

**Miejski Rzecznik Konsumentów
w Toruniu**

**Sprawozdanie
z działalności
w 2010 r.**

Toruń, luty 2011 r.

Sprawozdanie stanowi wykonanie art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007r., Nr 50, poz. 331, z póź. zm.), na podstawie którego rzecznik przedkłada w terminie do 31 marca staroście (prezydentowi miasta) do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim.

ZADANIA MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW

Zgodnie z przepisami ustawy o samorządzie powiatowym ochrona praw konsumenta należy do zadań powiatu. W oparciu o przepisy ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2007 r., nr 50, poz. 331 ze zm.) podstawowym i nadrzędnym celem działania jest ochrona praw i interesów konsumentów. Zadania te realizuje powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów. Przepisy w.wym. ustawy określają rolę samorządu terytorialnego w zakresie ochrony konsumentów, funkcję i zadania powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów i stanowią, co następuje:

- zadaniem samorządu terytorialnego w zakresie ochrony praw konsumentów jest prowadzenie edukacji konsumenckiej, w szczególności poprzez wprowadzenie elementów wiedzy konsumenckiej do programów nauczania w szkołach publicznych,
- zadania samorządu powiatowego w zakresie ochrony praw konsumentów wykonuje powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów,
- rzecznik konsumentów jest bezpośrednio podporządkowany staroście (prezydentowi miasta),
- rzecznik konsumentów w terminie do dnia 31 marca każdego roku przedkłada staroście (prezydentowi miasta) do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim,
- zatwierdzone sprawozdanie rzecznik przekazuje właściwej miejscowo delegaturze UOKiK.

Do zadań rzecznika należy przede wszystkim:

- zapewnienie konsumentom bezpłatnego poradnictwa, informacji oraz innych form pomocy prawnej w zakresie ochrony ich interesów,
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- składanie wniosków w sprawie stanowiących i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów,
- współdziałanie z właściwymi terytorialnie delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz instytucjami i organizacjami, do których zadań statutowych należy ochrona interesów konsumentów.

Podstawami prawnymi działania rzecznika są wszystkie akty prawne regulujące stosunek prawny pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą, zawarte m.in. w kodeksie cywilnym, prawie bankowym, energetycznym, telekomunikacyjnym, pocztowym, w ustawach o usługach turystycznych, o ochronie nabywców prawa korzystania z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego w określonym czasie w każdym roku, o działalności ubezpieczeniowej, o świadczeniu usług drogą elektroniczną, o działalności gospodarczej czy o cenach. Z innych regulacji, bardziej szczegółowych, wymienić można np. ustawę o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, regulacje dotyczące bezpieczeństwa produktów, znakowania towarów, współdziałania organów administracyjnych, kontroli, organizacji pozarządowych czy też polubownych sądów i arbitrażu. Ważnym instrumentem funkcjonowania rzecznika jest ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, która weszła w życie z końcem 2007 r.. W roku 2010 nie było znaczących zmian w przepisach dotyczących działalności rzecznika konsumentów w zakresie ochrony interesów konsumentów.

Rzecznik posiada kompetencje doradcze i procesowe, natomiast nie posiada kompetencji kontrolnych ani władczych. W tym zakresie rzecznik współdziała z odpowiednimi instytucjami i organami m.in. inspekcją handlową, Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumenta,

ORGANIZACJA PRACY MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW

Swoje zadania rzecznik wykonuje w strukturze organizacyjnej Urzędu Miasta Torunia w składzie dwuosobowym: Lech Borowski – Miejski Rzecznik Konsumentów i Karol Posachowicz – główny specjalista.

Rzecznik przyjmuje zgłoszenia od konsumentów zarówno osobiście, jak i telefonicznie bądź e-mailowo. Wnoszone sprawy są rejestrowane w podziale na porady i informacje oraz interwencje. W przypadku podejmowania interwencji, konsument składa stosowny wniosek. Interwencje są monitorowane co do terminu załatwienia sprawy, a w przypadku braku odpowiedzi monitorowane.

REALIZACJA POLITYKI KONSUMENCKIEJ NA LATA 2010 - 2013

Polityka Konsumentka na lata 2010–2013”, zwana dalej „Polityką Konsumentką” - przyjęta w lipcu 2010 r. – stanowi szósty już z kolei dokument programowy opisujący działania Rządu Rzeczypospolitej Polskiej na rzecz wzmocnienia poziomu ochrony praw konsumentów na polskim rynku oraz zapewnienia im równych szans na rynku wspólnotowym. Główne cele wskazane w dokumencie przygotowanym przez UOKiK to: rozwój bezpiecznego, przyjaznego konsumentom rynku, dialogu konsumentckiego, wzmacnianie mechanizmów samoregulacyjnych, tworzenie efektywnego systemu poradnictwa i dochodzenia roszczeń konsumentckich, inicjowanie zmian legislacyjnych, aktywna polityka informacyjno-edukacyjna. Diagnoza aktualnego poziomu ochrony konsumentów, a także uwzględnienie przyjętych założeń przyszłych działań w obszarze polityki konsumentckiej pozwala na sformułowanie nadrzędnego celu realizacji polityki konsumentckiej, jakim powinna być stymulacja aktywności konsumentckiej, będąca w efekcie wspólnym mianownikiem wszystkich przyjętych celów.

Realizując w.wym. zadania mieszczące się w kompetencjach rzecznika, szczególny nacisk położono na edukację konsumentcką. W związku z tym zainicjowano szereg akcji z udziałem środków masowego przekazu – lokalna prasa, radio i tv, które mocno zaangażowały się w prezentację tej tematyki. Miejski Rzecznik Konsumentów

przekazywał mediom informacje mailowe o działaniach własnych oraz Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Przygotowano też informacje dla prasy, z których 43 znalazło swoje odzwierciedlenie w postaci artykułów, a także wykorzystano w wywiadach radiowych i w tv lokalnej i krajowej. Poruszano w nich sprawy aktualne, szczególnie dotyczące zakupów w okresach przedświątecznych, reklamowania towarów i usług, praw konsumenckich w związku z dynamicznie rozwijającym się rynkiem usług za pośrednictwem środków elektronicznych i nowych technik sprzedaży. Zwracano uwagę przy pomocy środków masowego przekazu i podejmowano działania zaradcze w związku z funkcjonowaniem w Toruniu firm, prowadzących działalność nierzetelnie, a nawet w sposób przestępczy. Zorganizowano dyżur redakcyjny w dn. 14 grudnia 2010 r. w redakcji „Radia Plus”, podczas którego mieszkańcy mogli pytać o sprawy związane z prawami konsumentów.

Rzecznik uczestniczył w wielu spotkaniach organizacji pozarządowych m.in. kobiecych, stowarzyszeniach zainteresowanych problematyką konsumencką, bądź też kultywujących dobre tradycje kupieckie (organizujące m.in. konkursy jakości produktów). Dla przykładu wymienić można uczestnictwo w IV konkursie Stowarzyszenia Inżynierów i Techników Przemysłu Spożywczego.

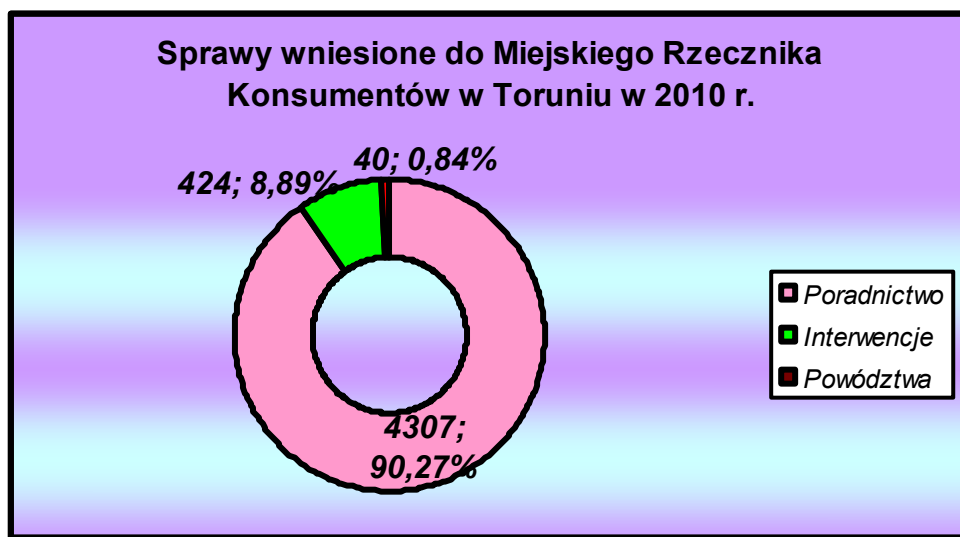
W listopadzie rzecznik przeprowadził akcję edukacyjną w toruńskich szkołach – w tym w ramach Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości 2010 w ramach projektu „Otwarta Firma”. Łącznie w szkoleniu wzięło udział ok. 120 uczniów szkół ponadgimnazjalnych.

W zakresie działań profilaktycznych, mających na celu ochronę interesów konsumentów, Miejski Rzecznik Konsumentów, korzystając ze swoich uprawnień, wystąpił w 4 przypadkach (w roku 2008 – w 4, w 2009 – w 9 przypadkach) do Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w sprawie naruszania zbiorowych interesów konsumentów. Dotyczyły one spraw związanych z stosowaniem niedozwolonych klauzul w umowach w zakresie: bankowości (2), nauki języków obcych, regulaminu parkingu. Wszystkie zostały uznane za zasadne. W przypadku regulaminu parkingu sprawa została przekazana do rozpatrzenia przez Sąd Okręgowy w Warszawie w pozostałych wszczęto postępowania w zakresie naruszania zbiorowych spraw konsumentów.

Rzecznik informował również za pośrednictwem poczty elektronicznej toruńskich przedsiębiorców, a także media o podejmowanych decyzjach Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów np. w sprawie ustanowienia klauzul abuzywnych, w celu sprawdzenia przez nich, czy nie znajdują się w ich umowach (uczelnie wyższe). Stosowanie klauzul niedozwolonych skutkować bowiem mogło nie tylko uciążliwościami dla ich klientów, ale również karami finansowymi dla przedsiębiorców. W swojej praktyce często zdarza się, że rzecznik udziela porad z zakresu obowiązującego prawa przedsiębiorcom np. w sprawach dotyczących reklamowania towarów i usług, podnosząc ich wiedzę z tej dziedziny, a jednocześnie zmniejszając niedogodności dla konsumentów w wyniku prawidłowego stosowania prawa.

REALIZACJA ZADAŃ W 2010 R.

W roku 2010 ogółem wniesiono do Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Toruniu 4771 spraw, z czego 4307 dotyczyło porad i informacji, 424 – interwencji u przedsiębiorców, a także przygotowano 40 powództw na rzecz konsumentów.



Porady i informacje

Udzielanie bezpłatnych porad i informacji konsumentom jest podstawowym zadaniem rzecznika konsumentów. Pomoc konsumentom w tym zakresie odbywa się drogą telefoniczną, internetową bądź w bezpośrednich rozmowach i kontaktach z zgłaszającymi się interesantami. Po rozpoznaniu wnoszonych spraw, przekazywane są zainteresowanym obowiązujące regulacje prawne i możliwości ich wykorzystania, podejmowane są rozmowy i mediacje z przedsiębiorcami, a także opracowywane reklamacje lub odwołania.

Rzecznik dokonał analizy wnoszonych spraw zgodnie z wzorcem sprawozdawczym ustalonym przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, pomijając te kwestie, które nie wystąpiły w Toruniu (zał. 1).

Największą ilość stanowią zapytania i udzielone porady oraz informacje dot. **umów sprzedaży**; zgłoszono ich 2235, co stanowi 51,89 % (w 2009 r. - 52,5 %) ogółu wniesionych spraw. W dalszej kolejności odnotowano zapytania dotyczące **umów usług** – 1198 tj. 27,82 % (w 2009 r. - 26.6 %), **informacji prawnych** – 595 tj. 13,81 % (w 2009 r.- 15,7 %) oraz 279 spraw dot. **umów zawartych poza lokalem sprzedawcy** lub na odległość tj. 6,48 % (w 2009 r. - 5,5 %). Najczęściej spotykanymi trudnościami przez konsumentów w kontaktach ze sprzedawcami to przede wszystkim: brak zgodności towaru z umową i sposób załatwiania reklamacji.

Z zestawienia wynika, że najwięcej spraw w zakresie umów sprzedaży dotyczyło obuwia 663, sprzętu AGD i RTV 315, telefonów 224, odzieży 195, sprzętu komputerowego 169, mebli oraz okien i drzwi. Towary reklamowane są zwykle z powodu niskiej ich jakości i były nierzadko reklamowane kilkakrotnie. Dotyczy to przede wszystkim obuwia, telefonów oraz sprzętu komputerowego. W przypadku sprzętu AGD i RTV, a także komputerowego, zwykle reklamujący kupowali sprzęt w sieci dużych sklepów i tam występowały największe problemy z reklamacjami, które nie były najczęściej uznawane jako zasadne, często z łamaniem obowiązującego prawa. Kolejnym problemem z jakimi spotykali się kupujący, to przede wszystkim odmowa uznania reklamacji za uzasadnioną na podstawie opinii punktów serwisowych producentów. W tym przypadku, w wyniku nieznaności swoich praw, kupujący byli kierowani przez sprzedawców do punktów serwisowych, a więc następowało wyłączenie odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu niezgodności towaru z umową. Kupujący

wchodzili natomiast w relacje z gwarantem z tytułu gwarancji, a więc na warunkach ustalonych przez nich samych. Mimo, że kupujący żądali rozpatrzenia reklamacji z tytułu niezgodności towaru z umową, sprzedawcy *de facto* zmuszali ich do korzystania z innego prawa – gwarancji.. Kolejną bolączką klientów były odległe terminy realizacji napraw towarów, a także brak informacji ze strony sprzedawcy o przysługujących kupującym prawach. Wielokrotnie też kupujący musieli korzystać z usług rzeczoznawców w celu udowodnienia sprzedawcy istnienia niezgodności w dniu wydania towaru.

W zakresie usług najwięcej spraw dotyczyło telekomunikacji (przede wszystkim telefonia komórkowa i internet) 366 na 1198 zgłoszonych (30,55 %). Wśród interwencji u rzecznika najczęściej spotykano się z niemożnością rozwiązania umów bez wysokich opłat, mimo braku świadczenia usług przez operatorów telekomunikacyjnych, złe naliczenia należności, uchylania się sprzedawców usług telekomunikacyjnych od odpowiedzialności za wadliwy sprzęt (umowy sprzedaży sprzętu) sprzedawany w ramach promocji i związania poprzez to klienta z operatorem. Należy tu podnieść sprawę wprowadzających w błąd promocji i podawanie niepełnych informacji lub oferowanie innych usług niż podpisano w umowie. W zakresie internetu reklamowano brak zasięgu mimo oświadczeń o jego istnieniu przez operatorów oraz jakości usług internetowych.

Drugimi w kolejności usługami, które były najczęściej reklamowane to usługi bankowe 184 przypadki tj. 15,36 % ogółu porad dotyczących usług. Klienci najczęściej reklamowali nieudzielenie pełnych informacji skutkujące obciążeniami finansowymi, złe naliczanie, a także żądanie nienależnych zapłat. Wiele spraw dotyczyło kredytów na sprzedaż ratalną, gdzie zawile zapisy umów prowadziły do ich niedotrzymywania przez klientów. Część konsumentów przychodziła do rzecznika po porady związane z wpadnięciem przez nich w pętlę zadłużeniową oraz dotyczące możliwości restrukturyzacji pobranych kredytów i pożyczek. Wiąże się to z nową sytuacją gospodarczą (światowym kryzysem gospodarczym) oraz bardziej agresywnymi działaniami banków w zakresie pozyskania klienta.

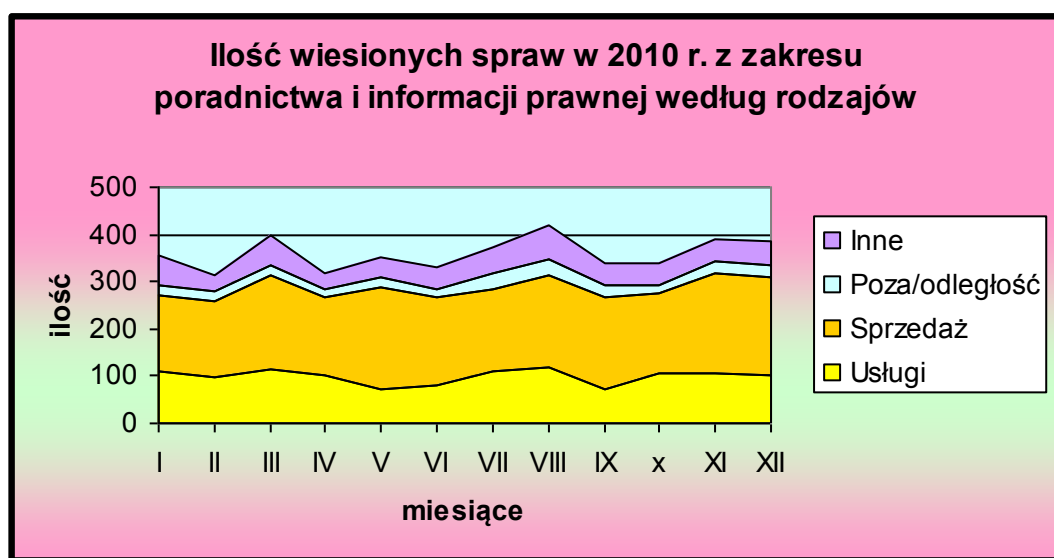
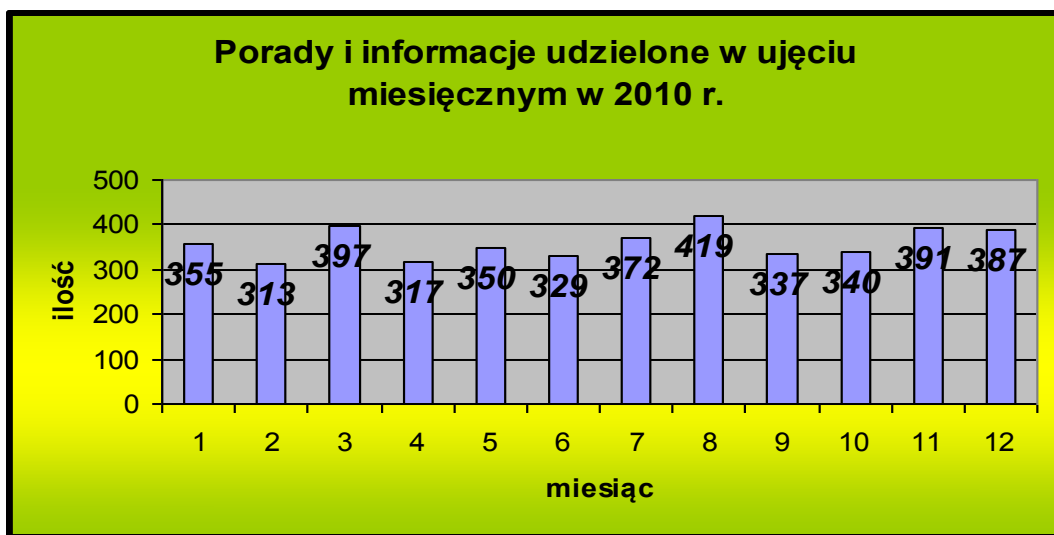
Jako niepokojące uznać można występowanie dużej ilości spraw związanych z usługami finansowymi, przede wszystkim w zakresie udzielania pożyczek przez firmy parabankowe, których klienci najczęściej nie otrzymywali ponosząc wysokie straty finansowe – 111 przypadków (9,27 % ogółu usług), a także sprawy ubezpieczeniowe (99 przypadków tj. 8,26 % ogółu usług). Konsumenci wskazywali na bezradność wobec firm ubezpieczeniowych

w zakresie wywiązywania się z ich obowiązków: długotrwałe załatwianie spraw, zaniżanie wartości szkód, żądanie nienależnych opłat np. po rezygnacji z ubezpieczyciela.

Odnotowuje się wzrost porad w zakresie korzystania z usług turystycznych i hotelarskich (59 przypadków tj. 4,92 %) oraz mediów, w tym szczególnie w spółdzielniach mieszkaniowych i wspólnotach (62 przypadki tj. odpowiednio 5,18 %). W zakresie usług remontowo-budowlanych (34 przypadki – 2,84 %) reklamowano złą jakość wykonania, niekończenie rozpoczętych usług lub przewlekłe ich prowadzenie. Podobne problemy zgłaszano w usługach motoryzacyjnych (45 przypadków – 3,76 %).

W usługach bankowych, ubezpieczeniowych, telekomunikacyjnych, developerskich, czy turystycznych znaczną część udzielonych porad dotyczyła stosowania przez firmy w umowach klauzul niedozwolonych (abuzywnych). Wiele wnoszonych spraw dotyczyło nierzetelnej, wprowadzającej w błąd reklamy oraz udzielanych informacji, na podstawie której podejmowano decyzje zakupu usług.

Interesującym jest rozkład czasu wpływu do rzecznika spraw wnoszonych przez interesantów w zakresie porad i udzielonych informacji. Obrazuje to funkcjonowanie rzecznika w 2010 r. Widać wzrost napływu ilości spraw w związku z podejmowanymi przez rzecznika akcji informacyjnych i edukacyjnych w miesiącu marcu (Światowy Dzień Konsumenta) oraz po wakacjach letnich (akcje edukacyjne w szkołach). W pozostałych miesiącach rozkład napływu spraw jest ukształtowany mniej więcej na tym samym poziomie. Pokazują to poniższe wykresy:

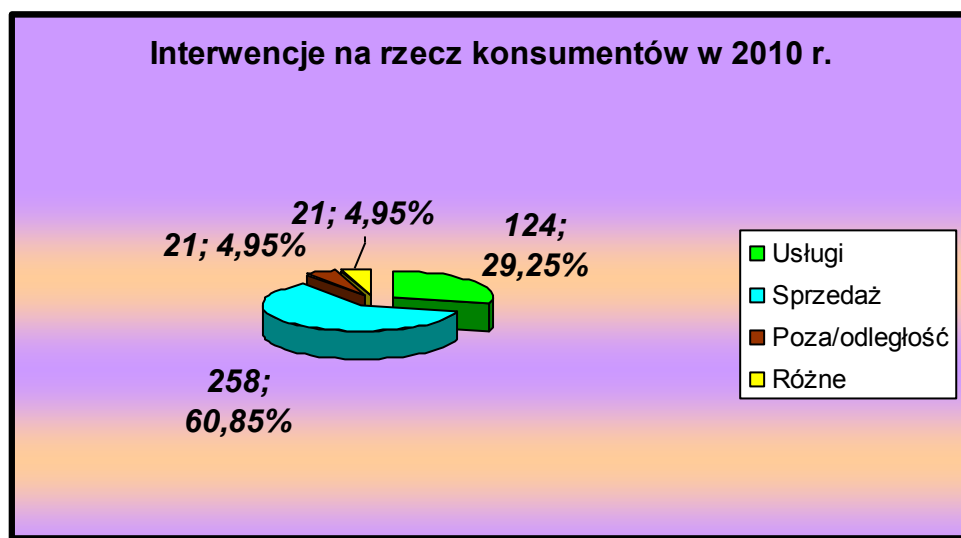


Wynika z nich, że po okresie wakacyjnym ilość spraw ustabilizowała się na wysokim poziomie ponad 300 miesięcznie (bez interwencji, sprzedaży na odległość i poza siedzibą przedsiębiorcy, a także wystąpieniami do sądów). Szczególnie duże wzrosty udzielania porad i informacji miały także miejsce w okresach po informacjach rzecznika w miejscowej prasie i telewizji odnośnie problemów konsumenckich.

Interwencje i wystąpienia

W wyniku rozpoznanych spraw rzecznik podjął w 2010 roku 424 interwencje i wystąpień do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw konsumentów. Wśród interwencji i wystąpień 258 dotyczyło spraw z zakresu umów sprzedaży tj. 60,83 %, 124 umów usług – 29,25 %, 21 – umów zawartych poza lokalem tj. 4,95 % oraz innych wystąpień w sprawach

różnych 21 – 4,95 %. Struktura jakościowa jest prawie identyczna z udzielonymi poradami i informacjami. Obrazuje to poniższy wykres:



Spośród interwencji dotyczących **umów sprzedaży** najczęściej dotyczyło obuwia - 106 wystąpień (45,74 % ogółu w zakresie sprzedaży), sprzętu AGD i RTV - 26 wystąpień (odpowiednio 13,95 %), natomiast w zakresie **usług** – telefonii komórkowej 36 (29,03 % ogółu w grupie usług), bankowych 17 (odpowiednio 13,71 %).

W zakresie reklamacji obuwia najczęściej występowały sprawy związane z brakiem reakcji sprzedawcy na wystąpienia klienta, nieuznawanie reklamacji z związku z jakością obuwia, nieinformowania kupujących o właściwościach obuwia sportowego skutkującego codziennym używaniem obuwia, a nie w określonych warunkach (np. na hali sportowej). Częstym powodem wystąpień rzecznika była jakość telefonów otrzymywanych w promocjach. Z tego powodu klienci byli zobowiązani do płacenia abonamentów mimo nie posiadania możliwości komunikowania się ze względu na brak telefonu oddawanego do reklamacji. Nie mogli też odstąpić od umowy ze względu na wysokie opłaty karne z tego tytułu. Zwrócić tutaj trzeba uwagę, że w przypadku napraw gwarancyjnych serwisy nierzadko odmawiały napraw bezpłatnych sugerując, że uszkodzenia nastąpiły z winy użytkownika, co zwykle jest trudne dla klienta do udowodnienia.

W usługach turystycznych przede wszystkim reklamowano niezgodne z umową zakwaterowanie w hotelach o niższym standardzie, wyliczanie okresu pobytu i zmniejszanie

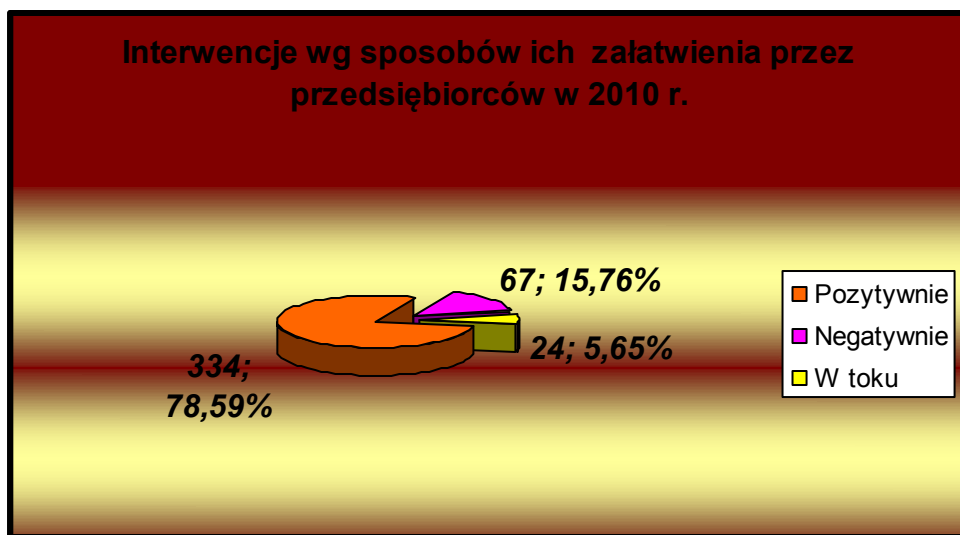
w związku z tym ilości świadczeń. W usługach przewozowych dominowały sprawy związane z nieterminową dostawą przesyłek, bądź ich zaginięciem lub zniszczeniem.

Ilość wystąpień Miejskiego Rzecznika Konsumentów w sprawach związanych z zakupami na odległość oraz poza siedzibą przedsiębiorcy w 2010 r. wyniosła 21 (4,95 % ogółu interwencji). Niemniej jednak obserwuje się wzrost popularności zakupów w tym trybie i związaną z tym nasilającą się agresywną sprzedażą poza siedzibą przedsiębiorcy (prezentacje, sprzedaż okrężna, akwizycja w domach klientów) oraz na odległość (oferty telefoniczne, internetowe). W tym zakresie wskazuje się brak udzielania pełnych informacji o sprzedawanych towarach i usługach, przedstawianie nieprawdziwych ofert (rozmowa o jednej ofercie, a przekazywanie do podpisania umowy na inną szczególnie w zakresie umów telekomunikacyjnych), nieinformowanie o możliwości odstąpienia od umowy w ciągu 10 dni i utrudnianie odstąpienia, niewywiązywanie się umów (niedostarczanie towarów lub przesyłanie innych, słaba jakość towarów), niedotrzymywanie terminów. Często też utrudniony był kontakt klientów z tymi przedsiębiorcami, gdyż podane adresy i numery telefonów były nieaktualne lub nieprawdziwe.

Wśród spraw różnych, w których w 2010 r. interweniowano również w 21 przypadkach (4,95 % ogółu interwencji) uwzględniono te, które nie mieszczą się w ustanowionych wzorach i dotyczą np. spraw spółdzielczych, wspólnot mieszkaniowych, towarów spożywczych, a także gdy nie dotyczyły określonego towaru, a zachowań naruszających interesy konsumenckie, np. udzielenia informacji, reklamy, a także skarg.

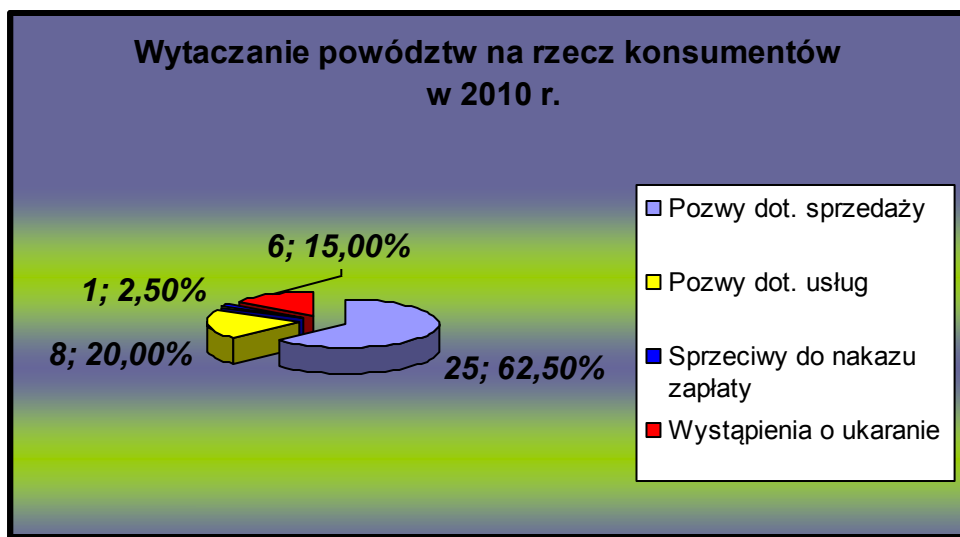
Nie odnotowano potrzeby interwencji w takich sprawach jak usługi medyczne, dostarczania mediów, sprzętu medycznego, zabawek, biżuterii.

Na 424 sprawy, w których interweniowano w 2010 r. zostało załatwione z rezultatem pomyślnym dla kupującego 334 tj. 78,77 % (w roku 2009 - 77,10 %), negatywnie – 67 spraw tj. 15,80 % (w 2009 r. -18,42 %), a 24 sprawy tj. 5,66 (w 2009 r. - 4,47 %) jest w toku załatwiania (zał. 2). Świadczy to o skuteczności wystąpień i interwencji rzecznika.



Dochodzenie roszczeń konsumentów na drodze sądowej

W 2010 r. Miejski Rzecznik Konsumentów nie był stroną i nie reprezentował konsumentów przed sądami. Natomiast przygotował wystąpienia do sądu w 40 sprawach (o 12 więcej niż w 2009 r.), w tym 25 dotyczących reklamacji niezgodności towaru z umową, 8 nienależytego wykonania usług. W przypadku uporczywego uchylania się od odpowiedzi, rzecznik skorzystał z możliwości wnioskowania do sądu i policji o ukaranie przedsiębiorcy karą przewidzianą w art. 42 ust. 4 w związku z art. 114 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów w 6 przypadkach. W jednym przypadku, gdy sprawa rozpatrywana była bezpośrednio z wniosku rzecznika – przedsiębiorca został ukarany karą grzywny. Pozostałe wniesione za pomocą policji (w różnych miejscowościach) posiadamy informację o skierowaniu do sądu wniosków w sprawie o wykroczenie w 3 przypadkach. Strukturę tychże spraw obrazuje zał. 3 i poniższy wykres.



Powództwo sądowe następuje zwykle w przypadkach szczególnie drastycznych spraw, w których przedsiębiorca nie chce podporządkować się przepisom prawa (nie uwzględnia ekspertyz rzeczoznawców, nie odpowiada na reklamacje kupującego, wystąpienia rzecznika, nie realizuje zobowiązań umownych, bądź je ogranicza w sposób niekorzystny dla konsumenta). Często doprowadzenie do powództwa sądowego wkalkulowane jest w działalność operacyjną przedsiębiorcy (np. ubezpieczyciela, banku, telekomunikacji). Wiele osób rezygnuje z tej drogi, stąd ryzyko dla przedsiębiorcy jest niewielkie, a przy tym nie łamie stosowanych przez siebie zasad postępowania z klientami (np. nie zgadza się na wypowiedzenie umowy, odstąpienie od kar umownych itp.), co przynosi mu określone korzyści. Stąd rolą Rzecznika jest dogłębne, wnikliwe zbadanie wnoszonych spraw oraz doradztwo kupującemu. Pomoc w przygotowaniu pozwu lub bezpośrednio powództwo poprzedzone jest postępowaniem interwencyjnym mającym na celu polubowne załatwienie sprawy.

Z uwagi na koszty oraz czasochłonność spraw sądowych Rzecznik stara się uzyskać pozytywny rezultat dla konsumenta poprzez częstsze mediacje i interwencje u przedsiębiorców. Realizuje to poprzez wystąpienia pisemne, rozmowy telefoniczne, osobiste wizyty u przedsiębiorców, a także wspomagane ekspertyzami rzeczoznawców.

WSPÓLDZIAŁANIE Z INSTYTUCJAMI I ORGANIZACJAMI DZIAŁAJĄCYMI NA RZECZ KONSUMENTA

Do zadań rzecznika konsumentów należy współdziałanie z instytucjami i organizacjami konsumenckimi. Zadanie to Miejski Rzecznik Konsumentów realizował poprzez kontakty z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w tym z delegaturą w Bydgoszczy, Państwową Inspekcją Handlową, Federacją Konsumentów, Stowarzyszeniem Konsumentów Polskich, Bankowym Arbitrażem Konsumenckim, Europejskim Centrum Konsumenckim, Rzecznikiem Ubezpieczonych, Urzędem Komunikacji Elektronicznej. Istotną rolę w bieżącym przekazywaniu sobie informacji, trendów i problemów odgrywa współdziałanie rzeczników konsumentów z różnych miast. Dzięki temu wymieniono informacje o nieuczciwych instytucjach, sprawach wnoszonych do rzeczników obejmujących znaczne obszary kraju, czy o stosowaniu niedozwolonych praktyk. Pomocnym w tym zakresie jest wydawnictwo Stowarzyszenia Konsumentów Polskich - Biuletyn kwartalny, liczne informacje uzyskiwane z UOKiK. Szereg wydawnictw ulotnych kolportowanych było w ub.r. do sprzedawców, szkół, instytucji związanych z obsługą konsumencką (banki, towarzystwa ubezpieczeniowe).

PODSUMOWANIE

Działalność Rzecznika cieszy się coraz większą popularnością u mieszkańców Torunia. Świadczy o tym zwiększająca się liczba mieszkańców kontaktująca się z rzecznikiem. W wyniku prowadzonej różnymi sposobami edukacji w tym zakresie, obserwuje się coraz większą znajomość praw przez konsumentów, aczkolwiek w dalszym ciągu jest ona niska a problemem staje się nieznanomość tychże praw przez przedsiębiorców.

Zwiększenie się ilości spraw o 17,83 % w stosunku do 2009 r. (z 4049 w 2009 r. do 4771 w 2010 r.) można tłumaczyć podjęciem, na skalę możliwości rzecznika, działań informacyjnych poprzez środki masowego przekazu, a więc szerszym dotarciem do konsumenta. Z tej też przyczyny, rzecznik staje się bardziej dostępny dla mieszkańców, którzy uzyskują informację o tym, że taka instytucja funkcjonuje i wspiera konsumentów w rozwiązywaniu ich problemów.

W roku sprawozdawczym podejmowano się też, na podstawie jednostkowych sygnałów, formułowania zjawisk mających charakter zbiorowego naruszania praw konsumentów. Dotyczy to przede wszystkim agresywnych technik oddziaływania na konsumenta, wprowadzania do obrotu handlowego towarów niebezpiecznych dla zdrowia mieszkańców (szczególnie dzieci), stosowania wzorców umów z klauzulami abuzywnymi przez takie instytucje jak banki, towarzystwa ubezpieczeniowe, instytucje finansowe, czy developerów, przedsiębiorców budowlanych i świadczących usługi przewozowe. Szczególną uwagę zwracano na działalność instytucji parabankowych, posługującymi się nieuczciwymi metodami pozyskiwania klientów, czy wręcz ich oszukującymi. Mimo zakazu funkcjonowania tzw. systemu argentyńskiego, firmy, których działalność się na nim opierała, zmieniając nieco zasady i dostosowując je do obowiązującego prawa, w dalszym ciągu funkcjonują. Rzecznik kilkakrotnie ostrzegał o tym za pośrednictwem lokalnej prasy.

Kolejną sprawą jaką rzecznik szczególnie uwypuklał w 2010 r. m.in. w prasie i radiu to sprzedaż na odległość oraz poza siedzibą przedsiębiorcy, w związku z rosnącą liczbą niezadowolonych klientów, słabą ich orientacją o przysługujących prawach, a także agresywną i nierzetelną inwazją agentów i pośredników, których celem jest ilość

pozyskanych klientów. Stosowane przy tym metody, nie tylko są nieetyczne, ale często przestępcze. Stąd pomysł współpracy z spółdzielniami mieszkaniowymi w tym zakresie.

Miejski Rzecznik Konsumentów zdaje sobie sprawę z tego, iż skuteczna i aktywna działalność rzecznika sprzyja dobremu wizerunkowi miasta, jako przyjaznego mieszkańcom, podejmującego ich problemy. Powyższe znajduje potwierdzenie w licznych podziękowaniach składanych przez konsumentów osobiście, telefonicznie i pisemnie. Istotną zatem sprawą jest umiejętne i cierpliwe wnikanie w treść spraw oraz spełnianie oczekiwań poszkodowanych, a także podejmowanie konsekwentnych działań mających na celu zniechęcanie sprzedawców i usługobiorców do zachowań antykonsumenckich.

Tabela nr 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawne w zakresie ochrony konsumentów – struktura udzielanych porad:

Przedmiot sprawy	Rodzaj udzielonej porady			Ogółem
	telefoniczna	osobista	pisemna	
I. Usługi, w tym:	738	415	45	1198
bankowe	132	45	7	184
inne finansowe	66	42	3	111
ubezpieczeniowe	61	36	2	99
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	9	10	1	20
telekomunikacja (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, internet, TV kablowa)	215	132	19	366
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	41	18	3	62
motoryzacyjne (serwis)	28	16	1	45
turystyczne i hotelarskie	31	26	2	59
pralnicze	17	10	-	27
remontowo – budowlane (montaż okien, drzwi i inne)	21	12	1	34
pocztowe (przesyłki, przewozy)	39	14	2	55
medyczne	9	4	-	13
developerskie	26	16	1	43
usługi rzemieślnicze (krawieckie, szewskie, stolarskie, fryzjerskie), naprawy pogwarancyjne	43	34	3	80
II. Umowy sprzedaży, w tym:	1414	752	69	2235
sprzęt RTV i AGD	184	121	10	315
odzież	145	44	6	195
obuwie, wyroby kaletnicze	403	248	12	663
samochody i akcesoria	108	36	5	149
telefony	132	89	3	224
meble	135	53	5	193
sprzęt komputerowy	97	67	5	169
wyposażenie wnętrz	54	19	4	77
sprzęt ogrodniczy	10	5	2	17
sprzęt medyczny	8	3	1	12
zegarki, biżuteria, okulary, zabawki	32	17	4	53
sprzęt sportowy	21	6	3	30
artykuły i materiały budowlane	24	13	2	39
okna, drzwi	61	31	7	99
III. Umowy poza lokalem i na odległość	171	93	15	279
IV. Informacje prawne	422	167	6	595
OGÓŁEM	2745	1427	135	4307

Tabela nr 2: Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony praw interesów konsumentów:

Przedmiot sprawy	Ogółem ilość wystąpień	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
I. Usługi ogółem, w tym:	124	100	19	5
bankowe	17	14	2	1
ubezpieczeniowe	10	7	2	1
inne finansowe	17	14	3	-
deweloperskie	3	2	1	-
telekomunikacyjne (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, internet, TV kablowa)	36	29	5	2
motoryzacyjne (serwis)	4	4	-	-
turystyczne i hotelarskie	13	10	2	1
pralnicze	5	4	1	-
remontowo budowlane	4	4	-	-
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	2	2	-	-
przesyłki, przewozy, sprzedaż wysyłkowa	4	3	1	-
rzemiosło	5	4	1	-
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	4	3	1	-
II. Umowy sprzedaży ogółem, w tym:	258	203	41	14
sprzęt AGD, RTV (cyfrowe aparaty fotograficzne)	26	21	3	2
odzież	21	17	3	1
obuwie, wyroby kaletnicze	106	81	17	8
samochody i akcesoria	10	8	2	-
artykuły i materiały budowlane	14	11	3	-
telefony	31	24	6	1
meble	15	13	1	1
komputery	28	22	5	1
sprzęt sportowy i ogrodniczy	7	6	1	-
III. Umowy poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość	21	16	4	1
IV. Różne	21	15	3	4
O G Ó Ł E M	424			

Tabela nr 3: Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów.

lp.	Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		Sprawy w toku	Ilość powództw ogółem
		pozytywne (np. uwzględniające żądanie w zasadniczej części)	negatywne		
1.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	15	3	7	25
2.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług	6	1	1	8
3.	Przygotowanie sprzeciwu od nakazu zapłaty (sprawa bankowa)	1	-	-	1
4.	Wystąpienia Miejskiego Rzecznika Konsumentów do sądu o ukaranie przedsiębiorcy karą grzywny	1	-	5	6
	Ilość spraw sądowych ogółem	23	4	13	40

/-/