

Załącznik do uchwały nr.....
Rady Miasta Lublin z dnia.....

Miejski Rzecznik Konsumentów
w Lublinie

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

z działalności

Miejskiego Rzecznika Konsumentów
w Lublinie

za 2007 rok

Spis treści

	Str.
I. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów.....	3
II. Zadania Miejskiego Rzecznika Konsumentów i ich realizacja w 2005 r.	4
1. Zapewnianie bezpłatnego poradnictwa i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	4
2. Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawach o ochronę praw i interesów ekonomicznych konsumentów.....	6
3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie do toczących się postępowań.....	12
4. Edukacja konsumencka, współdziałanie z mediami.....	14
5. Współdziałanie z innymi instytucjami realizującymi zadania z zakresu ochrony praw konsumentów.....	15
III. Zakończenie	17

I. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Rzecznik realizuje zadania własne powiatu grodzkiego w zakresie ochrony interesów konsumentów oraz szeroko pojętej edukacji konsumenckiej. Kompetencje i zadania szczegółowo określa art. 42 Ustawy z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Do zadań rzecznika konsumentów należy:

- 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 i przepisach odrębnych

Zakres ustawowy upoważnia rzecznika do podejmowania działań doradczych i procesowych na rzecz konsumentów. Nie zostały przewidziane żadne uprawnienia kontrolne wobec działających na rynku przedsiębiorców.

Przewidziane ustawą zadania w zakresie ochrony interesów konsumentów rzecznik sprawuje samodzielnie, biorąc za nie pełną odpowiedzialność prawną

Rzecznik wykonuje swoje zadania za pomocą Biura, które jest wyodrębnioną jednostką w strukturze organizacyjnej Urzędu Miasta Lublin. W opracowanym dla jednostki regulaminie przewidziano docelowo trzy stanowiska pracownicze.

W 2007 roku stan zatrudnienia nie uległ jednak zmianie i pozostają zatrudnione tylko dwie osoby.

II. Zadania Miejskiego Rzecznika Konsumentów

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

Porady prawne i pomoc są udzielane w ramach umówionych spotkań w siedzibie Rzecznika, za pomocą Internetu oraz w ramach porad telefonicznych. Tą drogą udzielono **2687 porad i informacji**.

Najczęściej zadawane przez konsumentów i przedsiębiorców pytania dotyczyły:

- możliwości dokonywania zwrotów towarów niechcianych, lub źle wybranych
- procedur zgłaszania reklamacji wad i niezgodności zakupionych towarów
- różnic między niezgodnością towaru konsumpcyjnego z umową a gwarancją
- sposobów składania reklamacji u sprzedawcy
- terminów dochodzenia praw konsumentów
- terminów, w których przedsiębiorcy winni załatwiać reklamacje
- prawnych możliwości dochodzenia roszczeń w przypadku nie załatwienia reklamacji przez sprzedawcę
- możliwości reklamacji usług i umów o dzieło
- inne

Porady telefoniczne miały na celu ukierunkowanie konsumentów w ich samodzielnych działaniach. Jednocześnie wskazywano dalszą drogę postępowania jeżeli profesjonalista lekceważył problem konsumenta.

Pomoc udzielana bezpośrednio w Biurze Miejskiego Rzecznika Konsumentów obejmowała poradnictwo i informację w zakresie ochrony konsumentów. Polegała na analizie stanu faktycznego przedstawionego przez zainteresowanego i wskazania sposobu dochodzenia praw konsumentów. Porady obejmowały zarówno bardzo skomplikowane stany prawne choćby projekty umów kredytowych z bankami, o zakup lokalu mieszkalnego z developerami ale również sprawy mniejszej wagi chociaż dla osób zgłaszających się istotne. W skali roku do naszego Biura trafiło ponad **1700 osób**, którym udzielono pomocy prawnej. W ramach porady przygotowywano projekty pism konsumentów, odwołań, pism procesowych, wniosków do Polubownego Sądu Konsumentów.

Zainteresowani otrzymywali ulotki informujące o obowiązujących przepisach prawnych.

W przypadkach niemożności samodzielnego załatwienia problemu przez konsumenta, proponowaliśmy przedstawienie zagadnienia wraz z dokumentami źródłowymi w celu dalszej pomocy prawnej.

ZESTAWIENIE STATYSTYCZNE UDZIELONYCH PORAD

Miesiąc	Osoby zgłaszające się do Biura	Porady telefoniczne
Styczeń	140	225
Luty	132	145
Marzec	152	220
Kwiecień	138	255
Maj	145	245
Czerwiec	147	230
Lipiec	152	240
Sierpień	140	231
Wrzesień	131	230
Październik	129	249
Listopad	157	240
Grudzień	142	177
Razem	1705	2687

2. Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawach o ochronę praw i interesów ekonomicznych konsumentów.

Realizowana w tej formie pomoc prawna jest najbardziej czasochłonna ale i przynosi wymierne efekty.

Wystąpienie w imieniu i na rzecz konsumenta do przedsiębiorcy wymaga zgromadzenia odpowiednich dokumentów i oświadczeń, przygotowania wystąpienia, a także w wielu przypadkach kontynuowania korespondencji w przypadkach niezgodności stanowisk .

Interwencje pisemne, z jakimi zwracał się rzecznik dotyczyły zarówno spraw jednostkowych gdzie naruszenie prawa lub interesu nastąpiło wobec jednego konsumenta, jak również spraw, w których naruszono prawa grup konsumenckich.

W 2007 roku wpłynęło 787 skarg konsumenckich wymagających wystąpień i interwencji.

Najczęściej dotyczyły:

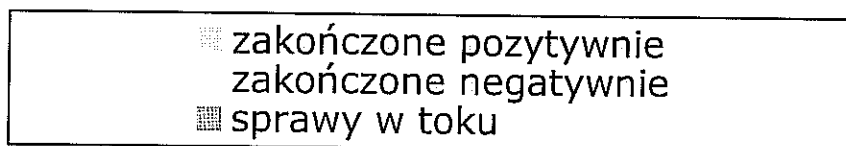
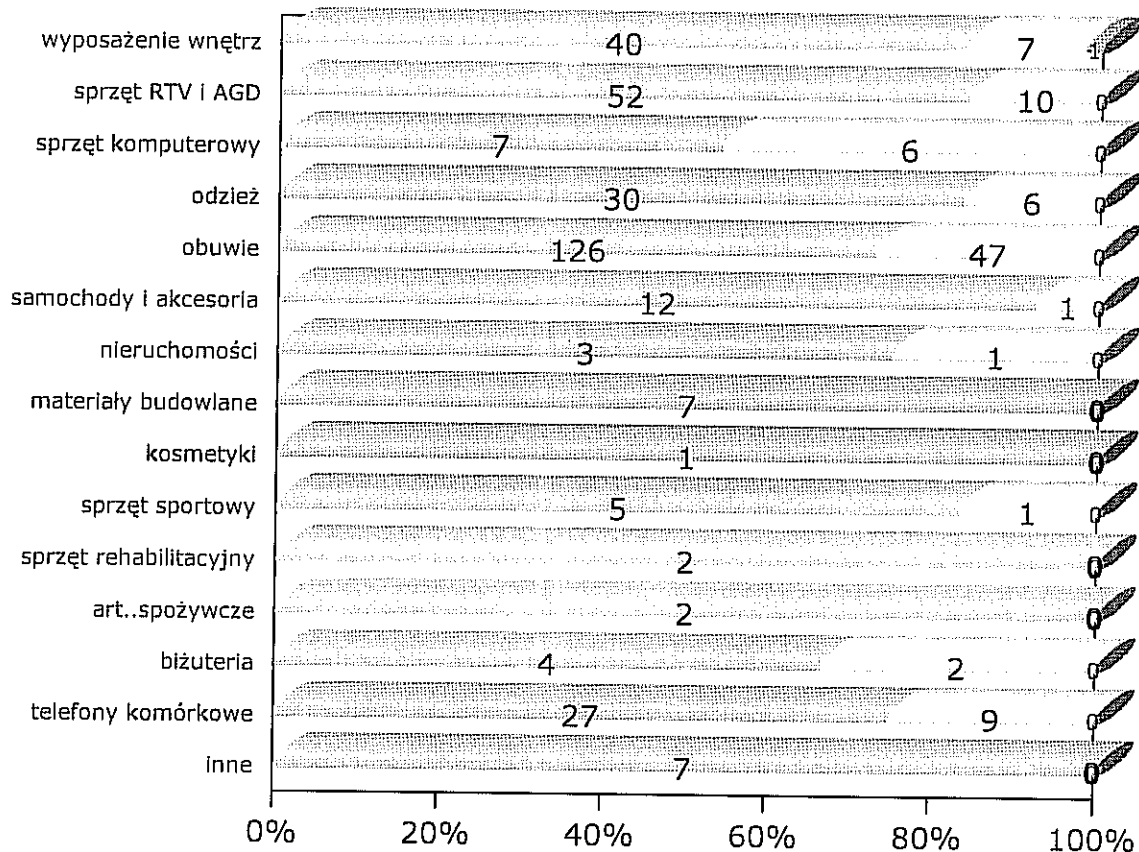
- nienależytego wykonywania usług
- nie wykonania lub nienależytego wykonania umów sprzedaży oraz umów o dzieło
- nie uznania zasadnych reklamacji z tytułu wad towarów oraz niezgodności towaru z umową
- reklamacji usług bankowych i finansowych
- bezprawnego naliczania odstępnego i kar umownych z tytułu nie wywiązania się z umowy,
- nie uznania odstąpień przy umowach zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorcy.

Większość wystąpień miała charakter mediacyjny. Po przedstawieniu stanu faktycznego i odpowiadającym temu stanowi przepisom prawnym proponowano przedsiębiorcom zweryfikowanie swojego stanowiska i załatwienie sprawy zgodnie z obowiązującymi przepisami.

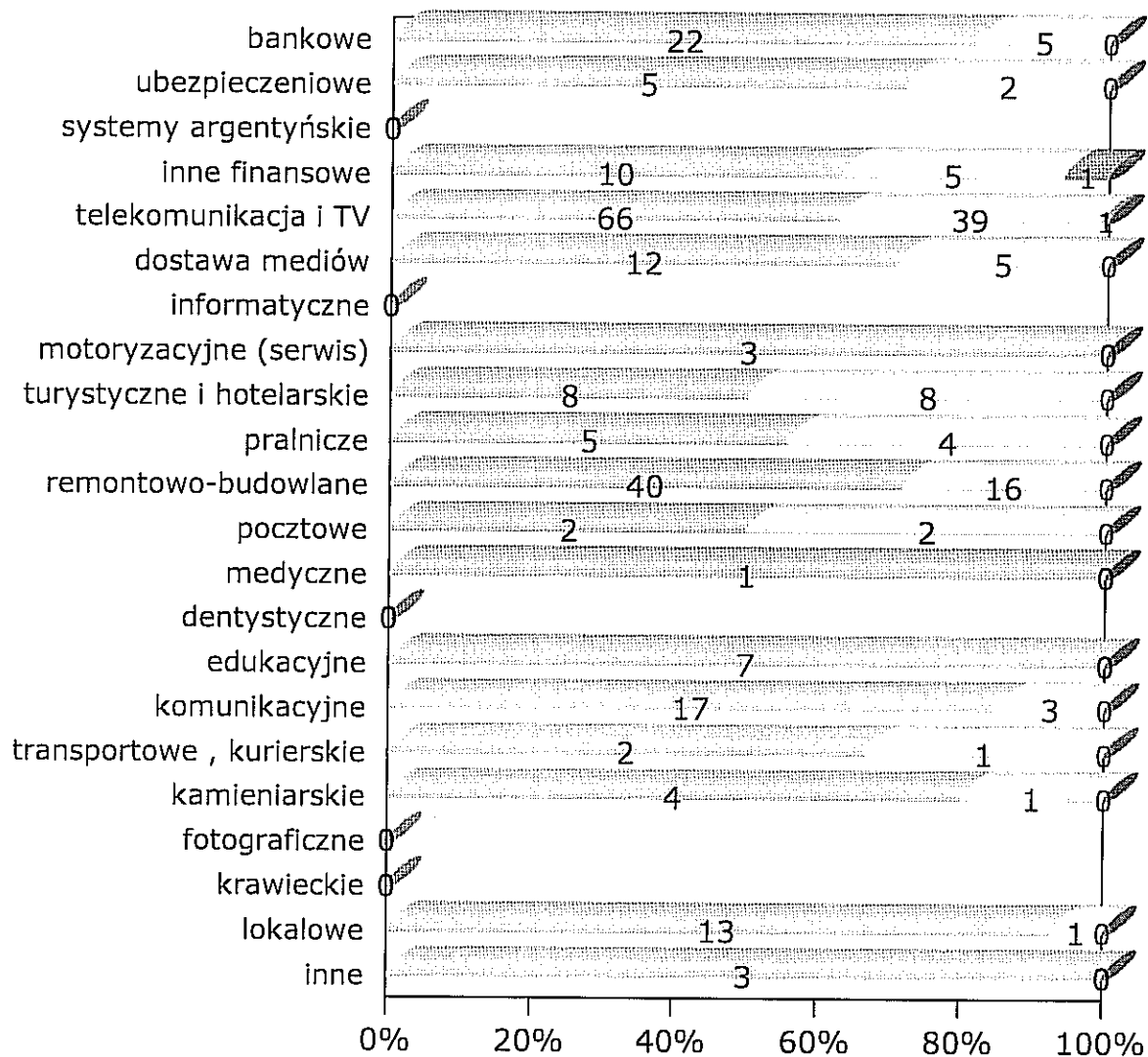
Zaprezentowane poniżej w formie tabelarycznej wystąpienia rzecznika do przedsiębiorców odnoszą się do pisemnych skarg

konsumentów. Klasyfikacji dokonano pod kątem przedmiotu umowy pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą z uwzględnieniem skuteczności.

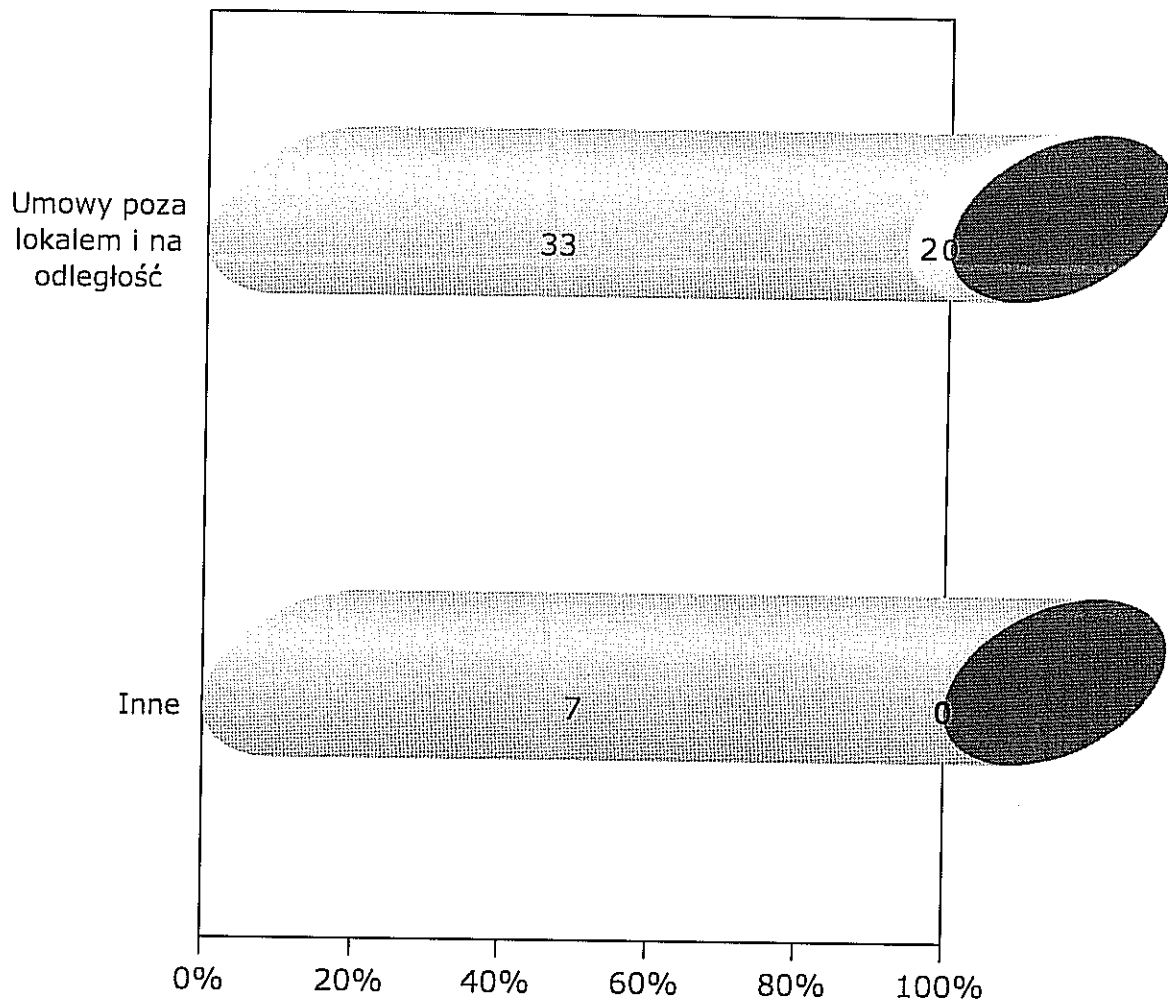
Umowy sprzedaży



Usługi



zakończony pozytywnie
 zakończony negatywnie
 sprawy w toku



zakończony pozytywnie
 zakończony negatywnie
 ■ sprawy w toku

Porównując tego rodzaju zestawienia z ubiegłorocznym oraz z lat poprzednich zauważa się znaczny wzrost spraw.

Podobnie jak w roku ubiegłym dużą ilość skarg odnotowujemy w dziedzinie usług telekomunikacyjnych. W tym obrębie znajdują się zarówno sprawy z zakresu telefonii stacjonarnej i komórkowej ale również kabłówki, dostaw internetu, dostępu do programów z platform cyfrowych. Odnotowujemy duży odsetek spraw zakończonych zgodnie z oczekiwaniami konsumentów. Oznacza to, że roszczenia wyrażane w skargach są uzasadnione. Zwykle dotyczą zawyżonych rachunków, przerw w dostępie do usług, stosowania w umowach klauzul o niekorzystnym dla klientów brzmieniu. Jednym z sukcesów w tej dziedzinie było wycofanie się przez jednego z operatorów kabłówki z niedozwolonych zapisów w umowach promocyjnych. Dzięki interwencji rzecznika konsumenci mogą na korzystnych zasadach rozwiązać umowę lub korzystać z usług przez kolejne 12 miesięcy po promocyjnych cenach.

Obuwie nadal stanowi największą grupę spraw wymagających wystąpień. Mimo wielu komentarzy związanych tym segmentem rynku, świadomość kupujących pozostaje nadal znikoma. Konsumenci nie zwracają uwagi na kraj pochodzenia towaru, na jego cechy użytkowe. Kierują się modą i ceną. Masowy zalew naszego rynku obuwem z Chin i innych krajów Azji powoduje, że jego cena jest odpowiednio niższa ale jakość pozostawia dużo do życzenia. Cena hurtowa tego obuwia jak wynika z doniesień specjalistów rynkowych jest niska. Konsumenci płacą natomiast cenę tylko nieznacznie niższą w stosunku do obuwia polskiego. Spodziewają się więc odpowiednio dobrej jakości a przede wszystkim wytrzymałości. Często okazuje się, że towar ten nie nadaje się do użytku i ulega zużyciu po bardzo krótkim czasie. To budzi niezadowolenie klientów. Jak wynika ze skarg w chwili zakupu nie otrzymali informacji o kraju pochodzenia towaru a nawet o surowcach z których obuwie zostało wyprodukowane mimo, że takich informacji sprzedawcy powinni udzielać. Oczekiwania klientów są rozbieżne z jakością towaru stąd duża ilość spraw spornych.

W ostatnim roku odnotowaliśmy wzrost spraw związanych z zakupami poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość. Szczególnie umowy zawierane w sklepach internetowych podniosły tę statystykę. Wzrost ilości spraw spornych jest powiązany z intensywnym rozwojem i szerokim dostępem do usług internetowych. Coraz większą grupę zwolenników mają zakupy dokonywane w sklepach internetowych. Niestety i w tej dziedzinie na konsumentów czyhają pułapki. Są związane

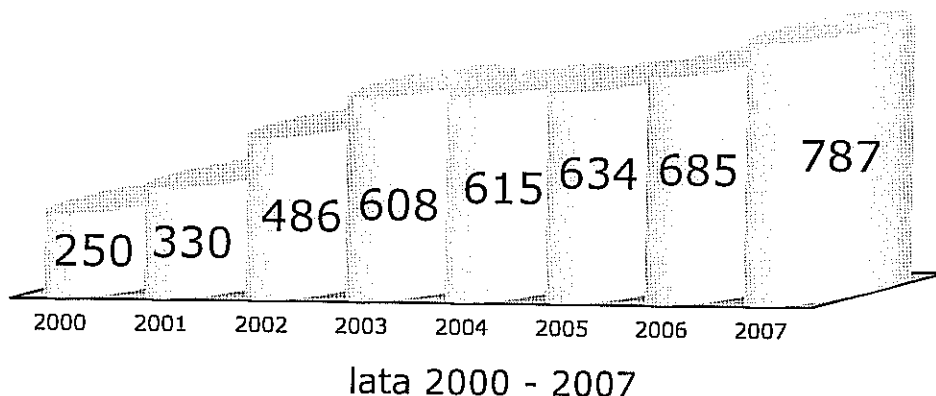
z niesolidnością dostawców, nie respektowaniem uprawnień konsumenta do zwrotu towaru, odmową uwzględnienia reklamacji. Tak jak tradycyjne sklepy mają swoją specyfikę i konsument musi wykazać się rozwagą w podejmowaniu decyzji tak również sklepy internetowe wymagają od konsumenta ostrożności i rozsądku. W wielu przypadkach zbyt pochopnie dokonana transakcja była przyczyną skarg konsumenckich i niemożności wyegzekwowania roszczeń. Ta dziedzina wymaga większej dbałości o ochronę swoich dóbr majątkowych (ochrona kart kredytowych, jeżeli są nimi dokonywane płatności) ale i osobistych w postaci ochrony danych osobowych. Niestety nawet osoby o wysokiej wiedzy specjalistycznej z dziedziny informatyzacji i telekomunikacji dość nierozważnie dokonują transakcji w sieci.

Podobnie jak w roku ubiegłym na wysokim poziomie utrzymuje się liczba skarg dotyczących usług remontowo-budowlanych. Spowodowane jest to niewątpliwie wzrostem zapotrzebowania na usługi a jednocześnie brakami siły fachowej. W trakcie negocjacji zauważa się, że do branży wkraczają osoby o niskich kwalifikacjach ale z bardzo wysokimi oczekiwaniami finansowymi. Efekt ich pracy stanowi przedmiot reklamacji bowiem nie odpowiada wygórowanej cenie jaką płacili konsumenci.

Z niepokojem zaobserwowano znaczny wzrost spraw związanych z zakupem artykułów do wyposażenia wnętrza w postaci mebli jak również wykonywanej pod zamówienia indywidualne zabudowy. Zakupy tego rodzaju stanowią duże obciążenie domowego budżetu. Konsumenci oczekują wysokiej jakości towaru służącego rodzinom przez kilka lat. Wraz z zamówieniem zabudowy wnętrza oczekują, że

prace będą wykonywane szybko, solidnie na wysokim poziomie. Z reguły są to zamówienia, których wartość przekracza 5000 zł. Nie zawsze jednak na równie wysokim poziomie jak cena jest jakość wykonanej zabudowy. Przedmiotem wielu wystąpień rzecznika była nieterminowość w wykonywaniu usług. Planowane prace albo nie rozpoczynano zgodnie z terminem albo wykonawca opóźniał się z zakończeniem dzieła. Zarówno pierwsza jak i druga sytuacja wiąże się z niedogodnościami w życiu codziennym konsumentów. Sprawy z reguły miały bardzo silny aspekt emocjonalny. Utrudnione funkcjonowanie w życiu codziennym budziło u konsumentów uzasadnione pretensje.

Liczba spraw wymagających pisemnych wystąpień



W roku 2007 odnotowaliśmy kolejny znaczny wzrost liczby skarg wymagających wystąpień i interwencji. Niestety skromna obsada Biura jest znacznie za niska w porównaniu z potrzebami i oczekiwaniami mieszkańców. Wydłuża się również czas zajmowania się sprawą. Od chwili jej wpłynięcia do rozpoczęcia mediacji czy przygotowania wystąpienia upływa prawie miesiąc. Tak długie oczekiwanie powoduje pewne zniecierpliwienie skarżących a nawet rezygnację z dalszej współpracy w sprawie. Oczekują oni nie tylko kompetentnej pomocy ale również szybkiego działania. Zdarza się bowiem, że po takim czasie wystąpienie staje się bezprzedmiotowym

3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie do toczących się postępowań.

Stosownie do art. 63³ Kodeksu postępowania cywilnego, w sprawach o ochronę interesów konsumentów rzecznik może wytaczać powództwa na rzecz obywateli, a także wstępować do toczącego się postępowania w każdym jego stadium, za zgodą powoda. W takich sprawach do rzecznika stosuje się odpowiednie przepisy o Prokuraturze.

W 2007 roku rzecznik wstąpił do 10 postępowań cywilnych wytoczonych przez samych konsumentów. Większość toczyących się sporów dotyczyła typowych problemów konsumenckich. Były to spory o odstąpienie od zawartej umowy, o zapłatę z powodu wad rzeczy sprzedanej lub niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, o odszkodowanie z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania usługi.

Zakończono również postępowanie o stosowanie niedozwolonych postanowień umownych przeciwko Dominet Bank SA. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie przychylił się do stanowiska rzecznika i nakazał wykreślenie niedozwolonych postanowień z regulaminu lokat.

W ramach prowadzonej pomocy prawnej rzecznik przygotował 30 pozwów, które następnie konsumenci samodzielnie wnieśli do sądu. Większość z nich dotyczyła roszczenia o zapłatę w ramach niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową jak również nienależytego wykonania umów o dzieło. Kilka spraw dotyczyło zwrotu wniesionej zaliczki lub zadatku.

Coraz istotniejszym staje się pomoc konsumentom w zagadnieniach procesowych gdzie to konsument jest pozwany. Instrumentem prawnym w udowadnianiu racji konsumentów są sprzeciwy od pozwów wytaczanych przez przedsiębiorców. Z roku na rok ta forma pomocy prawnej wymaga coraz większego zaangażowania. Przedsiębiorcy wytaczają powództwa oczekując zapłaty nie zawsze należnych zobowiązań. Konsumenci nie mają środków na wynajęcie profesjonalnego pełnomocnika procesowego, oczekują aktywnej pomocy od rzecznika. Najczęściej sprawy dotyczą roszczeń z umów kredytowych i pożyczek w SKOK, kar umownych za zerwanie programów lojalnościowych u operatorów usług telekomunikacyjnych, opłat za rzekomo nielegalny pobór energii i gazu. Procesy te są trudne a rzecznik często musi bazować na skromnych dowodach. Nie mniej szczególną satysfakcję przynoszą wygrane w takich sprawach. Często bowiem nie suma o którą wystąpił bank czy dostawca mediów była ważna ale naruszenie dobrego imienia. Konsumenci nie mogli bowiem pogodzić się z faktem, że przedsiębiorca posądził ich o zaległości w opłatach czy nielegalny pobór energii czy gazu. Dla tych osób dobre imię i miano uczciwego klienta były celem samym w sobie w toczonych procesach.

WYKAZ SPRAW SĄDOWYCH ZA 2007 ROK

Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		
	pozytywnie	negatywnie	w toku
Powództwa dotyczące reklamacji towarów użytkowych	4	1	2
Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania umów	3		
Niedozwolone klauzule umowne	1		
Razem	8	1	2

4. Edukacja konsumencka, współdziałanie z mediami.

Rozwój rynku, jego poszczególnych dziedzin z jednej strony a zarazem wdrażanie nowych rozwiązań prawnych odpowiadających ochronie konsumenta wymaga aby opinia publiczna a w szczególności sami zainteresowani pogłębiali świadomość konsumencką. Realizując to zadanie staramy się dotrzeć w miarę możliwości do jak najszerszego grona konsumentów. Przekazujemy wiedzę w zakresie praw i obowiązków konsumenta w ramach poradnictwa indywidualnego. Najważniejszą jest jednak edukacja skierowana do większego grona konsumentów. Realizowano ją udzielając porad na łamach prasy lokalnej, lokalnego radia oraz w audycjach telewizyjnych. Ta forma edukacji daje możliwości dotarcia do szerokiego kręgu odbiorców. Jest więc niezwykle pożyteczna w sytuacji, gdy zmiany przepisów prawa są częste i dotyczą ogółu społeczeństwa.

Cele jakie przyświecały w trakcie kontaktów z mediami to:

- szerzenie informacji o prawach konsumenta oraz
- przestrzeganie konsumentów przed pojawiającymi się niekorzystnymi zjawiskami na rynku.

Udzielano również praktycznych wskazówek, jak w danej sytuacji powinien postępować świadomy konsument.

Dziennikarze naszych lokalnych mediów wielokrotnie zwracali się z prośbą o komentarz do przedstawionych przez radiosłuchaczy i czytelników problemów. Współpraca przynosiła również efekty w postaci szybkiego załatwiania sprawy konsumenckiej zgodnie z naszymi sugestiami i uzasadnionym żądaniem konsumentów.

Niewątpliwie najskuteczniejszą metodą na polepszenie świadomości konsumenckiej jest wprowadzenie i skuteczne przekazanie wiedzy na ten temat w ramach edukacji szkolnej. Dobre przygotowanie teoretyczne, znajomość przysługujących praw umożliwi aktywne uczestnictwo w transakcjach na rynku następnym pokoleniom konsumentów. Ta forma edukacji konsumenckiej, mimo że spotyka się z zainteresowaniem wśród pedagogów i młodzieży, ze względów obiektywnych jest realizowana w niewystarczającym stopniu. Ograniczona liczba etatów w Biurze i konieczność osobistego uczestniczenia w takich zajęciach są niezwykle trudne do pogodzenia.

Pojawiły się już podręczniki edukacji konsumenckiej współfinansowane przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Docierają do nauczycieli, którzy mogą realizować program na lekcjach przedsiębiorczości, WOS. W ramach europejskiego programu Comenius 3-Socrates od 2004 roku realizowany jest projekt edukacji konsumenckiej. Grono uczestników tego projektu z roku na rok powiększa się. Na bazie doświadczeń uczestników tego projektu również powstało szereg publikacji dostępnych dla nauczycieli.

Niewątpliwie prowadzone przy współpracy UOKiK kampanie społeczne przyczyniają się do wzrostu świadomości konsumenckiej wśród dzieci i młodzieży. Świadczy o tym również fakt, że wśród osób poszukujących pomocy prawnej coraz częściej są osoby w wieku szkolnym. Mają świadomość, że naruszono ich uprawnienia i wiedzą gdzie należy poszukiwać pomocy prawnej. Są to pozytywne efekty prowadzonej dotychczas edukacji tak bezpośrednio w szkołach jak i na łamach prasy, radia czy telewizji.

5. Współdziałanie z innymi instytucjami realizującymi zadania z zakresu ochrony praw konsumentów.

Jak już wspomniano ochrona konsumentów jest stosunkowo nową dziedziną prawa. Podlega bardzo dynamicznemu rozwojowi.

Odpowiedzialnymi za realizację zadań w zakresie ochrony konsumenta obok samorządu powiatowego są organy rządowe oraz organizacje społeczne, których celem statutowym jest działalność na rzecz konsumentów. Z uwagi na zbieżne zadania i cele kontynuowano współpracę z wymienionymi poniżej organami i organizacjami.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Współpraca z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów polega przede wszystkim na powiadamianiu o naruszeniach zasad konkurencji i stosowaniu przez przedsiębiorców niedozwolonych praktyk rynkowych. Korzystamy a zarazem rozprawdzamy wśród konsumentów różne publikacje i ulotki wydawanych przez Urząd. Rzecznik otrzymuje materiały edukacyjne które następnie są rozprawdane w szkołach i przedszkolach. W 2007 roku zostały rozesłane kolorowanki dla przedszkolaków, komiksy dla uczniów szkół podstawowych oraz podręczniki dla gimnazjalistów i licealistów w ramach kontynuacji kampanii „ Moje konsumenckie ABC” Miejski Rzecznik Konsumentów w Lublinie jest jednym z dziewięciu członków Krajowej Rady Rzeczników Konsumentów. Rada stanowi organ opiniodawczy przy Prezesie UOKiK.

Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Lublinie

Nawiązana w poprzednich latach współpraca z Inspekcją Handlową w Lublinie polega na wzajemnym informowaniu się o niekorzystnych zjawiskach rynkowych na terenie Lublina. Zwracamy się z informacjami o konieczności przeprowadzenia kontroli u przedsiębiorców uporczywie naruszających obowiązujące przepisy prawa. 21 marca 2007 roku w ramach współpracy pracownicy Biura zostali wpisani na listę arbitrów Polubownego Sądu Konsumentckiego.

Współpraca z innymi organami oraz organizacjami pozarządowymi

Utrzymujemy ścisłe kontakty z innymi rzecznikami konsumentów województwa lubelskiego oraz z całej Polski. Systematycznie odbywają się spotkania z powiatowymi rzecznikami konsumentów, przedstawicielami Inspekcji Handlowej oraz pracownikami UOKiK w ramach praktycznych warsztatów, szkoleń i konferencji. Spotkania te mają na celu wypracowanie pewnych wspólnych metod działania, wymianę doświadczeń, ujednoczenie stanowisk w zakresie prawa

konsumenckiego. Przynoszą one ogromne korzyści wszystkim uczestnikom, dlatego ich kontynuacja jest niezwykle istotna. Utrzymujemy ścisłą współpracę ze Stowarzyszeniem Konsumentów Polskich. Ta organizacja pozarządowa o charakterze eksperckim wielokrotnie wspierała swoim doświadczeniem i wiedzą w różnych sprawach prowadzonych w naszym Biurze. Swoją wiedzę przekazywano w ramach szkoleń i konferencji finansowanych tak ze środków unijnych jak i budżetowych przekazywanych przez UOKiK.

W 2007 roku nawiązano współpracę z kolejną organizacją pozarządową „**Polska Zielona Sieć**” Wspólnie organizowaliśmy wśród dzieci i młodzieży konkurs plastyczny „Co młody konsument wiedzieć powinien”

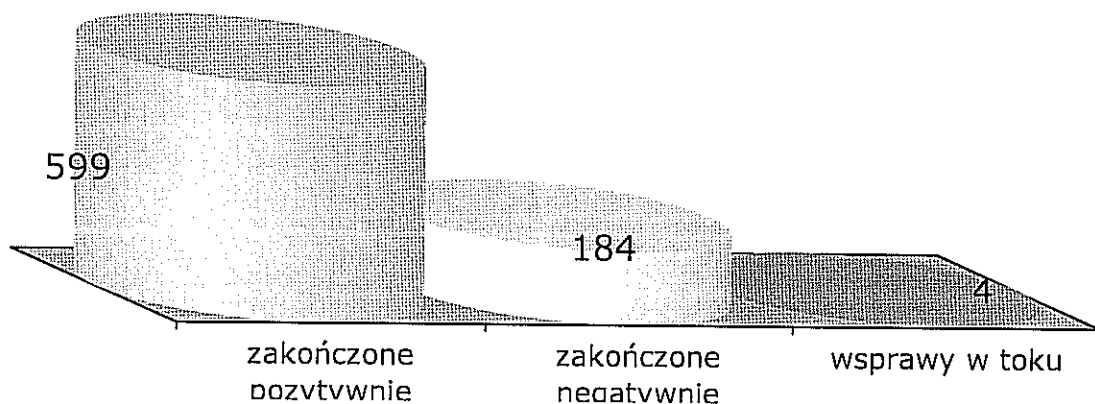
Kontynuowano w miarę potrzeb współpracę z **Urzędem Regulacji Energetyki**. W połowie roku prowadzono akcje informacyjne związane z możliwością zawierania umów o dostawę energii od innych dostawców aniżeli właściciel sieci znajdującej się na terenie Lublina.

Podjęmowano rozmowy w poszczególnych indywidualnych sprawach konsumenckich również z **Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Rzecznikiem Ubezpieczonych** oraz Bankowym **Arbitrem Konsumenckim**.

III. Zakończenie

Biuro Miejskiego rzecznika Konsumentów w Lublinie prowadzi działalność doradczą, informacyjną i edukacyjną. Mieszkańcy trafnie kierują swoje sprawy do rzecznika, chętnie korzystają z pomocy prawnej. Równocześnie daje się zauważyć wzrost świadomości konsumenckiej. Instytucja rzecznika konsumentów zyskała popularność również dzięki kampanii „Nie daj się oskubać - idź do rzecznika„. Akcja była finansowana przez UOKiK i polegała na umieszczeniu billboardów na terenie Lublina. Dobry odbiór poradnictwa konsumenckiego zyskujemy przy wydatnej pomocy lokalnych mediów. Konsumenci na bieżąco byli informowani o zmieniającym się ustawodawstwie i skutkach tych zmian w naszym codziennym życiu.

Utrzymujący się na wysokim poziomie wskaźnik pozytywnie zakończonych sporów jest dowodem, że racje i argumenty przedstawiane przedsiębiorcom są zasadne i przekonujące.



zakończone pozytywnie
 zakończone negatywnie
 sprawy w toku

Ilość wystąpień ogółem	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
787	599	184	4

Ogólna skuteczność wystąpień rzecznika za rok 2007 :

76.11 %

Niestety, niektóre problemy, mimo bardzo intensywnej pracy, pojawiają się nadal. Wielokrotne wystąpienia, apele mające na celu przestrzeganie konsumentów przed zbyt pochopnym podpisywaniem umów nie przynoszą rezultatów. Nadal trafiają do rzecznika osoby które podejmowały się zadań przekraczających ich możliwości finansowe a także osoby, które bardziej zawierzają reklamie i obiegowym pogłoskom aniżeli treści podpisanych umów.

Niezwykle ważnym w dalszej pracy jednostki jest wzmocnienie kadrowe Biura. Dwuosobowa obsada jest daleko niewystarczająca dla potrzeb i oczekiwań mieszkańców. Równie istotnym problemem jest zmiana siedziby Biura. Lokalizacja na II piętrze, bez windy stanowi utrudnienie dla osób starszych i niepełnosprawnych. Mam nadzieję, że rok bieżący będzie przełomowym i uda nam się zmienić lokal na bardziej przyjazny wszystkim konsumentom.

Lidia Baran Ćwirta
Miejski Rzecznik Konsumentów