

Uchwała Nr LXI/585/2002
Rady Miasta Nowego Sącza
z dnia 19 marca 2002r.

w sprawie: zatwierdzenia sprawozdania z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów za 2001 rok

Na podstawie art. 38 ust.1 i 2 ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2000 r. Nr 122, poz.1319) w związku z art. 12 pkt 11 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. z o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz.1591) Rada Miasta Nowego Sącza postanawia:

§1.

Zatwierdzić sprawozdanie Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Nowym Sączu za 2001 rok w brzmieniu załącznika Nr 1 do niniejszej uchwały.

§2.

Niniejszą uchwałę wraz z załączonym sprawozdaniem przekazuje się do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Delegatura w Krakowie.

§3.

Wykonanie uchwały powierza się Miejskiemu Rzecznikowi Konsumentów.

§4.

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący Rady Miasta
(-) Jerzy Wituszyński

Sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów
w Nowym Sączu za 2001 rok

Sprawozdanie obejmuje następujące zagadnienia :

- I. Wstęp i uwagi ogólne – organizacja pracy Miejskiego Rzecznika Konsumentów;**
- II. Informacja o działalności Rzecznika w 2001 roku – realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów**
 - 1. Bezpłatne poradnictwo konsumenckie i informacja prawna w zakresie ochrony interesów konsumentów;**
 - 2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony interesów konsumentów;**
 - 3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów;**
 - 4. Zestawienie ilościowe działań podjętych przez Rzecznika w zakresie zadań określonych w punktach 1-3**
 - 5. Charakter spraw, w których naruszono interes konsumentów**
- III. Edukacja konsumencka;**
- IV. Współdziałanie z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej i innymi organizacjami konsumenckimi w zakresie ochrony konsumentów;**
- V. Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.**

I. Wstęp i uwagi ogólne – organizacja pracy Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Miejski Rzecznik Konsumentów realizuje zadania samorządu powiatowego (miasta na prawach powiatu) w zakresie ochrony interesów konsumentów, działając na podstawie ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 122, poz.)

- 1. Wymiar pracy Rzecznika – ½ etatu;
- 2. Rzecznik nie posiada samodzielnego biura Rzecznika

IV. Informacja o działalności Rzecznika w 2001 roku w celu udzielenia pomocy prawnej konsumentom

1. Bezpłatne poradnictwo konsumenckie i informacja prawna w zakresie ochrony interesów konsumentów

Podstawową działalność, tj. bezpłatne poradnictwo konsumenckie Miejski Rzecznik Konsumentów świadczy poprzez udzielanie porad prawnych i informacji, zarówno osobiście w biurze, jak i telefonicznie. Należy podkreślić, że duży udział w świadczonej pomocy prawnej stanowią porady udzielane telefonicznie (przeciętnie 5-6 dziennie). Ich ilość wyraźnie wzrosła od momentu pojawienia się stałej rubryki w Gazecie Krakowskiej pod hasłem "Rzecznik Konsumentów radzi" (poniedziałkowa Gazeta Nowosądecka). Niemały udział w ogólnej liczbie telefonów, stanowią prośby o poradę kierowane do mnie przez właścicieli sklepów, co należy uznać za bardzo korzystne.

2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony interesów konsumentów;

W przypadku złożenia przez konsumenta pisemnego wniosku o udzielenie stosownej pomocy prawnej (na specjalnie w tym celu opracowanych drukach) MRK podejmuje negocjacje ze sprzedawcą lub usługodawcą, albo prowadzi mediacje z udziałem klienta i jego kontrahenta.

W przypadku, gdy ustne negocjacje są niewystarczające lub charakter sprawy wymaga pisemnej interwencji, MRK występuje pisemnie do sprzedawców lub wykonawców.

3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów;

Podjęcie decyzji o wytoczeniu powództwa na rzecz konsumenta Rzecznika uzależnia od istnienia rażącego naruszenia interesu konsumenta lub szerszej grupy konsumentów, a także szczególnej sytuacji życiowej konsumenta stanowiącej przeszkodę w samodzielnym dochodzeniu swoich praw przed sądem.

4. Zestawienie ilościowe działań podjętych przez Rzecznika w zakresie zadań określonych w punktach 1-3

- a) liczba udzielonych porad prawnych i informacji – około 1200 (przeciętnie 6 dziennie);
- b) ilość spraw, w których Rzecznik podjął działania zmierzające do pozasądowego rozwiązania sporu – 60;
- c) ilość spraw, w których wystąpienia Rzecznika zakończyły się na korzyść konsumenta – 42, w tym ilość spraw, w których udzielono konsumentowi porady prawnej, w tym pomocy w sporządzeniu pisma i brak jest informacji o końcowym rezultacie - 10
- d) ilość spraw, które zakończyły się negatywnie dla konsumenta – 15;
- e) ilość spraw w toku – 3;
- f) ilość wytoczonych powództw na rzecz konsumenta – 1, sprawa w toku (sprawa została rozpoczęta w 2000 r., kiedy to MRK podjęła próbę pozasądowego rozwiązania sporu)

5. Charakter spraw, w których naruszono interes konsumentów

A. Naruszenia praw konsumentów pojawiają się najczęściej w zakresie rękojmi za wady fizyczne rzeczy. Polegają one na niedotrzymywaniu obowiązkowych terminów rozpatrywania reklamacji, a także na tym, że sprzedawcy nie chcą uznawać reklamacji w sytuacjach oczywistych. Przerzucają oni odpowiedzialność za

wystąpienie wad na klientów, argumentując to niewłaściwym użytkowaniem rzeczy. Oczywiście w przypadkach mniej oczywistych, których nie brakuje, zdarza się, że konieczne jest rozwiązanie sporu na drodze postępowania sądowego.

Bardzo często dochodzi także do sytuacji, w której okazuje się, że prowadzący działalność gospodarczą w zakresie handlu lub usług nie znają podstawowych przepisów dotyczących gwarancji i rękojmi, nie rozróżniają tych dwóch instrumentów prawnych, myślą je, często wprowadzając przy tym klientów w błąd.

Za zasadnicze dla poprawy pozycji konsumentów MRK uważa zatem stałe podnoszenie świadomości. Z praktyki wynika, że podstawowym czynnikiem wpływającym na nieprzestrzeganie praw konsumentów jest nieświadomość wielu sprzedawców w zakresie stosownych regulacji prawnych. Jednocześnie w interesie konsumentów leży zmiana mentalności części handlowców i usługodawców, i wynikające stąd podniesienie profesjonalizmu obsługi klientów.

B. Druga podstawowa dziedzina, w której pojawiają się zagrożenia interesu konsumentów to zawieranie umów w tzw. systemie argentyńskim. W części przypadków dochodzi do ewidentnego wprowadzania klientów w błąd co do istotnych warunków umowy, w wielu innych dotyczy to niekorzystnych dla klientów warunków umów, szczególnie dotyczących kosztów obciążających konsumentów z tytułu zawartej umowy.

Firmy działające w systemie argentyńskim nie wykazują skłonności do polubownego załatwiania spraw.

IV. Edukacja konsumencka;

Celem edukacji konsumenckiej jest podniesienie świadomości, zarówno konsumentów, jak i sprzedawców.

Miejski Rzecznik Konsumentów realizowała to zadanie poprzez :

- wykłady w szkołach;
- działalność informacyjną za pomocą mediów;
- konferencja „Konkurencja sprzymierzeńcem konsumenta „,
- podjęcia przygotowań do wprowadzenia elementów wiedzy konsumenckiej do programu nauczania dla szkół.

A. Wykłady w szkołach.

W 2001 r. MRK przeprowadziła cykl wykładów w Zespole Szkół Ekonomicznych w Nowym Sączu w zakresie następujących zagadnień :

- rękojnia za wady fizyczne rzeczy i gwarancja,
- praktyki ograniczające konkurencję,
- czyny nieuczciwej konkurencji,
- umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość

Ponadto w dniu 14 grudnia 2001 r. MRK wygłosiła wykład na temat niedozwolonej reklamy na konferencji pod hasłem „Kupuj mądrze”, zorganizowanej przez Młodzieżowy Klub Federacji Konsumentów, działający w ZSE w Nowym Sączu.

B. Działalność informacyjna za pomocą mediów.

Do konkretnych działań w tym zakresie należy zaliczyć:

- a) Wywiad w Gazecie Domowej (maj 2001 r.);
- b) Wywiad w radiu PLUS w dniu 21 maja 2001 r.;
- c) Wywiad w radiu PLUS w październiku 2001 r.;
- d) Wywiad w Regionalnej Telewizji Kablowej w dniu 23 maja 2001 r. - czas ok.30 min..
- e) Stała rubryka z poradami prawnymi w poniedziałkowej Gazecie Nowosądeckiej, dodatku Gazety Krakowskiej pod hasłem "Rzecznik Konsumentów radzi";
- f). Porady prawne na internetowej stronie Urzędu Miasta.

C. Konferencja konsumencka pod hasłem „Konkurencja sprzymierzeńcem konsumenta „,

Konferencja odbyła się w dniu 21 maja 2001 r. z udziałem wybitnych specjalistów w dziedzinie reklamy, czynów nieuczciwej konkurencji, praktyk ograniczających konkurencję z Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie oraz Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Delegatura w Krakowie.

W konferencji uczestniczyli rzecznicy z województwa małopolskiego, przedstawiciele władz miasta, przedstawiciele handlowców z terenu miasta, młodzież licealna.

W programie wykorzystano materiał filmowy – sondę, w której mieszkańcy wypowiadali się na tematy związane z przedmiotem konferencji (kwestia czytania treści umów podpisywanych przez konsumentów, wpływ reklamy i promocji na zachowania nabywcze klientów, skłonność do rozwiązywania sporów konsumenckich na drodze postępowania sądowego, jakość obsługi w sądeckich sklepach, motywy decydujące o wyborze małego sklepu lub supermarketu jako miejsca dokonywania zakupów).

Informacje na temat konferencji ukazały się w lokalnej prasie, radiu i telewizji.

D. Podjęcie przygotowań do wprowadzenia elementów wiedzy konsumenckiej do program nauczania dla szkół

W porozumieniu Wydziałem Edukacji odbyło się spotkanie z dyrektorami szkół, którzy przekazali Rzecznikowi wykaz nauczycieli wiedzy o społeczeństwie. Rzecznik planuje przeprowadzenie szkoleń nauczycieli w zakresie zagadnień dotyczących ochrony konsumentów, ale działania te zostały wstrzymane z uwagi na planowaną, zasadniczą zmianę przepisów dotyczącą reklamacji oraz przygotowywania programów nauczania przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

IV. Współdziałanie z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej i innymi organizacjami konsumenckimi w zakresie ochrony konsumentów;

Rzecznik utrzymywała stały kontakt z Powiatowym Rzecznikiem Konsumentów, Inspekcją Handlową oraz Klubem Federacji Konsumentów, polegający na wzajemnej wymianie doświadczeń.

Ponadto MRK uczestniczyła w posiedzeniach Krajowej Rady Rzeczników Konsumentów, której jest członkiem.

W ramach współpracy z Urzędem Ochrony Konkurencji, Rzecznik przekazała do Urzędu sprawę dotyczącą czynu nieuczciwej konkurencji, polegającego na wprowadzającym w błąd reklamowaniu produktu na wzmocnienie włosów. UOKiK w wystąpieniu do firmy wprowadzającej produkt na polski rynek, podtrzymał w całości zarzuty przedstawione uprzednio przez Rzecznika w wezwaniu do zaniechania działań noszących znamiona czynu nieuczciwej konkurencji, skierowanego do firmy. Sprawa została zakończona pozytywnie

dla konsumenta, a firma uwzględniła zarzuty Rzecznika.

V. Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.

Rzecznik nie dostrzegł konieczności zmiany przepisów prawa miejscowego, które miałyby korzystnie wpłynąć na sytuację konsumentów.