

SPRAWOZDANIE MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW w RADOMIU za okres 2007 roku.

I. Wstęp.

a) Miejski Rzecznik Konsumentów w Radomiu działa na podstawie Ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity Dz.U. z dn.16 lutego 2007r. Nr.50, poz.331) oraz Uchwały nr 54/2006 Rady Miejskiej w Radomiu z dnia 28 grudnia 2006 r.

Rzecznik wchodzi w skład Urzędu Miejskiego (starostwa grodzkiego) jako stanowisko jednoosobowe. Jego usytuowanie, uregulowane *Regulaminem Organizacyjnym Urzędu Miejskiego w Radomiu*, jest zgodne z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów. Rzecznik konsumentów jest bezpośrednio podporządkowany Radzie Miasta i ponosi przed nią odpowiedzialność (Art.40 pkt.3).tu nastąpiła zmiana podporządkowania, bowiem do czasu zmiany ustawy, Rzecznik podlegał Przewodniczącemu Rady. Czynności w sprawach z zakresu prawa pracy wobec rzecznika konsumentów wykonuje Prezydent Miasta (Art.41pkt.2).

Do dnia 31 marca 2007 roku Miejski Rzecznik Konsumentów w Radomiu był także Powiatowym Rzecznikiem Konsumentów dla powiatu kozienickiego. Odbywało się to na zasadzie porozumienia między starostwami. Dnia 4 kwietnia Rada Powiatu w Kozienicach powołała własnego Powiatowego Rzecznika Konsumentów i tym samym porozumienie między powiatami przestało obowiązywać.

b) w Biurze Rzecznika jest zatrudniona jedna osoba na stanowisku inspektora w wymiarze pełnego etatu. Do jej zadań należała przede wszystkim obsługa biurowa rzecznika

Do zadań rzecznika należy w szczególności :

- Bezpłatne poradnictwo i informacja prawna w zakresie ochrony interesów konsumentów
- Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów;
- Wstępowanie za zgodą konsumentów do toczących się postępowań;
- Wytaczanie powództw na rzecz ochrony zbiorowych interesów konsumentów;
- Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Inspekcji Handlowej;
- Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany prawa miejscowego w zakresie ochrony praw i interesów konsumentów;
- Występowanie w charakterze oskarżyciela publicznego w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów.

II. Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów(Art.42 pkt.1).

Rzecznik zapewnia bezpłatne poradnictwo konsumenckie i informacje prawną w pełnym zakresie wymaganym ustawą. Były one wykonywane osobiście przez Rzecznika. Należy dodać, że ilość udzielanych porad rośnie z roku na rok. W Biurze Rzecznika zostało zarejestrowane 429 pisemne zgłoszenia spraw od indywidualnych konsumentów. W roku 2007 r. udzielono telefonicznie oraz osobiście ponad 1500 porad i informacji konsumenckich.

a) ogólna charakterystyka problemów, z jakimi zgłaszali się konsumenci

Problematyka spraw poruszanych przez konsumentów była bardzo szeroka .Najczęściej dotyczyły one roszczeń wynikających z umów:

- sprzedaży (głównie obuwia, sprzętu agd i rtv, sprzętu komputerowego, telefonów komórkowych),
- o dzieło (głównie wymiany okien i drzwi, mebli na zamówienie),
- zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, w tym zakupów internetowych,
- o świadczenie usług telekomunikacyjnych (telefonii, telewizji kablowej, Internet),
- kredytów konsumenckich,
- spraw bankowych i ubezpieczeń,

Konsumenci oczekiwali i dostawali od Rzecznika informacje na temat przepisów prawa w zakresie :

- procedur sądowych,
- oszustw i nierzetelnej reklamy,
- ochrony danych osobowych,
- zadatków i zaliczek,
- funkcjonowania spółdzielni mieszkaniowych, w tym naliczaniu opłat za media),
- funkcjonowania firm windykacyjnych,
- agencji finansowo usługowych (pośrednictwo w opłatach rachunków konsumentów).

Konsumentem jest osoba która nabywa towary lub usługi, podejmuje czynności prawne w celach niezwiązanych z pracą zawodową czy działalnością gospodarczą. I do tej grupy podmiotowej ogranicza się działalność Rzecznika.

Jednak do Rzecznika zgłaszają się też przedsiębiorcy w różnych sprawach nie tylko konsumenckich z pytaniem jak postąpić, aby załatwić reklamację tak, aby konsument był

zadowolony, ale także z własnymi sprawami tj. sprawami gospodarczymi lub zawodowymi. W tych sprawach rzecznik kieruje przedsiębiorców do radców prawnych bądź adwokatów, aby u nich uzyskali pomoc prawną.

Rzecznik spotyka się z wieloma problemami które nie leżą w jego kompetencjach zawartych w przepisach prawa.

Najbardziej typowe problemy dotyczą np ; porad dotyczących prawa rodzinnego (sprawy rozwodowe, majątkowe, opiekuńcze), porad z zakresu ZUS, opieki społecznej, praw pacjenta, dotyczących praw obywatelskich. W tych przypadkach Rzecznik kierował zainteresowanych do właściwych instytucji (np; do MOPS, Biura Rzecznika Ubezpieczonych, Biura Rzecznika Praw Dziecka, Arbitra Bankowego, Rzecznika Praw Obywatelskich) lub wskazywał, że sprawą powinien się zająć adwokat, lub radca prawny.

Odnotowano również „wyłudzenie” porad przez mieszkańców innych miast i powiatów, szczególnie z województwa Mazowieckiego ,ale również z innych regionów kraju. W tych przypadkach sprawę przekazywano rzecznikom na którego terenie zamieszkuje konsument. Ten proceder dotyczy szczególnie porad udzielanych telefonicznie i za pomocą poczty internetowej.

Przedsiębiorcy (sprzedawcy) bardzo często odmawiają uznania reklamacji i odsyłają konsumentów do producenta. Zapis ustawowy w tej sprawie nie pozostawia żadnych wątpliwości

i określa sprzedawcę jako stronę umowy z konsumentem .Sprzedawca odpowiada wobec kupującego za „niezgodność towaru konsumpcyjnego z umowa”. Czas trwania roszczenia określił ustawodawca na dwa lata od wydania rzeczy.

Problemem istotnym dotyczącym zarówno przedsiębiorców, jak i konsumentów jest problematyka i niejasności interpretacyjnych dotyczące gwarancji w powiązaniu z przepisami ustawy z dn. 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U.Nr.141 poz.1176).

Mitem jest założenie, że konsumentowi nie przysługują ustawowe uprawnienia reklamacyjne, jeśli przy sprzedaży nie dostał karty gwarancyjnej. Konsument ma dwa równoległe tryby dochodzenia swoich roszczeń i do niego należy wybór z którego z nich skorzysta; jedynie nie można dochodzić swoich praw jednocześnie z tych dwóch podstaw.

Wielokrotnie Rzecznik wyjaśniał, że gwarancja jest dobrowolna i producent nie musi jej udzielić, oraz że producent (zwykle gwarant) decyduje o treści i zakresie gwarancji. Sprzedawcy myślą oba te reżimy, często celowo wprowadzając konsumentów w błąd.

W dalszym ciągu wielu konsumentów jest błędnie przekonanych, że od każdej umowy mogą odstąpić, (szczególnie sprzedaży) w ciągu 3 dni od nabycia rzeczy czy usługi bez podania przyczyny. Takich uregulowań w polskim prawie nie ma i powoływanie się na taką regulację

wynika z tego, że sprzedawca może umówić się z kupującym na zwrot rzeczy, ale jest to jedynie jego dobra wola, a nie obowiązek ustawowy.

b) charakter udzielonej pomocy prawnej.

Rzecznik udziela pomocy prawnej w różnym charakterze, tj. informacja pisemna (odpowiedzi na listy, e-maile), osobiście w biurze, bądź telefonicznie codziennie w godzinach pracy. Pomoc polegała na informowaniu konsumentów o ich prawach, ale i obowiązkach oraz na wyjaśnianiu i interpretacji przepisów dotyczących nie tylko ich prawach, i obowiązkach. Rzecznik udzielał konsumentom także pomocy w pisaniu pism i wezwań do przedsiębiorców w sprawach roszczeń wynikających z umów oraz w ustaleniu danych przedsiębiorcy, aby można było skierować przeciwko niemu roszczenie (ustalenie adresów przy pomocy Biura Ewidencji Działalności Gospodarczej). Rzecznik pomagał również konsumentom pisać pozwy sądowe, wnioski egzekucyjne, powództwa przeciw egzekucyjne w sytuacji, gdy były naruszone prawa konsumenta.

W zależności od indywidualnych potrzeb konsumentów otrzymywali też oni broszury, ulotki wydawane przez UOKiK i inne organizacje konsumenckie zawierające praktyczne informacje służące konsumentom, miały one charakter porad prawnych, oraz katalogów praw konsumenckich.

c) struktura udzielanych porad.

Strukturę udzielanych porad przedstawia tabela nr 1. Należy zaznaczyć, że zostały uwzględnione w niej wyłącznie sprawy zgłoszone na piśmie do Rzecznika i zarejestrowane. Porady udzielane telefonicznie i ustne wyjaśnienia udzielane konsumentom w biurze nie są rejestrowane. Wynika to nie tylko z potrzeby ochrony danych osobowych konsumentów oraz braku możliwości zweryfikowania danych osobowych ewentualnie podanych przez konsumenta ale także z faktu, że niektóre z porad telefonicznych mają swój dalszy ciąg w biurze Rzecznika i skargi są składane na piśmie. Porady udzielane w biurze polegały przede wszystkim na napisaniu właściwego pisma konsumentom pod adresem przedsiębiorcy, odszukaniu przedsiębiorcy, który zlikwidował działalność i konsument nie wiedział gdzie ma zgłosić wadę towaru bądź ustaleniu faktycznego przedsiębiorcy. W niektórych przypadkach jest to pracochłonne i Rzecznik korzystał z pomocy właściwych urzędów statystycznych, urzędów gmin

i miast. Porady polegały też na napisaniu sprzeciwu od nakazu zapłaty czy pomocy w wypełnieniu wniosku do komornika lub zgłoszenia wierzytelności w stosunku do upadłej firmy. Porady pisemne obejmują wyłącznie porady udzielone na piśmie i przesłane konsumentowi pocztą bądź e-mailem.

2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.

a) ogólna charakterystyka tematów, oraz struktura wystąpień do przedsiębiorców,

Wystąpienia Rzecznika do przedsiębiorców znajdują oparcie w art. 37 ust.4 Ustawy z dnia 15 grudnia 2000 o ochronie konkurencji i konsumentów. Przepis ten umożliwia domaganie się od przedsiębiorców wyjaśnień i informacji w określonej sprawie. Realizowana w tej formie pomoc prawna jest najbardziej czasochłonna. 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.

Przedmiotowa struktura wystąpień kierowanych do przedsiębiorców jest przedstawiona w tabeli nr.2

Rzecznik występował do przedsiębiorców gdy wystąpienie konsumenta było bezskuteczne lub otrzymał on odmowną odpowiedź na piśmie. W zdecydowanej większości przypadków Rzecznik otrzymywał pisemną odpowiedź przedsiębiorcy. W rubryce „sprawy w toku”, zamieszczono sprawy niedokończone lub znajdujące się w trakcie załatwiania. Sytuacja ta wynika z faktu nieinformowania Rzecznika przez konsumentów o sposobie załatwienia sprawy.

Najczęściej wystąpienia dotyczyły:

- niewykonania lub nienależytego wykonania umów sprzedaży ,
- reklamacji z tytułu wad towarów oraz niezgodności towaru z umową,
- niewłaściwego załatwienia reklamacji usług telekomunikacyjnych,
- nieuznania odstąpień przy umowach zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorcy.

b) charakter prawny wystąpień

Niektóre z 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 (często rozmowa telefoniczna z przedsiębiorcą).

Jednak w większości przypadków gdy naruszenie przepisów prawa miało charakter nagminny i ewidentny, kierowano wystąpienia o charakterze wezwań przedsądowych,

wzywających do zaprzestania stosowania nieuczciwych lub niezgodnych z dobrymi obyczajami praktyk rynkowych., oraz do pozytywnego załatwienia konkretnej sprawy.

c) skuteczność wystąpień

Skuteczność wystąpień zależy w dużej mierze od przedsiębiorcy i determinacji konsumenta w dochodzeniu roszczenia. Rzecznik nie jest pełnomocnikiem konsumenta. Wystąpienia kierowane do dużych przedsiębiorców, dbających o swoją firmę i markę charakteryzują się wysoką skutecznością. Gorzej przedstawia się sytuacja w odniesieniu do drobnych, miejscowych przedsiębiorców. Liczą oni na to, że konsument zrezygnuje z roszczenia i nie pójdzie do sądu. Na skuteczność wystąpień wpływ mają informacje przekazane przez konsumenta – w trakcie wyjaśniania sprawy okazuje się niekiedy, że konsument nie miał racji lub nie posiada wszystkich dokumentów, które potwierdzają zasadność jego roszczenia(dotyczy to szczególnie braku paragonów i innych rachunków.

3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczącego się postępowania.

Strukturę powództw wytoczonych w okresie sprawozdawczym na rzecz konsumentów przedstawia tabela nr 3.

Wszystkie sprawy dotyczyły przygotowaniu powództwa (sporządzeniu pozwu) konsumentom. Pozwy dotyczyły sporów konsumentów z przedsiębiorcami, związanych z niezgodnością towaru z umową lub gwarancją, a także niewykonaniem, lub nienależytym wykonaniem usług.

W sumie takich spraw było 20.

Ponadto w ramach pomocy prawnej Rzecznik przygotował i sporządził 18 innych pism procesowych (zażalenia, wnioski o egzekucję do komorników, wnioski o uzasadnienie orzeczenia i apelację).

4. Współdziałanie z Delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej, Inspekcji Sanitarnej oraz organizacjami konsumenckimi w zakresie ochrony konsumentów (krótki opis).

Rzecznik na bieżąco współpracuje z Inspekcją Handlową i Inspekcją Sanitarną. Rzecznik współpracuje z Radomskim Klubem Konsumenta Federacji Konsumentów oraz ze Stowarzyszeniem Konsumentów Polskich.

5. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym, krótki opis z uwzględnieniem:

Rzecznik udzielał indywidualnej pomocy uczniom i studentom poprzez dostarczanie materiałów z dziedziny ochrony praw konsumentów oraz podawanie źródeł konkretnych przepisów prawnych oraz literatury z tej dziedziny. Udzielał pomocy uczniom i studentom w zbiorze materiałów do prac semestralnych, licencjackich i magisterskich.

W ramach działań na rzecz edukacji konsumenckiej Rzecznik utrzymywał stały kontakt z przedstawicielami miejscowych mediów, czego efektem były liczne publikacje prasowe w prasie lokalnej, a także wywiady i porady udzielane w miejscowych stacjach radiowych w telewizji kablowej i TVP3.

Po każdym wystąpieniu Rzecznika zgłaszali się konsumenci ze sprawami, które były przedmiotem audycji, czy wywiadu.

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

a) udział w posiedzeniach rady powiatu, innych organach władz powiatowych,

Rzecznik uczestniczył tylko w posiedzeniach Rady Miejskiej, na których przedstawiał swoje sprawozdanie natomiast nie było konieczności udziału Rzecznika w innych sesjach Rady.

b) zgłaszanie projektów uchwał na posiedzeniach władz powiatowych,

Nie były zgłaszane takie projekty, ponieważ nie zaszła taka konieczność – nie było wniosków od konsumentów.

c) opiniowanie uchwał Rady Miejskiej, w szczególności dotyczących tematyki ochrony konsumentów,

Rzecznikowi nie przedstawiono do opiniowania takich uchwał. Rzecznik przedstawił swoją opinię w zakresie ustalenia nowych liczb licencji na przewozy taksówkami bagażowymi.

III. Opis podejmowanych działań wynikających między innymi z:

a) ustawy o ogólnym bezpieczeństwie produktów,

Nie było takich spraw.

b) ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny – umowy zawierane na odległość oraz umowy poza siedzibą przedsiębiorcy,

Rzecznik występował pod adresem przedsiębiorców w konkretnych indywidualnych sprawach w tym także do urzędów gminnych celem ustalenia dokładnych danych przedsiębiorcy.

c) ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny – tzw. niedozwolone klauzule umowne.

W roku 2007 Rzecznik nie składał pozwów w tym zakresie.

Tabela nr 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów.

Przedmiot sprawy				Ogółem
	telefoniczne	osobiste	pisemne	
I. Usługi, w tym:	x	75	10	85
bankowe	x	3	0	3
ubezpieczeniowe	x	5	1	6
systemy argentyńskie	x	1	0	1
inne finansowe	x	10	0	10
telekomunikacja (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, TV kablowa)	x	20	2	22
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	x	1	1	2
informatyczne	x	0	0	0
motoryzacyjne (serwis)	x	1	0	1
turystyczne i hotelarskie	x	3	0	3
pralnicze	x	1	0	1
remontowo - budowlane	x	14	0	14
pocztowe	x	0	0	0
medyczne	x	1	1	2
dentystyczne	x	0	1	1
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	x	3	2	5
komunikacyjne	x	1	1	2
transportowe	x	0	0	0
kamieniarskie	x	2	0	2
fotograficzne	x	0	0	0
krawieckie	x	0	0	0
lokalowe	x	4	1	5
Inne	x	5	0	5
II. Umowy sprzedaży, w tym:	x	212	18	230
wyposażenie wnętrz	x	18	0	18
sprzęt RTV i AGD	x	37	5	42
sprzęt komputerowy	x	12	0	12
odzież	x	4	0	4
obuwie	x	85	5	90
samochody i akcesoria	x	7	3	10
nieruchomości	x	0	0	0
materiały budowlane	x	13	0	13
kosmetyki	x	1	1	2
sprzęt sportowy	x	4	0	4
sprzęt rehabilitacyjny	x	1	0	1
art. spożywcze	x	0	1	1
biżuteria	x	0	0	0
zabawki	x	1	0	1

zwierzęta	x	0	0	0
płyty CD, DVD	x	0	0	0
telefony komórkowe	x	17	1	18
Inne	x	12	2	14
III. Umowy poza lokalem i na odległość	x	34	2	36

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

Wyszczególnienie	Ogółem ilość wystąpień	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
I. Usługi, w tym:	14	3	1	10
bankowe	0	0	0	0
ubezpieczeniowe	1	0	0	1
systemy argentyńskie	0	0	0	0
inne finansowe	1	1	0	0
telekomunikacja (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, TV kablowa)	5	1	1	3
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	3	0	0	3
informatyczne	0	0	0	0
motoryzacyjne (serwis)	0	0	0	0
turystyczne i hotelarskie	1	0	0	1
pralnicze	1	1	0	0
remontowo - budowlane	1	0	0	1
pocztowe	0	0	0	0
medyczne	0	0	0	0
dentystyczne	0	0	0	0
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	0	0	0	0
komunikacyjne	0	0	0	0
transportowe	0	0	0	0
kamieniarskie	0	0	0	0
fotograficzne	0	0	0	0
krawieckie	0	0	0	0
lokalowe	0	0	0	0
Inne	1	0	0	1
II. Umowy sprzedaży, w tym:	64	25	8	31
wyposażenie wnętrz	2	1	0	1
sprzęt RTV i AGD	7	5	1	1
sprzęt komputerowy	0	0	0	0
odzież	0	0	0	0
obuwie	43	16	6	21
samochody i akcesoria	1	0	0	1
nieruchomości	0	0	0	0
materiały budowlane	2	0	0	2
kosmetyki	0	0	0	0
sprzęt sportowy	2	1	0	1
sprzęt rehabilitacyjny	0	0	0	0
art. spożywcze	0	0	0	0
biżuteria	0	0	0	0
zabawki	0	0	0	0
zwierzęta	0	0	0	0
płyty CD, DVD	0	0	0	0
telefony komórkowe	4	1	0	3
Inne	3	1	1	1
III. Umowy poza lokalem i na odległość	0	0	0	0

Tabela nr 3: Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów:

lp.	Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		w toku	Ilość powództw ogółem
		pozytywne (np. uwzględniające żądanie w zasadniczej części)	negatywne (np. oddalone, nieuwzględnia- jące żądanie)		
1.	Powództwa dotyczące reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	0	0	0	0
2.	Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania usług	0	0	0	0
3.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	11	1	3 ¹	15
4.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług	3	0	2 ²	5
5.	Sprawy kierowane do rozpatrzenia przez sąd polubowny	0	0	0	0
6.	Wstępowanie rzecznika konsumentów do postępowań	5	1	3	9
7.	Inne	0	0	0	0
	RAZEM	14	1	5	20

¹ o przebiegu spraw nie wszyscy konsumenci informują Rzecznika

² Jw.

IV. Wnioski końcowe.

Rok 2007 był kolejnym rokiem wzrostu liczby spraw kierowanych do Rzecznika. Wzrastająca liczba osób zgłaszających się po poradę lub informacje wskazuje jednoznacznie, że pomimo podejmowanych działań poziom wiedzy konsumenckiej jest nadal stosunkowo niski. Niewątpliwy wpływ na taką sytuację ma często spotykana niechęć przedsiębiorców do respektowania praw konsumentów i stosunkowo częste wprowadzanie klientów w błąd, w celu uniknięcia odpowiedzialności za jakość towaru lub usługi. Rosnąca liczba interwencji podejmowanych przez Rzecznika świadczy o bezradności konsumentów w sporach z przedsiębiorcami i dochodzenia swych praw. Pozycja konsumenta na rynku jest nadal bardzo słaba. Taka sytuacja stwarza wzrost zapotrzebowania na usługi świadczone przez Rzeczników.

Radom, 12 marca 2008 r.

Miejski Rzecznik Konsumentów

/ - / Włodzimierz Zieleziński