

UCHWAŁA NR XXVII/312/08
RADY MIEJSKIEJ BIAŁEGOSTOKU

z dnia 21 kwietnia 2008 r.

**w sprawie zatwierdzenia sprawozdania Miejskiego Rzecznika Konsumentów z
działalności w roku 2007.**

Na podstawie art. 12 pkt 11 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz.U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1592, z 2002 r. Nr 23, poz. 220, Nr 62, poz. 558, Nr 113, poz. 984, Nr 153, poz. 1271, Nr 200 poz. 1688 i Nr 214 poz. 1806, z 2003 r. Nr 162, poz. 1568, z 2004 r. Nr 102, poz. 1055 oraz z 2007 r. Nr 173, poz. 1218) oraz art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 oraz z 2007 r. Nr 99, poz. 660 i Nr 171, poz. 1206) uchwała się co następuje:

§ 1. Zatwierdza się sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w roku 2007, w brzmieniu określonym w załączniku do niniejszej uchwały.

§ 2. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

PRZEWODNICZĄCY RADY

Włodzimierz Leszek Kusak

Załącznik

do uchwały Nr XXVII/312/08

Rady Miejskiej Białegostoku

z dnia 21 kwietnia 2008 r.

S P R A W O Z D A N I E

Miejskiego Rzecznika Konsumentów

w Białymstoku

z działalności w roku 2007

I. Wstęp i uwagi ogólne

Jednym z ustawowych zadań samorządu powiatowego jest ochrona praw konsumentów. Zadania powiatu w tym zakresie wykonuje powiatowy / miejski / rzecznik konsumentów powoływany przez radę powiatu / miasta /. Jego kompetencje mają charakter doradczo-procesowy. Rzecznik nie posiada uprawnień władczych, wobec czego nie może skutecznie wyegzekwować przestrzegania prawa przez podmioty gospodarcze.

Rada Miejska Białegostoku powołała z dniem 1 kwietnia 1999 r. Miejskiego Rzecznika Konsumentów uchwałą Nr XI / 76 / 99 z dnia 30 marca 1999 r. Usytuowanie organizacyjne Rzecznika określa § 51 regulaminu organizacyjnego Urzędu Miejskiego w Białymstoku. Miejski Rzecznik Konsumentów w Białymstoku nie dysponuje własnym budżetem. Jego biuro mieści się w przy ul. Sienkiewicza 53, w oddzielnych przeznaczonych do tego celu pomieszczeniach. Od dnia 1 marca 2006 r. w biurze zatrudniony jest jeden pracownik merytoryczny.

II. Zadania Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Podstawy prawne działania Rzecznika wynikają z art. 39-43 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Na mocy powyższej ustawy do kompetencji Rzecznika należy:

- obowiązek zapewnienia konsumentom bezpłatnego poradnictwa i informacji prawnej w zakresie ochrony ich interesów;
- prawo wytaczania powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowania za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronie interesów konsumentów;
- prawo składania wniosków w sprawie stanowienia i zmiany prawa miejscowego w

- zakresie ochrony interesów konsumentów;
- prawo występowania do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów;
 - wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych;
 - prawo żądania wszczęcia postępowania antymonopolowego;
 - prawo żądania wszczęcia postępowania w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów;
 - obowiązek współdziałania z właściwą terytorialnie delegaturą Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami Konsumentckimi,
 - prawo występowania w charakterze oskarżyciela publicznego w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów.

Ponadto, na mocy art. 479³⁸ k.p.c. Rzecznik może wszczynać postępowanie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone.

1. Poradnictwo konsumentckie

Rzecznik zapewnił bezpłatne poradnictwo wszystkim zgłaszającym się konsumentom. W okresie objętym sprawozdaniem udzielił **4692** porad, informacji i wyjaśnień w indywidualnych sprawach. W tym **3750** osób uzyskało poradę lub informację telefonicznie lub za pomocą korespondencji elektronicznej. Pozostałe **942** osoby otrzymały pomoc bezpośrednio w biurze Rzecznika i zostały zarejestrowane w prowadzonym na bieżąco rejestrze. Porady udzielane były głównie ustnie, a na żądanie także pisemnie. Sprawy przedkładane przez konsumentów Rzecznikowi dotyczyły w szczególności roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową i gwarancji na zakupione towary lub usługi. Ich przedmiotową strukturę przedstawia niżej zamieszczona tabela.

Przedmiot sprawy / zarejestrowanej /			
Towary	Liczba	Usługi	Liczba
okna, drzwi	74	telekomunikacyjne	62
obuwie	115	ubezpieczeniowe	28
samochody i akcesoria samoch.	68	finansowe /bankowe, poza-bankowe/	42
art. RTV	57	TV i TV kabl.	10
meble	57	turystyczne	9
urządzenia AGD	37	remontowe	12
komputery	43	internetowe	6
telefony	62	lotnicze	2
mieszkania i domy	41	pocztowe	4
odzież	27		
Inne	76	inne	67
Razem	660	Razem	242
Umowy zawierane na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa	43		
Razem spraw: 942			

Spośród wszystkich 942 zarejestrowanych spraw, około 60 procent załatwiono pozytywnie dla konsumentów. W 28 sprawach roszczenia zgłaszających były ewidentnie niezasadne. 18 spraw po wstępnym rozpoznaniu skierowano do postępowania mediacyjnego Inspekcji Handlowej lub Urzędu Komunikacji Elektronicznej, albo do prokuratury. W pozostałych przypadkach sprawy są w toku, albo interesanci nie poinformowali Rzecznika o wyniku sprawy lub zrezygnowali z dalszego dochodzenia roszczeń.

2. Prowadzenie spraw przed sądem powszechnym

Wytaczanie sprawy przed sądem powszechnym jest szczególnym uprawnieniem. W okresie objętym sprawozdaniem Rzecznik nie wytaczał powództw na rzecz konsumentów. Udzielał pomocy prawnej konsumentom w innych formach.

Rzecznik nie wstępował do postępowań toczących się w innych sprawach o ochronę konsumentów, jednakże uczestniczył w rozprawach sądowych w miarę swoich możliwości czasowych.

3. Udzielanie pomocy prawnej konsumentom w innych formach

Rzecznik podejmował próby zmierzające do wyjaśnienia spornej sprawy, a po uznaniu roszczeń konsumenta za uzasadnione wzywał przedsiębiorców, z reguły pisemnie /212 wystąpień/, rzadziej telefonicznie do dobrowolnego spełnienia świadczenia lub proponował mediację.

Rzecznik udzielał również pomocy prawnej konsumentom sporządzając projekty pism procesowych i pozaprocessowych. Łącznie sporządził ich 267. Były to **pozwy i inne pisma procesowe** /w ilości 44 / a także pisma pozaprocessowe: **oświadczenia o odstąpieniu od umowy, wezwania, reklamacje** /w ilości 223/.

4. Inne działania podejmowane przez Rzecznika

Rzecznik na bieżąco analizował treść przepisów prawa miejscowego. W sprawozdawczym okresie nie dostrzegł potrzeby składania wniosku w sprawie stanowienia lub zmiany prawa miejscowego.

W okresie objętym sprawozdaniem Rzecznik nie składał wniosku o wszczęcie przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów postępowania o stosowanie praktyki monopolistycznej.

5. Współdziałanie z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej, Inspekcji Sanitarnej oraz organizacjami konsumentckimi w zakresie ochrony konsumentów

Przy realizacji zadań Rzecznik na bieżąco współpracował z instytucjami, których zadaniem statutowym jest ochrona interesów konsumentów, a w szczególności z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Delegaturą UOKiK w Lublinie, Wojewódzkim

Inspektoratem Inspekcji Handlowej w Białymstoku i działającym przy nim Polubownym Sądem Konsumenckim, Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Stowarzyszeniem Konsumentów Polskich oraz Federacją Konsumentów. Współpraca ta miała charakter stałej wymiany doświadczeń i informacji, a także analizy wybranych problemów konsumenckich.

6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym

Edukacja konsumencka prowadzona w szkołach publicznych jest szczególnym zadaniem samorządu terytorialnego. Jednakże w latach wcześniejszych, z powodu niewystarczającego składu osobowego Biura Rzecznika, nie było możliwości jej prowadzenia.

W roku 2007 zostały przeprowadzone lekcje o tematyce konsumenckiej w trzech białostockich szkołach: gimnazjum, liceum ogólnokształcącym i technikum; dla wszystkich uczniów każdej z tych szkół. Zauważyć należy, że choć zagadnienia dot. spraw konsumenckich omawiane są w ramach nauki przedmiotu „przedsiębiorczość”, młodzież nabywa jedynie pobieżną wiedzę teoretyczną. Tymczasem licealiści, a często także gimnazjaliści, są już aktywnymi uczestnikami obrotu konsumenckiego. Samodzielnie zawierają umowy o zakupie towarów i usług, często za pośrednictwem Internetu. Także lekcje przeprowadzone przez pracownika Biura w szkołach, w czasie których omawiane były praktyczne aspekty obrotu konsumenckiego i analizowane konkretne, dotyczące uczniów sprawy, ocenione zostały tak przez uczniów, jak i przez kadre nauczycielską jako bardzo przydatne. Podkreślić należy, że wszystkie szkoły poprosiły o przeprowadzenie kolejnych pogadarek w następnym roku szkolnym, zaś wielu uczniów oraz ich bliskich skorzystało później z pomocy udzielonej w Biurze Rzecznika. Tak więc lekcje prowadzone w szkołach nie tylko zwiększają świadomość konsumencką najmłodszych uczestników obrotu, lecz także wpływają na wzrost popularności instytucji Rzecznika, co ma praktyczny wpływ na ochronę interesów prawnych mieszkańców naszego miasta.

W przypadku wyrażenia zainteresowania przez kolejne szkoły, w szczególności ponadgimnazjalne, one także obejmowane będą programem szkoleń.

Jak zawsze dużą uwagę Rzecznik w 2007 r. przywiązywał do prowadzenia akcji informacyjnych i edukacyjnych przeznaczonych dla szerokich grup konsumentów za pomocą prasy, radia i telewizji. Systematycznie kilka razy w miesiącu udzielał porad mieszkańcom Białegostoku na łamach „Kurier Porannego” (akcja „Ostry dyżur”). Występował także w programach z udziałem konsumentów na antenie Radia Białystok i w studio białostockiego oddziału Telewizji Polskiej.

W lokalnej prasie ukazało się kilkadziesiąt artykułów poświęconych prawom konsumenta, w których wypowiadał się Rzecznik. Wiele razy również udzielał opinii w sprawach interwencyjnych, którymi zajmowali się dziennikarze „Kuriera Porannego”, „Gazety Współczesnej” i białostockiego dodatku „Gazety Wyborczej”.

W wypowiedziach prasowych, radiowych i telewizyjnych Rzecznik zwracał uwagę na kwestie dotyczące między innymi :

- a/ praw konsumenta wynikających z odpowiedzialności ustawowej sprzedawcy,
- b/ niebezpieczeństw związanych z zawieraniem umów za pośrednictwem akwizytorów,
- c/ konieczności zapoznawania się z zawieranymi umowami,
- d/ wejścia w życie nowych przepisów dotyczących praw konsumentów.

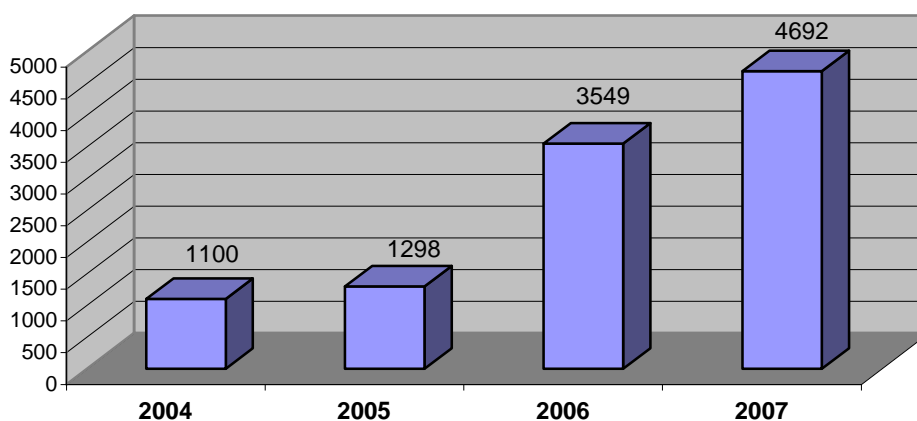
Ponadto, w ramach działalności edukacyjnej Rzecznik przekazywał zgłaszającym się do niego interesantom dostarczane przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów materiały edukacyjne z zakresu ochrony praw konsumentów.

III. Wnioski końcowe

Przedstawione sprawozdanie nie wyczerpuje całości problematyki dotyczącej funkcjonowania Miejskiego Rzecznika Konsumentów. Wynika z niego jednak, że instytucja Rzecznika staje się coraz bardziej znana konsumentom, jak również coraz bardziej potrzebna. Pozwala ona na praktyczną realizację praw konsumentów oraz przeciwdziała naruszeniom prawa konsumenckiego. Ugruntowuje również wiedzę konsumencką wśród lokalnej społeczności.

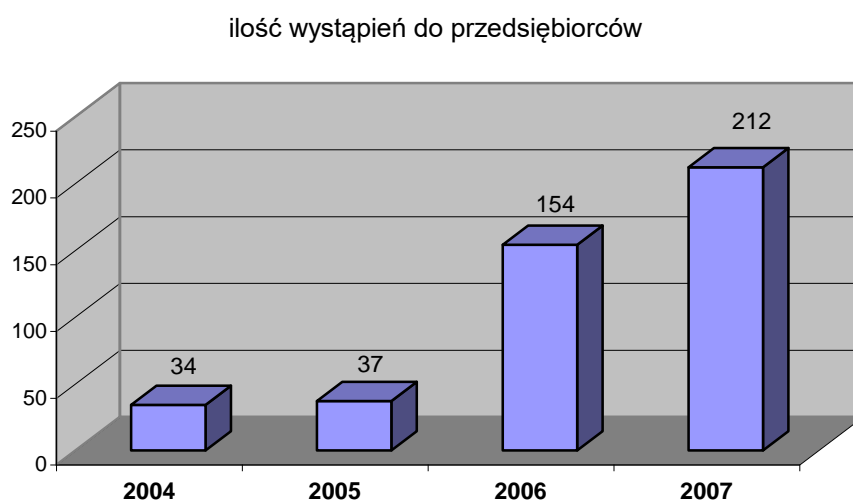
Ilość spraw, z jakimi mieszkańcy Białegostoku zwracają się do Rzecznika, rośnie w miarę popularyzacji tej instytucji. W porównaniu do roku 2006, w roku 2007 wzrosła o 1143.

ilość udzielonych porad



Zwiększyła się tak ilość porad telefonicznych, jak i udzielanych w biurze. Ponadto od stycznia 2007 r. Biuro dysponuje dodatkowym sprzętem komputerowym, co pozwoliło na rozpoczęcie udzielania porad za pomocą Internetu. Ten sposób kontaktu zyskuje na popularności. Obecnie korespondencję elektroniczną do Biura kieruje kilkadziesiąt osób miesięcznie. Dodać należy, iż mieszkańcy miasta chwalą tę formę udzielania pomocy, głównie ze względu na oszczędność czasu, ale także – wygodę i brak formalizmu.

Zwiększyła się także ilość pism kierowanych przez Rzecznika do przedsiębiorców w indywidualnych sprawach konsumenckich. Występowanie na piśmie do przedsiębiorców jest głównym narzędziem Rzecznika służącym realizacji zgodnych z prawem roszczeń konsumentów. Jest to narzędzie skuteczne; większość przedsiębiorców po takim wystąpieniu zgodziło się uwzględnić żądania swoich klientów. Przypadki ignorowania wystąpień Rzecznika były sporadyczne.



Ze zleconych w 2007 r. przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów badań wynika, iż ciągle jeszcze konsumenci nie mają wystarczającej wiedzy o instytucjach, które pomagają im chronić ich interesy. Statystycznie jedynie 9 proc. polskich konsumentów wie o działalności rzeczników. Zatem w dalszych działaniach Rzecznik zamierza szczególny nacisk położyć na poszerzenie działalności edukacyjnej i informacyjnej tak, aby dotrzeć do jak największej ilości mieszkańców naszego miasta. Będą temu służyły m.in.: umieszczanie informacji konsumenckich i wzorów przydatnych pism na stronie internetowej Urzędu Miasta tak, aby zawarte tam informacje wystarczały do samodzielnego rozpoznania prostej sprawy i złożenia reklamacji, prowadzenie wspomnianych wyżej lekcji w szkołach publicznych, a także współpraca ze środkami masowego przekazu.