

**Uchwała Nr 737/XXX/2005  
Rady Miasta Lublin  
z dn. 28 kwietnia 2005 r.**

**w sprawie zatwierdzenia sprawozdania z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów za 2004r.**

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt. 15 ustawy z dn. 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (j.t. Dz. U. z 2001r. Nr 142, poz. 1591 z późn. zmianami) w związku z art. 92 ust. 1 pkt. 1 i ust. 2 ustawy z dnia 5 czerwca 1998r. o samorządzie powiatowym (j.t. Dz. U. z 2001r. Nr 142, poz. 1592 z późn. zmianami) oraz art. 38 ust. 1 ustawy z dn. 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2000 r. Nr 122, poz. 1319 z późn. zmianami) – Rada Miasta w Lublinie uchwała, co następuje:

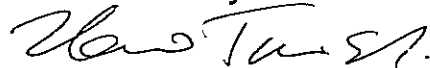
**§ 1.**

**Zatwierdza się sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Lublinie za 2004 r.**

**§ 2.**

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

*Przewodniczący  
Rady Miasta*



*Zbigniew Targoński*

Załącznik  
do uchwały Nr 737/XXX/2005  
Rady Miasta Lublin  
z dnia 28 kwietnia 2005 r.

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 2004 rok**

Lublin, 30 marca 2005 r.

## Spis treści

	Str.
I. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów .....	3
II. Zadania Miejskiego Rzecznika Konsumentów i ich realizacja w 2002 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.....	5
3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie do toczących się postępowań.....	8
4. Edukacja konsumencka, współpraca z mediami.....	9
5. Współdziałanie z innymi organami i organizacjami społecznymi .....	10
III. Zakończenie .....	12

## **I. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów .**

Celem działania miejskiego rzecznika konsumentów jest ochrona interesów konsumentów oraz szeroko pojęta edukacja konsumentencka. Rzecznik jest osobą realizującą zadania własne powiatu. Kompetencje szczegółowo określa art. 37 ustawy z 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepisy te ustalają iż do zadań rzecznika konsumentów należy:

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumentenckiego 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 konsumentenckimi.

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

Ustawowe zadania rzecznik wykonuje za pomocą utworzonego Biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów. Biuro jest wyodrębnioną jednostką w strukturze organizacyjnej Urzędu Miasta Lublin . W opracowanym dla jednostki regulaminie przewidziano docelowo trzy stanowiska pracownicze.

W Biurze w roku 2004 zatrudnione były dwie osoby, to jest miejski rzecznik konsumentów oraz inspektor do spraw merytoryczno-organizacyjnych. Kwalifikacje zawodowe zatrudnionych osób są zgodne z wymaganiami nałożonymi przez przepisy szczególne. Dodatkowo z własnej inicjatywy i na własny koszt zostały rozszerzone o Podyplomowe Studia Prawa Konkurencji i Ochrony Konsumentów na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie. Posiadane wykształcenie wyższe prawnicze oraz szereg dodatkowych umiejętności umożliwiają profesjonalne wykonywanie nałożonych zadań. Pomocą w sprawnej pracy Biura służyli stażyści delegowani przez Miejski Urząd Pracy. System półrocznych staży nie do końca się jednak sprawdzał. Przeszkolenie stażysty zajmowało przeciętnie od 1 do 2 miesięcy.

pozytywne efekty szkolenia są widoczne tuż przed zakończeniem stażu. Zatrudnieni na okres stażu absolwenci posiadają wiedzę prawniczą, którą mogą pogłębiać, jednocześnie zdobywając doświadczenie i umiejętności niezbędne w dalszej pracy zawodowej.

Należy nadmienić, że strukturę Biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów tworzono od początku. Wcześniej żaden wydział lub inna

jednostka organizacyjna Urzędu Miejskiego nie realizowała tego typu lub podobnych zadań.

## **II. Zadania Miejskiego Rzecznika Konsumentów i ich realizacja w 2004 roku**

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

Zgodnie z ustawową definicją za konsumenta uważa się osobę, która zawiera umowę z przedsiębiorcą w celu nie związanym z działalnością gospodarczą. Kierując się tą definicją, udzielane były porady i informacje prawne przez miejskiego rzecznika konsumentów i pracowników Biura. Warunkiem istotnym, który również w czasie udzielania porad był brany pod uwagę, to miejsce zamieszkania konsumenta. Nie miało i nie ma znaczenia miejsce zawarcia umowy oraz siedziba przedsiębiorcy. Podejmowane negocjacje na rzecz konsumentów rozszerzano o dalszą współpracę z przedsiębiorcami. W niektórych dziedzinach udało się wypracować niepisany „kodeks dobrych praktyk kupieckich”. Te kontakty służyły i służą również wzajemnemu poznawaniu problemów jakie pojawiają się na naszym lokalnym rynku a także przekazywaniu pewnych niepokojących zjawisk dotyczących rynku.

Do dyspozycji konsumentów pozostawały dwa numery telefonów oraz e-mail. Tą drogą udzielono 2650 porad. Nie prowadzono szczegółowej ewidencji porad telefonicznych, jedynie statystykę ilościową.

Najczęściej pytania konsumentów dotyczyły:

- możliwości dokonywania zwrotów towarów niechciany, lub źle domierzonych przez konsumentów
- możliwości zgłaszania reklamacji wad towarów zakupionych
- różnic między niezgodnością towaru konsumpcyjnego z umową a gwarancją
- sposobów składania reklamacji u sprzedawcy
- terminów dochodzenia swoich praw
- 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 ukierunkowywały konsumentów w działaniach. Jednocześnie wskazywano dalszą drogę postępowania jeżeli profesjonalista lekceważy problem konsumenta.

Pomoc udzielana bezpośrednio w biurze Miejskiego Rzecznika Konsumentów również obejmowała poradnictwo i informację w zakresie ochrony konsumentów.

Tego typu pomoc polegała na analizie stanu faktycznego przedstawionego przez zainteresowanego i wskazania sposobu dochodzenia praw konsumenckich. Obejmowała przygotowanie pism do przedsiębiorców, pomoc w sporządzeniu reklamacji klientów oraz odwołań od nie uznanych reklamacji.

W tej grupie znalazły się również sprawy, w których rzecznik przygotowywał pisma procesowe dla konsumentów samodzielnie wnoszących spory na drogę sądową. W 2004 r. Udzielono 1820 porad bezpośrednio w Biurze rzecznika.

Ilość porad i informacji prawnych w porównaniu z rokiem ubiegłym nie wzrosła. Utrzymuje się na porównywalnym poziomie.

Niewątpliwie udzielana w tej formie pomoc podniosła poziom wiedzy konsumenckiej wśród mieszkańców Lublina, a także przyczyniła się do samodzielnej realizacji swoich uprawnień przez zainteresowanych.

W przypadkach niemożności samodzielnego załatwienia problemu przez konsumenta, proponowaliśmy przedstawienie zagadnienia wraz z dokumentami źródłowymi w celu dalszej pomocy prawnej. Zapotrzebowanie na porady prawne jest na tyle wysokie, iż nie pozwala na prowadzenie bieżącej płynnej pracy w innych niezwykle ważnych dziedzinach a przede wszystkim opóźnia interwencje i wystąpienia pisemne do przedsiębiorców.

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

Wystąpienia rzecznika do przedsiębiorców znajdują oparcie w art. 37 ust.4 Ustawy z dnia 15 grudnia 2000 o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten umożliwił skutecznie domaganie się od przedsiębiorców wyjaśnień i informacji w określonej sprawie.

Przepis ten od początku postulowany przez rzeczników, uniemożliwia przedsiębiorcom blokowanie sprawy, w której ten jest stroną i pozostawienia bez odpowiedzi wystąpienia rzecznika. Zmusza przedsiębiorcę do zajęcia stanowiska i ustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika.

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 stron umowy.

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 2004 roku 613 spraw wymagało podjęcia pisemnych interwencji i wystąpień do przedsiębiorców.

Najczęściej wystąpienia dotyczyły:

- niewykonania 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 niewywiązania się z umowy,
- niewłaściwego załatwienia reklamacji usług telekomunikacyjnych,
- 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.

W przypadkach gdy naruszenie przepisów prawa miało charakter nagminny i ewidentny, kierowano wystąpienia o charakterze wezwań do zaprzestania stosowania nieuczciwych lub niezgodnych z dobrymi obyczajami praktyk rynkowych.

Poniżej zaprezentowano w formie tabelarycznej wystąpienia rzecznika do przedsiębiorców. Klasyfikacji dokonano pod kątem przedmiotu umowy pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą.

Sposób załatwienia sprawy jako pozytywny oznacza, że mediacje przyniosły oczekiwany przez konsumenta skutek. Za negatywnie załatwioną sprawę uznaje się taką, w której mimo podjętych przez rzecznika interwencji lub mediacji przedsiębiorca nie spełnił żądań konsumenta. Nie rozgranicza się natomiast czy przyczyną negatywnego ustosunkowania się do roszczeń konsumenckich była ich niezasadność czy brak dobrej woli przedsiębiorcy do polubownego załatwienia sprawy.

Usługi ogółem, w tym :	pozytywnie	negatywnie
bankowe	9	2
finansowe	11	3
ubezpieczeniowe,	6	3
systemy argentyńskie,	18	14
telekomunikacyjne (operatorzy, TV kablowa), internet	77	32
dostawa energii (prąd, gaz, ciepło, woda), wywóz nieczystości	6	3

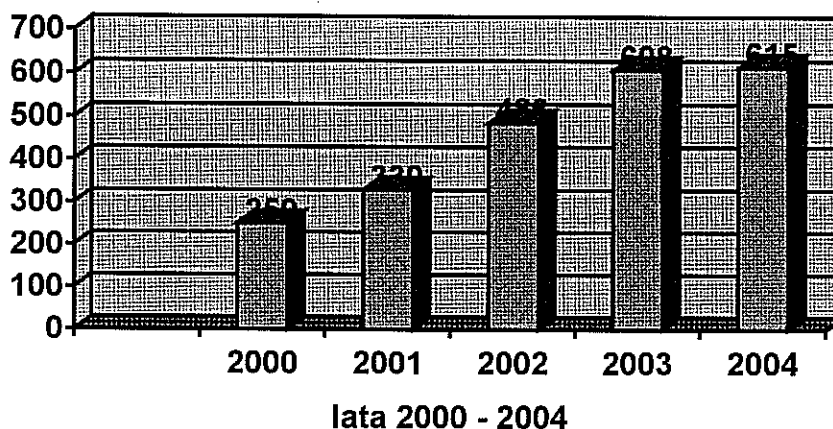
motoryzacyjne (serwis),	12	7
turystyczne i hotelarskie,	12	5
pralnicze, szewskie	11	1
remontowo budowlane,	32	8
Fryzjerskie i kosmetyczne	4	0
Fotograficzne, optyczne i zegarmistrzowskie	6	4
<b>II. Umowy sprzedaży ogółem, w tym :</b>		
wyposażenie wnętrz (meble, AGD, RTV, komputery, telefony, itp.),	61	22
odzież, dywany	14	2
obuwie,	85	26
samochody, rowery, wózki dziecięce	14	7
Żywność, alkohol, papierosy	7	
Okna, drzwi, art. budowlane	40	9
Inne (paliwo, leki, promocje, oznakowanie towarów, ochrona )	11	2
<b>Umowy najmu, TBS, Zarząd Nieruchomości Komunalnych</b>	7	3
<b>III. Umowy poza lokalem i na odległość</b>	11	1
<b>Umowy przewozu : MPK, PKS, PKP</b>	5	2
<b>W sumie</b>	459	156

### Porównanie struktury spraw w latach 2002 i 2003

Sposób zakończenia sprawy	2003rok	%	2004 rok	%
<b>Pozytywnie</b>	428	70,4	459	75
<b>Negatywnie</b>	178	29,3	156	25
<b>Razem</b>	608		615	



## Liczba spraw wymagających pisemnych wystąpień



Jak wynika z danych przedstawionych w powyższej tabeli odsetek spraw zakończonych pozytywnie dla konsumentów

### ***2. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie do toczących się postępowań.***

Stosownie do art. 63<sup>3</sup> 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 Prokuratorze, a w szczególności zapis o zwolnieniu od obowiązku uiszczenia kosztów sądowych.

Powyższe uprawnienia procesowe były wykorzystywane w wąskim zakresie.

Wytoczone powództwa dotyczyły spraw precedensowych oraz takich gdzie sprawa danego konsumenta była jednym z wielu naruszeń, jakich dopuszczał się przedsiębiorca.

Wygrany na rzecz konsumenta spór sądowy wywoływał pozytywny skutek także wobec innych konsumentów oraz dawał możliwość powoływania się na zapadły wyrok w sprawach przyszłych.

W roku 2004 miejski rzecznik konsumentów wystąpił w 21 procesach cywilnych

Większość toczących się sporów dotyczyła typowych problemów konsumenckich. Były to spory o odstąpienie od umowy z powodu wad rzeczy sprzedanej, niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, o odszkodowanie z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania usługi.

Większość sporów toczy się według uproszczonej procedury. Niestety ze względu na przeniesienia si

### *Wykaz spraw sądowych za 2004 rok*

Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		
	pozytywnie	negatywnie	w toku
Powództwa dotyczące reklamacji towarów użytkowych	8	1	10
Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania umów			11
Niedozwolone klauzule umowne			
Razem	8	1	21

### **3. Edukacja konsumencka, współdziałanie z mediami.**

Ustawą z 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów nałożono na powiaty obowiązek prowadzenia edukacji konsumentów. Odpowiedzialnym za realizację powyższego zadania jest powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów

Powyższe zadanie realizowano dwukierunkowo .

W ramach poradnictwa indywidualnego, wiedzę w zakresie praw i obowiązków przypisanych konsumentowi uzyskiwał każdy zainteresowany mieszkaniec Lublina .

Druga forma edukacji skierowana była do ogółu konsumentów. Realizowano ją udzielając porad na łamach prasy lokalnej, lokalnego radia oraz w wywiadach telewizji regionalnej. 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.

Zapoczątkowana w latach ubiegłych współpraca z lokalnymi mediami w roku 2004 układała się bardzo dobrze. Porady w sprawach konsumenckich

znalazły swój stały kącik na łamach Gazety Wyborczej, Kuriera Lubelskiego oraz w Dzienniku Wschodnim. Dziennikarze naszych lokalnych mediów 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 pozwoli w przyszłości skutecznie korzystać ze zdobytej wiedzy w życiu dorosłym. W tym celu kontynuowano nawiązaną w latach poprzednich współpracę z pedagogami i uczniami II LO, LO dla Młodzieży Niesłyszącej i Słabosłyszącej

Ta forma edukacji konsumenckiej, mimo że spotyka się z zainteresowaniem wśród pedagogów i młodzieży, ze względów obiektywnych jest w niewielkim stopniu realizowana. Ograniczona liczba etatów w Biurze i konieczność osobistego uczestniczenia w takich zajęciach są niezwykle trudne do pogodzenia.

Całe środowisko osób zajmujących się prawami konsumenckimi postuluje wprowadzenie jak najobszerniejszych bloków tematyki konsumenckiej w ramach zajęć z zakresu przedsiębiorczości lub wiedzy o społeczeństwie. Uważa się, że ten kierunek działalności tak miejskiego rzecznika konsumentów, jak i innych organów zajmujących się problematyką konkurencji i praw konsumentów powinien ulec zintensyfikowaniu i stać się priorytetem w latach następnych.

#### ***5. Współdziałanie z innymi instytucjami realizującymi zadanie 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 podjęto współpracę z wymienionymi poniżej organami i organizacjami.

#### **Współpraca z Wojewódzkim Inspektoratem Inspekcji Handlowej w Lublinie**

Nawiązana w poprzednich latach współpraca z Inspekcją Handlową w Lublinie układa się dobrze. Polega na wzajemnym informowaniu się o niekorzystnych zjawiskach rynkowych na terenie Lublina, powiadamianiu Inspekcji o konieczności przeprowadzenia kontroli u przedsiębiorców

uporczywie naruszających obowiązujące przepisy prawa, uzgadnianiu wspólnego stanowiska w interpretacji przepisów prawa. Informacje i wzajemna wymiana doświadczeń przybrała formę pisemną a w sprawach nie cierpiących zwłoki podejmowano tematy natychmiast.

### **Współpraca z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

Dobrze układa się również współpraca z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Polega ona przede wszystkim na powiadamianiu Urzędu o naruszeniach zasad konkurencji i stosowaniu przez przedsiębiorców niedozwolonych praktyk rynkowych. Miejski Rzecznik Konsumentów w Lublinie jest jednym z dziewięciu członków Krajowej Rady Rzeczników Konsumentów. Jest to organ opiniotwórczy stale współpracujący z Prezesem UOKiK. Do jego podstawowych zadań należy opiniowanie aktów prawnych z zakresu konkurencji i ochrony praw konsumentów.

### **Współpraca z innymi organami oraz organizacjami pozarządowymi**

Utrzymujemy ściśle 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. Spotkania te mają na celu wypracowanie pewnych wspólnych metod działania, wymianę doświadczeń, ujednoczenie stanowiska w zakresie zmian prawa konsumenckiego. Spotkania te przynoszą ogromne korzyści wszystkim uczestnikom, dlatego ich kontynuacja jest niezwykle istotna.

1. Podjęto współpracę z ogólnopolskimi organizacjami pozarządowymi działającymi na rzecz konsumentów oraz przedsiębiorców. Współpraca ta odbywa się w ramach Rady Do Spraw Dobrych Praktyk Gospodarczych (dawniej Rady Ochrony Konkurencji i Konsumentów). Członkami tegoż gremium są przedstawiciele próżnych branż, organizacje pozarządowe, wybitni naukowcy. Ma na celu wypracowanie kodeksów etyki lub kodeksów dobrych praktyk.

Kontynuowano w miarę potrzeb współpracę z Urzędem Regulacji Energetyki Urzędem Regulacji Telekomunikacji i Poczty i Rzecznikiem Ubezpieczonych oraz Bankowym Arbitrem Konsumentów.

### **III. Zakończenie**

Intensywna praca informacyjno-edukacyjna prowadzona od początku istnienia tej instytucji w Lublinie przynosi wymierne efekty. Mieszkańcy Lublina trafnie kierują swoje sprawy do rzecznika, chętnie korzystają z pomocy prawnej. Zdarzają się sytuacje w których rzecznik nie jest kompetentną instytucją ponieważ przedstawiane problemy należą do właściwości Rzecznika Praw Obywatelskich. Równocześnie daje się jednak zauważyć wzrost świadomości konsumenckiej. Niewątpliwie te pozytywne efekty osiągnięto

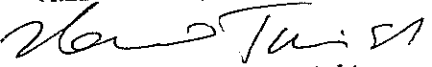
przy wydatnej pomocy lokalnych mediów. Konsumentom na bieżąco byli informowani o zmieniającym się ustawodawstwie i skutkach tych zmian w codziennym życiu każdego konsumenta.

Utrzymuje się na wysokim poziomie liczba pozytywnie zakończonych sporów. To dowód, że racje i argumenty przedstawiane przedsiębiorcom są zasadne i przekonujące. Nie bez znaczenia są również wiedza i doświadczenie w prowadzeniu rozmów negocjacyjnych. Niestety, niektóre problemy mimo bardzo intensywnej pracy pozostają nadal niezadowolone. Do takich porażek należy między innymi nadal duża liczba skarg na systemy argentyńskie. Mimo wielu wystąpień mających na celu przestrzeżenie konsumentów przed zbyt pochopnym podpisywaniem umów, nadal trafiają do rzecznika niedoszli pożyczkobiorcy. Mimo tak intensywnej pracy informacyjnej traktujemy jako porażkę fakt, że zdarzają się osoby, które bez przeczytania umowy wpłacają pieniądze licząc na szybką pożyczkę lub kredyt.

Sprawdziły się przewidywania dotyczące stosowania ustawy o sprzedaży konsumenckiej z 27 lipca 2002 r. Z jej zapisów nie są zadowoleni ani konsumenci ani sprzedawcy.

Wzmocnienie personalne Biura w roku bieżącym jest koniecznym posunięciem. Ilość porad, wystąpień, interwencji wzrasta rokrocznie a obsada kadrowa nie uległa zmianie od 2000 r. Aby kontynuować dotychczasowy kierunek działań zatrudnienie na pełny etat osoby z wykształceniem prawniczym jest niezbędne.

PRZEWODNICZĄCY RADY MIASTA

  
dr Zbigniew Targoński