

**SPRAWOZDANIE Z DZIAŁALNOŚĆ**  
**POWIATOWEGO RZECZNIKA**  
**KONSUMENTÓW**  
**W OSTROWCU ŚWIĘTOKRZYSKI**  
**ZA 2018 ROK**

**I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO  
RZECZNIKA KONSUMENTÓW**

Struktura biura rzecznika, stan kadrowy

<b>1. Województwo</b>	ŚWIĘTOKRZYSKIE
<b>2. Miasto/Powiat</b>	OSTROWIECKI
<b>3. Liczba mieszkańców miasta/powiatu</b>	111 000
<b>4. Imię i nazwisko rzecznika konsumentów</b>	Marek Osmala
<b>5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)</b>	Wyższe ekonomiczne
<b>6. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.</b>	TAK
<b>NIE DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI „TAK” NA PYT. 6</b> <b>7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.</b>	- $\frac{3}{5}$ etatu - $\frac{1}{2}$ etatu - $\frac{2}{5}$ etatu - $\frac{1}{5}$ etatu - inne, np. dyżury
<b>DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI NA PYT. 7</b> <b>8. Liczba dni/godzin w tygodniu, w których wykonywane są zadania Rzecznika Konsumentów (np. 5 razy w tygodniu po 3 godziny).</b>	
<b>9. Rzecznik działa w ramach wyodrębnionego biura (art. 40 pkt 4 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zm.) Proszę napisać TAK lub NIE.</b>	NIE
<b>10. Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.</b>	NIE
<b>11. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę).</b>	0
<b>12. Budżet biura. Jeśli rzecznik nie ma własnego budżetu, proszę wpisać koszt zadania własnego „ochrona konsumentów” w budżecie powiatu/miasta. Jeśli podanie dokładnych kosztów jest niemożliwe, proszę je oszacować.</b>	86 360 zł

## II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW

Zgodnie z przepisami ustawy o samorządzie powiatowym ochrona praw konsumentów należy do zadań własnych powiatu. Zadania te realizuje Powiatowy Rzecznik Konsumentów 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.) Rzecznika konsumentów wyodrębnia się organizacyjnie w strukturze starostwa powiatowego a w powiatach powyżej 100 tys. mieszkańców i w miastach na prawach powiatu rzecznik konsumentów może wykonywać swoje zadania przy pomocy wyodrębnionego biura. Przepis art. 42 ust.1 w/w ustawy określa zadania rzecznika do których należy między innymi:

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa 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 lub w przepisach odrębnych.

Ponadto rzecznik konsumentów na podstawie:

- ustawy z dnia 16 lutego 2007r. o ochronie konkurencji i konsumentów uprawniony jest do:
  - wytaczania powództw na rzecz konsumentów oraz do wstępowania za ich zgodą do już toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów,
  - zawiadamiania Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów o praktykach naruszających zbiorowe interesy konsumentów,
  - występowania o ukaranie przedsiębiorcy za wykroczenie jakiego dopuścił się, nie udzielając rzecznikowi odpowiedzi na wystąpienie, nie ustosunkowując się do uwag, opinii rzecznika i nie udzielając wyjaśnień i informacji;
- ustawy z dnia 24 sierpnia 2001r. Kodeks postępowania w sprawach o wykroczenia uprawniony jest do występowania w charakterze oskarżyciela publicznego w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów;
- ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym uprawniony jest do występowania z roszczeniem, dotyczącym stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych

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

Ochrona konsumentów obejmuje działania na wielu płaszczyznach. Zadania stawiane w tym zakresie wymagają bardzo dobrej znajomości przepisów prawnych z różnych dziedzin. Niejednoznaczność i częste zmiany przepisów wymagają umiejętności ciągłej ich aktualizacji i analizy. Bezpośredni kontakt z konsumentem wymaga kompetencji i umiejętności stosowania różnych metod i przepisów, gdyż jest to często „trudny klient” oczekujący natychmiastowej pomocy zgodnej z jego żądaniami.

Podstawowym zadaniem Rzecznika Konsumentów było zapewnienie mieszkańcom powiatu ostrowieckiego bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony praw konsumentów. Rzecznik wykonując to zadanie udzielał porad osobiście, pisemnie oraz telefonicznie. Praca rzecznika to codzienny kontakt osobisty lub telefoniczny nie tylko z konsumentami, ale również z przedsiębiorcami i sprzedawcami, tak w siedzibie Starostwa jak i w terenie.

Porady prawne z zakresu ochrony interesów konsumentów, wyjaśnienia dotyczące przysługujących im uprawnień lub ciążących na nich obowiązkach udzielane są bezzwłocznie podczas wizyty konsumenta w biurze rzecznika, podczas rozmowy telefonicznej lub pisemnie na wskazany adres korespondencyjny lub za pośrednictwem poczty elektronicznej.

Wielka różnorodność tych spraw powoduje, że nie można się skupić jedynie na problemach związanych z przepisami prawa konsumenckiego. Znajomość innych dziedzin prawa, w tym między innymi prawa cywilnego i gospodarczego, znacznie ułatwia znalezienie kompromisu w sporze między konsumentem a przedsiębiorcą. Rzecznik wykonując swoje zadania, analizuje zasadność skargi konsumenta i przedstawia możliwości prawne rozwiązania zgłoszonego problemu. Pomaga również wypełnić druk reklamacji, podejmuje bezpośrednie interwencje u przedsiębiorców, przeprowadza mediacje. Wielokrotnie, szczególnie w przypadku osób starszych, przygotowuje i drukuje różnego rodzaju pisma. W uzasadnionych przypadkach kieruje konsumentów do właściwych instytucji i organów np. Inspekcji Handlowej, Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Rzecznika Finansowego, Policji.

Duże nasilenie informacji o obowiązujących przepisach w mediach spowodowało, że konsumenci bardziej świadomie podchodzili do dokonywanych zakupów i w razie wątpliwości szukali wyjaśnień. Jednocześnie duża liczba interesantów korzystających z pomocy Rzecznika Konsumentów wskazuje na występowanie na rynku szeregu negatywnych zjawisk, a z drugiej strony na rosnącą świadomość możliwości dochodzenia swoich roszczeń. Trzeba jednak stwierdzić, że jeszcze wiele osób nie zna swoich praw, zwłaszcza ludzie starsi. Jest to bezwzględnie wykorzystywane przez sprzedawców na tak zwanych pokazach czy też przez firmy parabankowe. Również pośrednicy finansowi pracujący na rzecz renomowanych banków przyczynili się wielokrotnie do tego, że starsze osoby wpadły w pułapkę zadłużenia.

Najwięcej reklamacji i skarg w grupie usług, dotyczy firm energetycznych i telekomunikacyjnych. Akwizytorzy działający na rzecz tych firm, za pomocą kłamstwa, manipulacji a nawet oszustwa wyłudniają od konsumentów podpisy na umowach. Przedstawiają się oni jako dotychczasowi sprzedawcy i obiecują niższe rachunki. Podsuwają do podpisu umowę i nie zostawiają kopii konsumentowi, który jest przekonany, że dokonał aktualizacji swojej starej umowy. O tym że zmienił sprzedawcę prądu czy operatora telekomunikacyjnego dowiaduje się po kilku tygodniach kiedy jest już za późno na odstąpienie. Zerwanie takiej umowy wiąże się z koniecznością zapłacenia wysokiej kary umownej. Perfidne i dokonywane z premedytacją wykorzystywanie ufności i często niewiedzy starszych ludzi wymaga najwyższego potępienia.

„Orange” „Telekomunikacja dla Domu”, „Twoja Telekomunikacja” to operatorzy telekomunikacyjni na których najczęściej skarżą się konsumenci. „Orange Energia”, „Fortum” „Energie2” to między innymi, sprzedawcy energii elektrycznej stosujący nieuczciwe praktyki rynkowe.

Namawianie konsumentów na zmianę operatora, bez informacji o konsekwencjach finansowych takiej zmiany to najczęściej stosowane chwytły sprzedawców. Niektórzy posuwają się nawet do fałszowania podpisów na umowach. W takim przypadku rzecznik pomaga pisać zawiadomienie do prokuratury o podejrzeniu popełnienia przestępstwa.

Dużą grupę osób które zgłaszają się do rzecznika stanowią konsumenci, którzy kupili buty i sprzedawca odrzucił składane przez nich reklamacje. Mówią, że podczas zakupu byli informowani przez personel sklepów o tym, że na kupione buty mają dwuletnią gwarancję. To powoduje nieporozumienia i dopiero wyjaśnienia rzecznika na temat różnicy między gwarancją a odpowiedzialnością sprzedawcy z tytułu rękojmi rozwiewają wątpliwości.

Dużym problemem są umowy zawierane na tak zwanych pokazach, na których konsumenci są z premedytacją wprowadzani w błąd. Sprzedawanie pseudomedycznych produktów typu materace czy biostymulatory, niezrozumiałe umowy, sprzeczne z prawem weksle oraz utrudnianie zwrotów to cechy charakterystyczne większości tego typu sprzedawców.

Zgłaszający się do rzecznika konsumenci to w zdecydowanej większości osoby starsze dla których napisanie oświadczenia o odstąpieniu od umowy lub jakiegokolwiek innego pisma stanowi wielki problem. W takiej sytuacji rzecznik przygotowuje dla nich stosowne pisma i udziela instrukcji jak w danej sprawie postępować. W okresie sprawozdawczym rzecznik przygotował 171 takich pism a ich struktura „branżowa” pokazana jest w tabeli 1.2.

Pewna część zgłaszanych spraw nie ma charakteru konsumenckiego – były to między innymi sprawy z zakresu prawa spadkowego, prawa pracy, ZUS i KRUS. W powyższych przypadkach Rzecznik służy pomocą, wskazując instytucje właściwe do rozstrzygnięcia danych problemów. Struktura wszystkich udzielonych porad została szczegółowo przedstawiona w tabeli nr 1.1.

## **2. Składanie wniosków w sprawie stanowiących i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.**

W okresie sprawozdawczym rzecznik nie składał żadnych wniosków dotyczących zmiany prawa miejscowego.

## **3. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.**

Zgodnie z procedurą wynikającą z przepisów prawa cywilnego rzecznik wstępuje do sporu konsumenta z przedsiębiorcą dopiero po wyczerpaniu postępowania reklamacyjnego wtedy, kiedy przedsiębiorca nie uzna roszczenia konsumenta.

W przypadku, gdy udzielenie porady prawnej okazywało się niewystarczające lub konsument nie mógł sam sobie poradzić z rozwiązaniem problemu wówczas interwencję podejmuje Rzecznik. W swoich wystąpieniach opisuje stan faktyczny przedstawiony przez konsumenta i wynikający z posiadanych przez niego dokumentów oraz wskazuje podstawy prawne roszczeń.

W 2017 r. rzecznik skierował do przedsiębiorców 207 wystąpień. W zakresie umów sprzedaży, wystąpienia dotyczyły zakupu odzieży, obuwia, sprzętu RTV i AGD oraz telefonów. Wśród usługodawców najwięcej wystąpień dotyczyło działalności firm telekomunikacyjnych i sprzedawców prądu. W większości przypadków przedsiębiorcy w terminie i rzeczowo odpowiadają na wystąpienia rzecznika i prawie 70 % tych wystąpień przyniosło pozytywne rezultaty dla konsumentów. Należy dodać, że wśród skarg, spory odsetek stanowią sprawy, w których zarzuty konsumentów wobec przedsiębiorców są nieuzasadnione i Rzecznik nie ma podstaw do podjęcia interwencji. Zdarzają się również sytuacje, że w wyniku podjęcia interwencji wyłania się zupełnie inny stan faktyczny niż przedstawiony przez konsumenta. W takim przypadku konsument otrzymuje wyjaśnienia i szczegółowe informacje dotyczące sprawy.

Przedsiębiorca, do którego zwrócił się rzecznik konsumentów jest zobowiązany udzielić rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii rzecznika. Kto, narusza ten obowiązek podlega karze grzywny, nie mniejszej niż 2 000 zł". W 2018 r. Rzecznik skierował do Komendy Powiatowej Policji w Ostrowcu jedno zawiadomienie o popełnieniu wykroczenia przez przedsiębiorcę.

## **4. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.**

W ramach współdziałania z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów Rzecznik przekazuje żądane przez Urząd informacje dotyczące naruszania praw konsumentów. Poza tym Rzecznik kontynuował i nawiązywał nowe kontakty z organizacjami zajmującymi się ochroną

praw konsumentów. Współpraca z Inspekcją Handlową w Kielcach polega na bieżącej wymianie informacji oraz na różnego rodzaju konsultacjach. W codziennej praktyce często zgłaszają się osoby ze sprawami, które nie leżą w gestii rzecznika. Żeby nie pozostawić tych ludzi bez żadnej pomocy, nawiązana została bliska współpraca z różnymi organizacjami i stowarzyszeniami działającymi na terenie powiatu ostrowieckiego i województwa świętokrzyskiego. W szczególności należy wymienić:

- Urząd Komunikacji Elektronicznej – delegatura w Kielcach
- Komisja Nadzoru Finansowego
- Federacja Konsumentów
- Stowarzyszenie Konsumentów Polskich
- Biura bezpłatnych porad prawnych działające przy Biurach Poselskich,
- Działy interwencyjne lokalnej prasy

#### **5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań.**

W omawianym okresie rzecznik przygotował dla konsumentów kilkanaście różnego rodzaju pism procesowych. Zgłaszają się konsumenci z nakazami zapłaty oraz innymi pismami procesowymi. W takich przypadkach po analizie przedstawionego materiału rzecznik przygotowuje dla konsumenta stosowne pismo takie jak sprzeciw od nakazu zapłaty, odpowiedź na pozew, czy też wniosek o przywrócenie terminu. W większości przypadków powodem jest firma windykacyjna dochodząca przeterminowanych zobowiązań.

#### **6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.**

Współpraca z mediami jest jedną z form rozpowszechniania przez Rzecznika wiedzy konsumenckiej i kształtowania w tym zakresie świadomości mieszkańców powiatu ostrowieckiego. Aktualne w danym momencie tematy przedstawiane były w lokalnej prasie radiu i telewizji. Dziennikarze często zwracają się do Rzecznika o zajęcie stanowiska w sprawach konsumenckich, proszą o komentarz do bieżących wydarzeń dziejących się na rynku lub interpretację przepisów. Nagłaśniane są przypadki nieuczciwych praktyk rynkowych stosowanych szczególnie przy sprzedaży na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

We wrześniu 2018 r. rzecznik przeprowadził szkolenia dla policjantów Komendy Powiatowej Policji w Ostrowcu. Głównym tematem były nieuczciwe praktyki rynkowe stosowane przez sprzedawców na tzw. pokazach oraz przez domokrażców.

Na zaproszenie Klubu Seniorów odbyło się spotkanie informacyjne na temat uprawnień konsumentów ze szczególnym uwzględnieniem zagrożeń dla ludzi starszych.

Na tablicy ogłoszeniowej znajdującej się w Starostwie Powiatowym zamieszczone są informacje o prawach konsumentów, porady i wzory niektórych pism.

### **III. WNIOSKI KOŃCOWE**

Bardzo ważne jest kształtowanie prokonsumenckich postaw wśród przedsiębiorców, a także popularyzowanie idei społecznej odpowiedzialności biznesu. Z treści zgłaszanych skarg wynika, że przedsiębiorcy nagminnie wykorzystują swoją pozycję nadrzędną w stosunku do pojedynczego konsumenta i uchylając się od wykonania zobowiązania naruszają jego prawa. Przede wszystkim prawa do odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość, ale także prawa do reklamacji, informując o braku takiej możliwości np. w sprzedaży komisowej lub towarów podlegających wyprzedaży.

Ilość osób korzystających z pomocy Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Ostrowcu świadczy o tym, że instytucja ta jest niezwykle potrzebna. Jednocześnie następuje wzrost świadomości mieszkańców w zakresie swoich praw konsumenckich. Różnorodność spraw, skala problemów i stopień ich skomplikowania stale się zwiększa co powoduje, że rzecznik jest zobowiązany do ciągłego podnoszenia i aktualizowania swojej wiedzy. Istotnym problemem, przy ciągle zmieniających się przepisach prawa jest brak systemu bezpłatnych szkoleń. Na udział w płatnych szkoleniach rzecznik w 2018 r. nie otrzymał zgody.

Podsumowując kolejny rok działalności, należy stwierdzić, że działania Powiatowego Rzecznika Konsumentów mają z założenia pozytywny wydźwięk, ponieważ jego zadania to wyłącznie udzielanie pomocy. Natomiast zaangażowanie, rzetelność i spora skuteczność w dochodzeniu roszczeń przyczynia się do tworzenia dobrego wizerunku urzędu.

**Udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów (sprawy rozpatrywane pisemnie)**

	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie				b.wady towarów nienależyte wykonanie umowy				c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne			d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr			e. inne		Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia					
Etykiety wierszy																	
b. odzież i obuwie			1	1	2			2									3
c. meble, artykuły wyposażenia wewnątrz, utrzymania domu		1	17	18	2	1	1	4									22

**Pomoc konsumentom w samodzielnym dochodzeniu roszczeń przed sądami**

	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie		b.wady towarów nienależyte wykonanie umowy		d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr			e. inne		Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia		a w lokalu / bez znaczenia		a w lokalu / bez znaczenia	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia		
Etykiety wierszy										
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy			1	1						1
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria			1	1						1
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci			1	1						1
n. finansowe					2		2	5	5	7
o. ubezpieczeniowe								2	2	2
r. telekomunikacyjne	2	2			1	1	2			4
u. sektor energetyczny i wodny								2	2	2
<b>Suma końcowa</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>18</b>

Udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów (sprawy rozpatrywane pisemnie)

d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy			21	21	17		1	18								39
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	1	1		2	5			5								7
g. produkty związane z opieką zdrowotną	1		4	5	3			3				1	1			9
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci					1	2		3								3
i. inne		1		1	1			1								2
j. związane z rynkiem nieruchomości									1	1						1
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					1			1								1
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					1	1		2								2
n. finansowe			4	4						1		1				5
o. ubezpieczeniowe					2			2					2	2		4
r. telekomunikacyjne	2	1	4	7								4	4			11
u. sektor energetyczny i wodny			37	37								19	19			56
x. edukacyjne		1	1	2												2
y. inne	3			3								1	1			4
<b>RAZEM</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>89</b>	<b>101</b>	<b>35</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>41</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>171</b>

Wystąpienia do przedsiębiorców

↓ ↓ ↓

	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie				b. wady towarów nienależyte wykonanie umowy				c. warunki umowy, niezgodne postanowienia umowne			d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr			e. inne			Suma końcow a
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość		a w lokalu / bez znaczenia	c poza lokalem		a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość		
Etykiety wierszy																		
a. art. żywnościowe															1		1	1
b. odzież i obuwie	1			1	60	3		63										64
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu																1	1	7
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																		
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria																		
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																		
g. produkty związane z opieką zdrowotną																		
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																		
i. inne															1	3	4	8
j. związane z rynkiem nieruchomości																		
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																		
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																		
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																		
n. finansowe															1		1	1
o. ubezpieczeniowe															1		1	3
p. pocztowe i kurierskie															1		1	4
r. telekomunikacyjne															7	1	8	32

s. transportowe										1	1							1	
t. turystyka i rekreacja					1			1										1	
u. sektor energetyczny i wodny			2	2								3	20	23		1		1	26
w. związane z opieką i opieką zdrowotną						1										1		1	2
y. inne		1		1												1		1	2
<b>Suma końcowa</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>27</b>	<b>117</b>	<b>10</b>	<b>3</b>	<b>130</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>21</b>	<b>24</b>	<b>17</b>	<b>4</b>	<b>21</b>	<b>207</b>	

**Udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów (osobiście i telefonicznie)**

Etykiety wierszy	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie				b.wady towarów nienależyte wykonanie umowy			c. warunki umowy, niedozwolone postanowienia umowne				d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr				e. inne				Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	Razem	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	Razem	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	Razem	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	Razem	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	Razem	
a. art. żywnościowe															2				2	2
b. odzież i obuwie		1	2	3	24	2	26					1	2	3						32
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	2	2	9	13	32	3	35						4	4	4	1	1	6		58
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	4		4	8	44		44	1			1		3	3	2		1	3		59
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria					17	3	20								1			1		21
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące															1			1		1
g. produkty związane z opieką zdrowotną			2	2	8		8								1	1		2		12
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci					2		2													2
i. inne			1	1	2		2								2			2		5
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja					5		5	1			1	1		1						7
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków					5	1	6													6

transportu																				
n. finansowe			2	2	3		3				3			3	13			13	21	
o. ubezpieczeniowe			1	1	4		4	2			2				17			17	24	
p. pocztowe i kurierskie					1	1	2												2	
r. telekomunikacyjne	6	1	8	15	19	1	20	2	1		3	2		17	19	13	1	3	17	74
s. transportowe					1		1	1			1						1		1	3
u. sektor energetyczny i wodny	1		11	12				1		1	2	1	1	56	58	5			5	77
y. inne																3			3	3
<b>RAZEM</b>	<b>13</b>	<b>4</b>	<b>40</b>	<b>57</b>	<b>167</b>	<b>11</b>	<b>178</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>82</b>	<b>91</b>	<b>64</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>73</b>	<b>409</b>
informacje ogólne																			159	
informacje niekonsumenckie																			18	