w przypadku ofert telekomunikacyjnych
- zawyżenie ceny za wykonaną usługę.

Miejski Rzecznik Konsumentów udzielał pomocy konsumentom:

- w formie bezpośredniej interwencji u przedsiębiorców (telefonicznie lub osobiście),
- w formie pisemnych wystąpień do przedsiębiorców,
- badając na miejscu zdarzenia zasadność skargi konsumenta,
- kierując konsumentów do właściwych instytucji (Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej, Federacji Konsumentów, Rzecznika Ubezpieczonych, Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego itp.)
- sporządzając pisma procesowe dla konsumentów.

Zakres i formy pomocy prawnej były zróżnicowane.

W niektórych przypadkach pomoc ta ograniczała się do poinformowania o obowiązujących regulacjach prawnych, bądź udzielenie porad odnośnie sposobu postępowania w danej sprawie.

Pomoc w sprawach złożonych wymagających wnikliwej analizy problemu realizowana była poprzez:

- przedstawienie konsumentom sytuacji prawnej i ustalenie jakie są możliwości rozwiązania zgłoszonego problemu,
- podejmowanie w imieniu konsumentów bezpośredniej interwencji u przedsiębiorców,
- podejmowanie działań w kierunku ugodowego zakończenia sporów, poprzez prowadzenie mediacji drogą korespondencyjną.

W 2009 r. nadal wpływały liczne sprawy dotyczące:

- niezgodności zakupionych towarów z umową tj. obuwia., sprzętu RTV AGD, sprzętu komputerowego, telefonów, odzieży, artykułów wyposażenia wnętrz, mebli itp.

W powyższym zakresie problemy konsumentów polegały nadal głównie na: odmowie przyjmowania reklamacji przez sprzedawców, nieterminowym załatwianiu reklamacji, narzucaniu konsumentom przez przedsiębiorcę własnego sposobu załatwienia reklamacji, powoływanie się na przepisy nie obowiązujące, nie przestrzeganie 14- dniowego terminu ustosunkowania się do żądań reklamacyjnych konsumenta, załatwianie reklamacji niezgodnie z żądaniem konsumenta, przedłużanie, czasem wręcz do kilku miesięcy terminów napraw czy wymiany sprzętu.

Przedsiębiorcy wykorzystując niewiedzę konsumentów narzucali im korzystanie z uprawnień gwarancyjnych, czym uniemożliwiali skorzystanie z prawa wyboru pomiędzy uprawnieniem z tytułu niezgodności towaru z umową (odpowiedzialność sprzedawcy) a uprawnieniem z gwarancji (odpowiedzialność wystawcy dokumentu gwarancyjnego).

Nadal częstszym zjawiskiem było odmawianie przez sprzedawców przyjęcia reklamacji od konsumentów lub uzależnienie przyjęcia reklamacji od dostarczenia opinii serwisów. Takie postępowanie jest wynikiem błędnej interpretacji po stronie sprzedawców przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej, którzy chcą ograniczyć swoją odpowiedzialność do 6 pierwszych miesięcy od wydania towaru mimo zapisu o dwuletniej odpowiedzialności po stronie sprzedawcy.

W przypadku umów remontowo-budowlanych problemy konsumentów wynikały w dalszym ciągu przede wszystkim z braku pisemnych umów (o dzieło, zlecenia) - co

w konsekwencji utrudniało dochodzenie roszczeń - jak również z faktu wykonywania tych prac przez osoby nie posiadające odpowiednich kwalifikacji. Konsumenci nadal bardzo często, tak jak w roku poprzednim, zlecają wykonanie prac remontowo-budowlanych przypadkowym wykonawcom tj. z ogłoszeń prasowych, ulotek lub takim, którzy składają oferty bezpośrednio chodząc od drzwi do drzwi. Konsumenci wykazują się zbyt daleko idącym zaufaniem, nie sprawdzając, czy firmy, które zwróciły się do nich z ofertą są zarejestrowane, gdzie jest ich siedziba. Konsumenci wręczają takim przedsiębiorcom niejednokrotnie bardzo wysokie zaliczki nie żądając pokwitowań, co w konsekwencji narażało ich na duże straty finansowe. Często wpłacając całość pieniędzy przed wykonaniem usługi, której realizację potem wykonawca znacznie przedłużał.

Źródłem problemów konsumentów było podpisywanie umów bez ich wcześniejszej analizy, co jest praktyką nagminnie wykorzystywaną przez nieuczciwych przedsiębiorców.

W dalszym ciągu poważny problem stanowią firmy działające poza lokalem przedsiębiorstwa tj. w formie akwizycji oraz w formie zawierania umów na odległość tj. głównie wysyłkowej, które oferują sprzedaż (materiałów wyposażenia wnętrz, sprzętu AGD, RTV, itp.) przy jednoczesnym zawarciu umowy kredytowej. W 2009 r., rzecznik odnotował kilkanaście sygnałów dot. tego rodzaju działalności. Udzielił telefoniczne oraz poprzez pocztę elektroniczną wielu porad w tym zakresie. Stałe sygnały dot. tej problematyki dochodzą z Powiatów oraz terenu Miasta świadcząc o skali problemu.

Firmy te nadal nie stosują stosownych przepisów ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za produkt niebezpieczny oraz o kredycie konsumenckim mimo ich kilkuletniego okresu obowiązywania w praktyce.

Z kategorii spraw związanych z umowami zawieranymi poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, sprawami w których ponownie interweniował rzecznik były zakupy sprzętu rehabilitacyjnego (mat terapeutycznych, kołder,) z jednoczesnym podpisaniem umowy kredytowej, której koszt znacznie podnosił cenę

zakupionego towaru oraz zakupów przez Internet , gdzie problem dot. odstąpienia od zawartej umowy.

Powyższe nieprawidłowości były wynikiem nieprzestrzegania przez przedsiębiorców przepisów ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Bardzo poważnym problemem było równoczesne podpisywanie umów kredytowych na sfinansowanie przedmiotu umowy sprzedaży, o dzieło zawartej poza lokalem. Przedsiębiorcy posiadający umowy z bankami podsuwali nieświadomym konsumentom (głównie ludziom starszym podczas organizowanych pokazów) niewypełnione druki umów kredytowych, czasem nie informując ich o rzeczywistych kosztach kredytów.

Do często spotykanych sytuacji należy nie pozostawianie egzemplarza umowy kredytowej, co uniemożliwia złożenie oświadczenia o odstąpieniu od takowej lub przesłanie stosownych druków konsumentowi przed upływem 10 dni.

Istotne w tych sprawach jest to, iż poszkodowanymi przez nieuczciwych przedsiębiorców są najczęściej ludzie starsi, schorowani, kuracjusze miejscowości uzdrowiskowych, nie wychodzący z domu, z niskimi dochodami miesięcznymi. Ofiarami są osoby, które nie rozumieją znaczenia umów, które były im przedstawiane do podpisu, nie czytają tych umów, ponieważ w pełni ufają przedsiębiorcy.

III. Wnioski w zakresie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów

Oprócz problemów indywidualnych rzecznik interesował się na bieżąco sprawami dotyczącymi naruszenia zbiorowych interesów konsumentów.

W związku z powyższym rzecznik skierował do Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi trzy wnioski , które dotyczyły:

1. Wniosek z dnia 08.04.2009 r., przeciwko firmie Ener Vita Klinika Zdrowego Człowieka – Medycyna XXI Wieku w sprawie podejrzenia naruszenia zbiorowego interesu konsumentów polegającego na niewłaściwym nazewnictwie i użyciu nazwy „Klinika”. W związku z powyższym wnioskiem Prezes Urzędu Ochrony konkurencji i Konsumentów wszczął postępowanie wyjaśniające w tej sprawie o którego rezultatach rzecznik został powiadomiony.

2. Wniosek z dnia 18.04.2009 r., przeciwko UPC Polska w sprawie podejrzenia naruszenia zbiorowego interesu konsumentów polegającego na nadużywaniu swojej pozycji rynkowej poprzez narzucanie cen nadmiernie wygórowanych. W związku z powyższym wnioskiem Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął postępowanie wyjaśniające w tej sprawie o którego rezultatach rzecznik zostanie powiadomiony

3. Wniosek z dnia 24.08.2009 r., przeciwko firmie TOPRONIC Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi w sprawie naruszenia zbiorowego interesu konsumentów polegającego na świadomym wprowadzaniu w błąd konsumentów poprzez sprzedaż sprzętu AGD innego niż prezentowany. W związku z powyższym wnioskiem Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął postępowanie wyjaśniające w tej sprawie o którego rezultatach rzecznik zostanie powiadomiony.

W dwóch sprawach zgłoszonych we wnioskach Miejskiego Rzecznika Konsumentów w latach poprzednich postępowanie zakończyło się wymierzeniem kar przez Prezesa UOKiK.

1. W stosunku do Spółki Condite Development z Kielc za stosowanie w umowach z konsumentami postanowień wpisanych do rejestru klauzul niedozwolonych. Prezes UOKiK uznała, iż przedsiębiorca naruszał zbiorowe interesy konsumentów i nałożyła na w/w firmę karę w wysokości 45 tys. zł.

2. W stosunku do ZEORK Dystrybucja za każdorazowe pobieranie opłat dodatkowych za zmianę przyłącza według stawek pozataryfowych. Prezes UOKiK

uznała , iż przedsiębiorca naruszał zbiorowe interesy konsumentów i nałożyła na w/w firmę karę w wysokości ponad 200 tys. zł.

IV. Edukacja konsumentka

Jednym z zadań rzecznika jest edukacja konsumentka, oraz i jej utrwalanie w świadomości mieszkańców Kielc.

W celu upowszechnienia tej działalności działa strona internetowa na której znajdują się podstawowe informacje dot. zakresu pomocy jakiej może udzielić rzecznik, pliki do pobrania a także aktualne komunikaty i komentarze. Za jej pośrednictwem rzecznik udziela również porad odpowiadając na wnioski przysyłane pocztą elektroniczną.

Działają powstałe z inicjatywy rzecznika przy Biurach Obsługi Interesantów Urzędu Miasta punkty informacyjne , które zawierają publikacje UOKiK, SKP na temat: sprzedaży konsumentkiej, zawierania umów kredytowych, praw konsumentów za granicą, bezpiecznych zakupów w sieci internetowej. Publikacje te są bardzo pomocne w upowszechnianiu wiedzy na temat praw konsumentów i możliwości ich egzekwowania.

Rzecznik prowadził również poprzez media szeroko zakrojoną działalność o charakterze edukacyjno-informacyjnym.

Stały charakter miała współpraca z redakcjami gazet: „Echo Dnia” oraz „Gazety Wyborczej, oraz z Radia Kielce, TVP Kielce, TVN Turbo, TV Nowa.

Rzecznik odbywał dyżury telefoniczne w redakcji „Echa Dnia”, gdzie odpowiadał na pytania konsumentów pod hasłem: „Głośny telefon” .

Również w „Echu Dnia” i „Gazecie Wyborczej” ukazywały się w 2009 r., wielokrotnie artykuły z wypowiedziami rzecznika mające charakter bieżącego komentarza do aktualnych problemów.

W Echu dnia ukazały się następujące artykuły:

- z dnia 10 stycznia 2009 r., „Trzeba go reklamować , ale jak ??”,

- z dnia 15 stycznia 2009 r., „(Nie) bezpieczny bankomat ”,
- z dnia 9 lutego 2009 r., „Prawa konsumentów”,
- z dnia 27 lutego 2009 r., „Niedozwolone zapisy Condite”,
- z dnia 16 marca 2009 r., „ Nie daj się oszukać”,
- z dnia 16 kwietnia 2009 r., „ Udane wakacje”,
- z dnia 2 maja 2009 r., „Drzwi antywejściowe “,
- z dnia 11 maja 2009 r., „ Wiesz, za co płacisz!?”,
- z dnia 18 maja 2009 r., „ Ile można czekać?”,
- z dnia 2 maja 2009 r., „Niesłuszne opłaty “,
- z dnia 31 sierpnia 2009 r., „ Bezpieczny tornister “,
- z dnia 3 września 2009 r. „ Reklama wprowadzająca w błąd”,
- z dnia 19 września 2009 r., „ Student też klient “,
- z dnia 6 października 2009 r., „ Robisz remont i masz problemy “,
- z dnia 6 października 2009 r., „ Kłopoty z remontami “,
- z dnia 14 października 2009 r., „ Chwilka , podpis i krach gotowy “,
- z dnia 29 października 2009 r., „ Spirala długów dusi emerytów “,
- z dnia 9 listopada 2009 r., „ Zdziwisz się jak zapłacisz 985 Euro ”,
- w Gazecie Wyborczej;
- z dnia 27 lutego 2009 r., „ UOKiK sprawdza umowy klientów Condite’ ,’
- z dnia 14 kwietnia 2009 r., „ ZEORK ukarany za złe kontrakty,
- z dnia 20 sierpnia 2009 r., „ Wynajął mieszkanie i popsuł historię kredytową “

Na bieżąco odbywała się również współpraca z kieleckimi rozgłościami radiowymi, gdzie rzecznik wypowiadał się odnośnie problemów z biurami podróży, problemami z reklamacją towarów, przedsięwzięciami zakupami, komentarze te udzielane były na

antenie radia: Radia Planeta, Radia Kielce, Radia Plus których gościem był rzecznik. Współpraca ta ma szczególne znaczenie w dziedzinie propagowania praw konsumentów i ich upowszechniania z uwagi na fakt, iż media posiadają największą zdolność oddziaływania poprzez możliwości dotarcia do odbiorcy.

Ponadto dziennikarze pozostają w stałym kontakcie z rzecznikiem w sytuacji kiedy zaistnieje potrzeba aktualnego komentarza lub skonsultowania problemów konsumenckich czy przypomnienie czytelnikom i słuchaczom o przysługujących im uprawnieniach.

V. Szkolenia i konferencje

W celu podnoszenia własnych kwalifikacji rzecznik uczestniczył:

1. W dniu 07 – 08 maja 2009 r., w Krakowie w szkoleniu dla rzeczników konsumentów w zakresie zmian w podejściu do konsumenckiego acquis oraz ich konsekwencji dla instytucji zajmujących się ochroną interesów konsumenta, w ramach kampanii „ Od minimalnej do maksymalnej harmonizacji, konsumencki kontekst liberalizacji rynków zmonopolizowanych”.

2. We wrześniu 2009 w szkoleniu zorganizowanym przez Urząd Miasta Kielce: „Współpraca z mediami umiejętność prezentacji przed kamerą i w wystąpieniach radiowych.”

VI. Współdziałanie z organizacjami konsumenckimi

W 2009 r. Miejski Rzecznik Konsumentów współdziałał i współpracował zarówno z : Wojewódzkim Inspektoratem Inspekcji Handlowej w Kielcach, Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Rzecznikiem Ubezpieczonych oraz Delegaturą Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Łodzi.

VII. Podsumowanie

Podjęmowane w 2009 działania, poza udzielaniem doraźnej pomocy w indywidualnych sprawach miały na celu eliminowanie negatywnych zjawisk, występujących w relacjach konsument - przedsiębiorca. Spośród negatywnych zjawisk i przyczyn sporów między konsumentami a przedsiębiorcami należy wymienić w sposób szczególny stale powtarzające się:

- nagminne nie respektowanie przez przedsiębiorców przepisów chroniących konsumentów,
- ograniczanie odpowiedzialności względem konsumentów,
- utrwalone od lat niekorzystne dla konsumentów interpretacje przepisów.

Zakres prowadzonej przez rzecznika działalności jest bardzo szeroki i stale się zwiększa, z uwagi na fakt, iż z dnia na dzień skala problemów z którymi zwracają się do rzecznika konsumenci rozszerza się. Podstawowymi zadaniami w codziennej pracy jest udzielanie porad i stosownej pomocy konsumentom — mieszkańcom Kielc i nie tylko (do rzecznika zgłaszają się również z prośbą o pomoc mieszkańcy spoza Kielc i taką pomoc w ramach możliwości i obowiązujących regulacji prawnych otrzymują).

Poważnym ograniczeniem w wykonywaniu bieżącej pracy rzecznika jest fakt, iż nadal rzecznik wykonuje swoją pracę jednoosobowo. Przy stale rosnącej ilości problemów i zagadnień konsumenckich staje się to coraz trudniejsze. Niezbędnym elementem pracy rzecznika powinno stać się utworzenie profesjonalnego biura z dodatkowym, wykwalifikowanym personelem, zgodnie z art.40 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, który stwarza taką możliwość. Zgodnie z w/w art. „ (...) w powiatach powyżej 100 tys. mieszkańców i w miastach na prawach powiatu rzecznik konsumentów może wykonywać swoje zadania przy pomocy wyodrębnionego biura”. Wykonywanie bieżących obowiązków w dotychczasowym zakresie przez jedną osobę staje się coraz trudniejsze i niezwykle stresujące. Konsumenci domagają się natychmiastowych i radykalnych rozwiązań . Zarówno

kompetencje ustawowe rzecznika jak i jego ograniczenia kadrowe (jednoosobowe stanowisko) uniemożliwiają sprostaniu rosnącym oczekiwaniom.

W oparciu o ilość spraw która sukcesywnie wzrasta w porównaniu do roku ubiegłego należy uznać , iż Instytucja rzecznika staje się coraz bardziej znana wśród konsumentów i odgrywa istotną rolę w kształtowaniu ich świadomości w zakresie przysługujących konsumentom praw jak również możliwości ich egzekwowania. Tym samym wpływa w znacznym stopniu na wzrost zaufania do samorządu, budując jego autorytet. Dzieje się tak między innymi za przyczyną: rzetelności udzielanych porad, aktywności w popularyzowaniu praw konsumenckich, rosnącej skuteczności w dochodzeniu praw konsumentów, życzliwym podejściu do problemów mieszkańców .

MIEJSKI RZECZNIK KONSUMENTÓW
Dariusz Pyk