URZĄD MIASTA TYCHY
SEKRETARIAT PREZYDENTA
wpł. 16 MAR. 2010
L.dz. 1748 podpis

TYCHY

URZĄD MIASTA TYCHY

Miejski Rzecznik Konsumentów

43 – 100 Tychy, ul. Grota Roweckiego 42/ p. 229 - 230
Tel. (032) 780 – 50 – 63, Tel/Fax (032) 780 – 50 – 66

e-mail: rzecznik.konsumenta@umtychy.pl
www.umtychy.pl

SPRAWOZDANIE
MIEJSKIEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW
W TYCHACH ZA 2009 ROK

Akceptuję
16.03.10
PREZYDENT MIASTA TYCHY
mgr inż. Andrzej Dziuba

Sprawozdanie stanowi wykonanie obowiązku wynikającego z art. 43 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U Nr 50 poz. 331 z późn. zm.), na podstawie którego przedkładam Prezydentowi Miasta Tychy do zatwierdzenia roczne sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w roku ubiegłym.

Proszę o zatwierdzenie sprawozdania z działalności Rzecznika za 2009 r.

ZASTĘPCA PREZYDENTA
DS. SPOŁECZNYCH
16.03.2010
mgr Daria Szczepańska

SPIS TREŚCI:

I. **Uwagi ogólne o działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach** 2

1. Przepisy regulujące zakres działania Miejskiego Rzecznika Konsumentów 2
2. Struktura i organizacja biura rzecznika 3

II. **Realizacja zadań wynikających z ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów** 3

1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów: 3
2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów: .. 5
3. Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi: 7
4. Rzecznik konsumentów może w szczególności wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów: 7
5. W sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów rzecznik jest oskarżycielem publicznym w rozumieniu przepisów kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia: ... 7
6. W zakresie spraw, w których rzecznik nie uczestniczy, może przedstawiać sądowi istotne dla sprawy poglądy: 8
7. Prowadzenie edukacji konsumenckiej: 9
8. Współpraca ze środkami masowego przekazu: 8

III. **Wnioski końcowe** 9

IV. **Tabele i wykresy** 11

I. Uwagi ogólne o działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

1. Przepisy regulujące zakres działania Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Aktem nadrzędnym regulującym problematykę ochrony interesów konsumenta jest Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, która w art. 76 zobowiązuje władze publiczne do zapewnienia ochrony konsumentom, użytkownikom i najemcom przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Konstytucja pozostawia szczegółowy zakres tejże ochrony ustawom szczególnym.

Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142 poz. 1592 z późn. zm.) zakłada natomiast, że ochrona praw konsumenta należy do zadań powiatu.

W oparciu o przepisy wynikające z ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należy uznać, iż podstawowym i nadrzędnym celem Miejskiego Rzecznika Konsumentów jest ochrona praw i interesów konsumentów. Zadanie to realizowane jest między innymi poprzez: 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, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi; wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych.

Rzecznik konsumentów może również wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów. Rzecznik konsumentów obowiązany jest także przekazywać na bieżąco delegaturom Urzędu wnioski i sygnalizować problemy dotyczące ochrony konsumentów, które wymagają podjęcia działań przez organy administracji rządowej.

W sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów Rzecznik konsumentów może natomiast pełnić funkcję oskarżyciela publicznego w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 24 sierpnia 2001 roku Kodeks postępowania w sprawach o wykroczenia (Dz. U. Nr 106, poz. 1148, z późn. zm.).

Ustawa kodeks postępowania cywilnego z dnia 17 listopada 1964 roku (Dz.U. z 1964 Nr 43 poz. 296 z późn. zm.) stanowi zaś podstawę do przedstawienia sądowi istotnego dla sprawy poglądu.

Dodatkowym obowiązkiem Rzecznika nałożonym przez Regulamin organizacyjny Urzędu Miasta Załącznik do Zarządzenia Nr 0152/1/06 Prezydenta Miasta Tychy z dnia 30 listopada 2006 r. jest prowadzenie edukacji konsumenckiej.

2. Struktura i organizacja biura rzecznika

Zgodnie z przepisami ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów niniejsze sprawozdanie obejmuje okres od dnia 1 stycznia 2009 roku do dnia 31 grudnia 2009 roku. W okresie tym, funkcję Miejskiego Rzecznika Konsumentów pełniła:

- **Danuta Kępka** - do dnia 27 kwietnia 2009 roku,
- **Katarzyna Szostak – Zjawiony** działająca w zastępstwie Miejskiego Rzecznika Konsumentów w okresie od dnia 1 maja 2009 roku do dnia 5 października 2009 roku (upoważnienie Prezydenta Miasta Tychy nr 0113/22/09 z dnia 30 kwietnia 2009 roku, nr 0113/62/09 z dnia 1 września 2009 roku, pełnomocnictwo nr 0113/63/09 z dnia 1 września 2009 roku, upoważnienie nr 0113/66/09 z dnia 1 października 2009 roku, pełnomocnictwo nr 0113/67/09 z dnia 1 października 2009 roku), a od dnia 6 października 2009 roku sprawująca funkcję Miejskiego Rzecznika Konsumentów.

Obecnie w biurze Rzecznika zatrudnione są dwie osoby, tj. Rzecznik oraz pracownik biura. Siedziba biura mieści się w Tychach przy ul. Grota Roweckiego 42 p. 229, 230.

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:

Miejski Rzecznik Konsumentów w sprawach związanych z ochroną praw i interesów konsumentów, przyjmuje konsumentów osobiście lub poprzez pracownika biura. Porady udzielane są w różnorakiej formie, zarówno ustnej, jak i pisemnej bądź w formie elektronicznej. Generalnie forma udzielenia porady jest uzgadniana indywidualnie w zależności od zgłaszanych potrzeb konsumenta.

Problemy z jakimi w roku ubiegłym, podobnie jak w latach poprzednich, zwracali się konsumenci przede wszystkim dotyczyły podstawowych uprawnień reklamacyjnych kupującego wynikających z gwarancji i niezgodności towaru z umową, braku możliwości zwrotu pełnowartościowego towaru do sprzedawcy, prawa do wyboru żądania reklamacyjnego naprawy bądź wymiany lub prawa do pełnej rzetelnej informacji o towarze. Ilość udzielonych informacji o podstawowych uprawnieniach świadczyć może o jeszcze niewielkiej świadomości konsumenckiej w tym zakresie.

Realizując obowiązek wykonywania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej biuro Miejskiego Rzecznika Konsumentów udzieliło w roku ubiegłym 2327 porad. Struktura udzielanych porad dotyczyła w 62 % umów sprzedaży, w 36 % świadczenia usług oraz w 2 % obejmowała porady w zakresie umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa (wykres i tabela nr 1).

Najczęściej zgłaszane problemy w zakresie jakości i zakresu świadczonych usług dotyczyły: usług telekomunikacyjnych - 157 porad co stanowiło 6,7% łącznie udzielonych w tej kategorii, remontowo – budowlanych - 130 porad (5,6%), kredytu konsumenckiego - 75 (3,2%) czy usług ubezpieczeniowych - 69 (3%). Szczegółową charakterystykę udzielonych porad i informacji prawnych dotyczących świadczonych usług w pozostałym zakresie obrazuje tabela i wykres nr 2.

Liczne problemy konsumentów dotyczyły również kwestii niewykonania bądź nienależytego wykonania umów sprzedaży, których przedmiot stanowiła tradycyjnie sprzedaż obuwia - 283 porady (12,2%), sprzętu elektronicznego - 234 (10,1%), wyposażenia wnętrz - 220 (9,5%) czy wadliwych telefonów komórkowych - 121 (5,2%). W pozostałym zakresie wątpliwości i zapytania konsumentów dotyczyły sprzętu komputerowego, odzieży, samochodów i akcesoriów samochodowych, jak i nieruchomości. Szczegółowa struktura udzielonych porad i informacji prawnych o bardzo szerokim spektrum przedstawiona została w tabeli i na wykresie nr 3.

Dość problematyczna dla konsumentów okazała się również kwestia umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa - 57 porad (2,4%). W głównej mierze dotyczyły one możliwości odstąpienia od umów. Umowy te analizowane były również przez Rzecznika pod kątem zachowania przez przedsiębiorcę wymogów przewidzianych prawem, jak chociażby kwestii pouczenia konsumenta na piśmie o możliwości odstąpienia od umowy czy dostarczenia wzoru przedmiotowego oświadczenia. Zdarzają się bowiem przypadki zaniechania tychże obowiązków przez przedsiębiorców bądź też zachowanie jedynie pozorów ich dopełnienia.

Wypełniając obowiązek nałożony ustawą uaktualniono i wzbogacono również Biuletyn Informacji Publicznej o nowe formularze, które okazały się być pomocne bez konieczności osobistego kontaktu w biurze Rzecznika. Przygotowany wzór wniosku o interwencję przyczynił się do konieczności przeanalizowania przez konsumenta dotychczasowej, prowadzonej często samodzielnie drogi, dochodzenia swoich praw oraz do sprecyzowania swoich oczekiwań wobec Rzecznika, co znacznie usprawnia pierwsze spotkanie z konsumentem.

Udzielanie bezpłatnej porady i informacji prawnej w codziennej pracy Rzecznika obejmuje również pomoc w sporządzaniu różnego rodzaju pism, zarówno tych wymienianych na etapie przesądowym, jak i w trakcie toczącego się już postępowania sądowego. Oferowana pomoc w tym zakresie dotyczy m.in. sporządzania zgłoszeń reklamacyjnych, odwołań od decyzji przedsiębiorców, odstąpień od umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Niezwykle pomocne są więc formularze, wzory stosowane dotychczas, jak i nowowprowadzone przez pracowników biura, które w praktyce znacznie przyspieszają postępowanie w sprawie. Służymy również pomocą w sporządzaniu pism procesowych w postępowaniach cywilnych, a dostępne w biurze formularze procesowe umożliwiają udzielenie precyzyjnej instrukcji co do dalszego postępowania w sprawie.

Umieszczona w części IV niniejszego sprawozdania tabela oraz wykres nr 4 przedstawiają natomiast liczbę udzielonych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy. Wynika z nich, iż ilość zapytań konsumentów w całym rocznym okresie kształtowała się na porównywalnym poziomie. Średniomiesięcznie udzielono 230 porad i informacji prawnych.

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

W zależności od stanowiska przedsiębiorcy w konkretnej sprawie Rzecznik podejmuje decyzję co do formy swojego wystąpienia. Czasem wystarczającą okazuje się być rozmowa telefoniczna z przedsiębiorcą, w trakcie której uświadomienie obowiązków przedsiębiorcy a zarazem uprawnień konsumenta przynosi oczekiwany rezultat. Zdarza się natomiast, iż taka forma jest niezadowalająca, wówczas konieczne jest wystąpienie Rzecznika z oficjalnym pisemnym wystąpieniem.

W roku sprawozdawczym biuro Rzecznika przygotowało i wysłało łącznie 430 wystąpienia przedsądowe, dodatkowe 16 postępowań inicjowanych wystąpieniem Rzecznika zapewne znajdzie swój finał w roku 2010. Dla porównania w roku 2008 wysyłano 471 wystąpień, a w 2007 roku 587 wystąpień.

Spadek ilości wysyłanych pism, w tradycyjnej formie pisemnej przekazywanych drogą pocztową, spowodowany jest wzrostem ilości spraw załatwianych przez biuro Miejskiego Rzecznika Konsumentów w formie elektronicznej z przedsiębiorcami, która poprzedza oficjalne wystąpienie. Nawiązana w poprzednich latach, a kontynuowana i poszerzona o nowych przedsiębiorców, będących w głównej mierze operatorami świadczącymi usługi telekomunikacyjne, ścisła współpraca pozwala na sprawniejszą wymianę stanowisk, niż czasochłonna forma tradycyjna. Stała współpraca i bezpośredni kontakt z przedstawicielami przedsiębiorców umożliwia częstokroć wypracowanie wyniku z korzyścią dla konsumenta.

Struktura wystąpień Rzecznika przedstawia się następująco: niewykonanie bądź nienależyte wykonanie umów – 59 %, usług – 38 %, wystąpienia w zakresie umów zawieranych na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa – 3 % (wykres i tabela nr 5).

Wystąpienia Rzecznika, których przedmiot stanowiło wykonanie umów i zamówień na usługi, w głównej mierze dotyczyło braku satysfakcji z usług telekomunikacyjnych - 50 wystąpień (11,6% wszystkich wystąpień), remontowo – budowlanych - 28 (6,5%), usług turystycznych - 13 (3%) oraz telewizyjnych - 10 (2,3%). W pozostałym zakresie wystąpienia dotyczące usług kształtowały się jak w załączonej tabeli oraz wykresie nr 6.

Pozostała ilość wystąpień dotyczyła niezadowolonych konsumentów z wykonania umów sprzedaży dotyczących głównie obuwia - 78 (18,1%) i odzieży - 27 (6,3%), wyposażenia wnętrz - 38 (8,8%), sprzętu RTV i ADG - 23 (5,3%), nieruchomości - 21 (4,9%) i telefonów komórkowych - 17 (4,0%). W 15 (3,5%) postępowaniach skierowano do przedsiębiorców pisma w sprawie umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość. Szczegółową strukturę przedmiotowych interwencji Rzecznika przedstawia tabela i wykres nr 7.

Każde z wystąpień zawiera propozycję polubownego załatwienia sporu. W przypadku braku możliwości rozstrzygnięcia sprawy za pośrednictwem biura Rzecznika, część spraw kierowanych jest na drogę postępowania sądowego przed sądem powszechnym bądź przed Polubownym Sądem Konsumenckim przy Inspekcji Handlowej.

3. **Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi:**

W roku objętym niniejszym sprawozdaniem kontynuowano dotychczasową współpracę z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów czy z Komisją Nadzoru Finansowego m.in. poprzez otrzymywanie wyjaśnień, materiałów edukacyjnych, udział w organizowanych kilku spotkaniach szkoleniowych. W indywidualnych sprawach konsumentów skierowano wnioski o wsparcie działań Rzecznika do Urzędu Komunikacji Elektronicznej (2 wystąpienia), Rzecznika Ubezpieczonych, Urzędu Regulacji Energetyki (1 wystąpienie), udostępniającym również pomocny w pracy Rzecznika Biuletyn Urzędu Regulacji Energetyki. W sprawie zaś zbiorowego naruszania praw konsumentów w roku 2009 skierowano 2 zawiadomienia do UOKiK w sprawie podjęcia czynności w zakresie stosowania przez przedsiębiorców niedozwolonych praktyk w zakresie postanowień umowy wpisanych do rejestru tzw. „klauzul niedozwolonych" lub nieuczciwych praktyk rynkowych.

4. **Rzecznik konsumentów może w szczególności wytaczać powództwa na rzecz konsumentów oraz wstępować, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów:**

W zakresie wskazanego uprawnienia w 2009 roku biuro Rzecznika przygotowało dla konsumentów 19 pozwów i pism procesowych. W większości dotyczyły one nienależytego wykonania umów sprzedaży drzwi i okien wraz z montażem, sprzedaży sprzętu AGD, mebli oraz obuwia.

5. **W sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów rzecznik jest oskarżycielem publicznym w rozumieniu przepisów kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia:**

Celem zapewnienia sprawności i skuteczności interwencji Rzecznika ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje pewnego rodzaju element nacisku na przedsiębiorcę w postaci kary grzywny, w razie braku ustosunkowania się do wystąpienia Rzecznika. W przypadku bezczynności przedsiębiorcy Rzecznik może wystąpić do sądu z wnioskiem o

ukaranie grzywną na zasadach i w trybie wynikającym z Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia. W 2009 roku w 4 sprawach wystąpiono z wnioskami o ukaranie do sądu grodzkiego. Do dnia 31 grudnia 2009 roku w 1 sprawie zapadł prawomocny wyrok skazujący na karę grzywny w wysokości 2.000 złotych. W 1 sprawie uniewinniono obwinionego, po uprzednim pozytywnym zakończeniu procedury reklamacyjnej, natomiast 2 sprawy są nadal w toku.

6. **W zakresie spraw, w których rzecznik nie uczestniczy, może przedstawiać sądowi istotne dla sprawy poglądy:**

W oparciu o treść art. art. 63 Kodeksu postępowania cywilnego Rzecznik nie uczestnicząc w sprawie, może przedstawiać sądowi istotny dla sprawy pogląd. Dotyczy to postępowań sądowych, których przedmiot sprawy stanowi naruszenie praw i interesów konsumentów. W 2009 roku Miejski Rzecznik Konsumentów zgłosił i przedstawił istotny dla sprawy pogląd w 1 sprawie toczącej się bez jego udziału.

7. **Prowadzenie edukacji konsumenckiej**:

W roku sprawozdawczym kontynuowano realizację cyklu zajęć z zakresu edukacji konsumenckiej z uczniami tyskich szkół publicznych. W zależności od zgłaszanego zapotrzebowania na spotkania o tematyce konsumenckiej przez dyrektorów i nauczycieli placówek, Rzecznik przeprowadził łącznie 6 wykładów w: Zespole Szkół nr 6 w Tychach, Zespole Szkół nr 5 oraz w I Liceum Ogólnokształcącym im. Leona Kruczkowskiego w Tychach. Tematyka zajęć każdorazowo uzgadniana jest z organizatorem spotkań, czasem podporządkowana programowi szkolnemu, w szczególności dotyczy sprzedaży konsumenckiej, zawierania umów na odległość i poza lokalem przedsiębiorcy. W ramach prowadzonych zajęć prócz wykładu Rzecznika, znajdujemy czas na wyjaśnienie bieżących wątpliwości z zakresu ochrony praw konsumentów zgłaszanych zarówno przez uczniów, jak i nauczycieli szkół.

8. **Współpraca ze środkami masowego przekazu:**

W roku sprawozdawczym Rzecznik udzielił 6 informacji i wywiadów prasowych. Wypowiedzi Rzecznika publikowane były w tygodniku lokalnym „Twoje Tychy”, z którym nawiązano obecnie stałą, ścisłą współpracę oraz w Dzienniku Zachodnim. I tak udzielono m.in.

informacji w przedmiocie reklamacji usług turystycznych, możliwości zapłaty przy użyciu kart kredytowych, reklamacji z tytułu niezgodności towaru z umową i gwarancji, niewykonania umów sprzedaży drzwi i okien wraz z montażem.

III. Wnioski końcowe

Z przedstawionych w niniejszym sprawozdaniu danych wynika zmniejszenie liczby udzielonych porad i informacji prawnych w 2008 roku w ilości 2327 w porównaniu do roku 2007, w którym konsumenci zwracali się o pomoc Rzecznika w 2884 sprawach. Zjawisko to świadczyć może o rosnącej świadomości konsumentów swoich praw i środków dochodzenia swoich racji w sporze z przedsiębiorcą. Z drugiej strony, nadal wysoka ilość udzielonych porad i informacji prawnych obrazuje wiedzę konsumentów o możliwości skorzystania z pomocy Rzecznika. Niestety w wielu przypadkach konsumenci zwracają się o pomoc już po zaistniałym fakcie, co niejednokrotnie poważnie ogranicza pozytywne rozstrzygnięcie.

W porównaniu z latami 2007 - 2008 zmniejszyła się również liczba wystąpień Rzecznika w indywidualnych sprawach konsumentów, osiągając liczbę 430. Dane te wskazywać mogą na coraz większą samodzielność konsumentów w zakresie dochodzenia swoich praw przy uwzględnieniu wskazówek i poradnictwa udzielanego przez Biuro Miejskiego Rzecznika Konsumentów.

Kontynuowanie współpracy z tyskimi szkołami publicznymi owocuje sygnalizowanym coraz większym zapotrzebowaniem na prowadzenie działalności Rzecznika z tym zakresie. W roku 2008 odbyto 5 spotkań edukacyjnych, w roku sprawozdawczym liczba ta obejmuje natomiast 6 przeprowadzonych wystąpień. Realizowane zadanie Rzecznika stwarza możliwość propagowania wiedzy konsumenckiej wśród najmłodszych uczestników rynku, podejmujących pierwsze świadome i niosące za sobą odpowiedzialność decyzje.

Ścisła współpraca z lokalną prasą pozwala stwierdzić żywe zainteresowanie środków masowego przekazu działalnością biura Rzecznika. Sygnalizowane na łamach prasy problemy umożliwiają upowszechnianie wiedzy z zakresu ochrony interesów konsumentów oraz uczulają i przestrzegają przed nieuczciwymi bądź zakazanymi przez prawo zachowaniami przedsiębiorców.

Skorzystanie w roku sprawozdawczym z możliwości przedstawienia sądowi istotnej dla sprawy opinii, wspiera i utwierdza konsumenta w swoich racjach. Jakkolwiek wyrażona przez Rzecznika opinia w indywidualnej sprawie nie musi być wiążącą dla sądu, to może okazać się pomocna w wydaniu ostatecznego rozstrzygnięcia

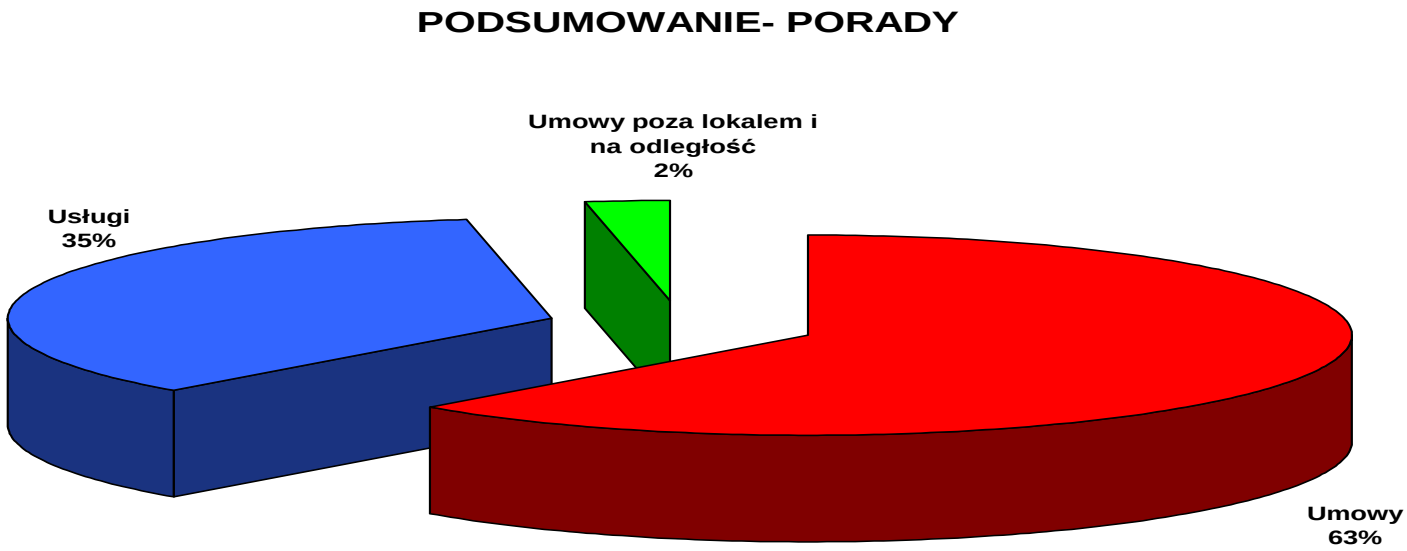
IV. Tabele i wykresy

1. Struktura udzielonych porad

Tabela nr 1

Rodzaj porady	Ilość	Wartość procentowa
Umowy	1445	63%
Usługi	825	35%
Umowy zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość	487	2%
Suma	**2757**	**100%**

Wykres nr 1

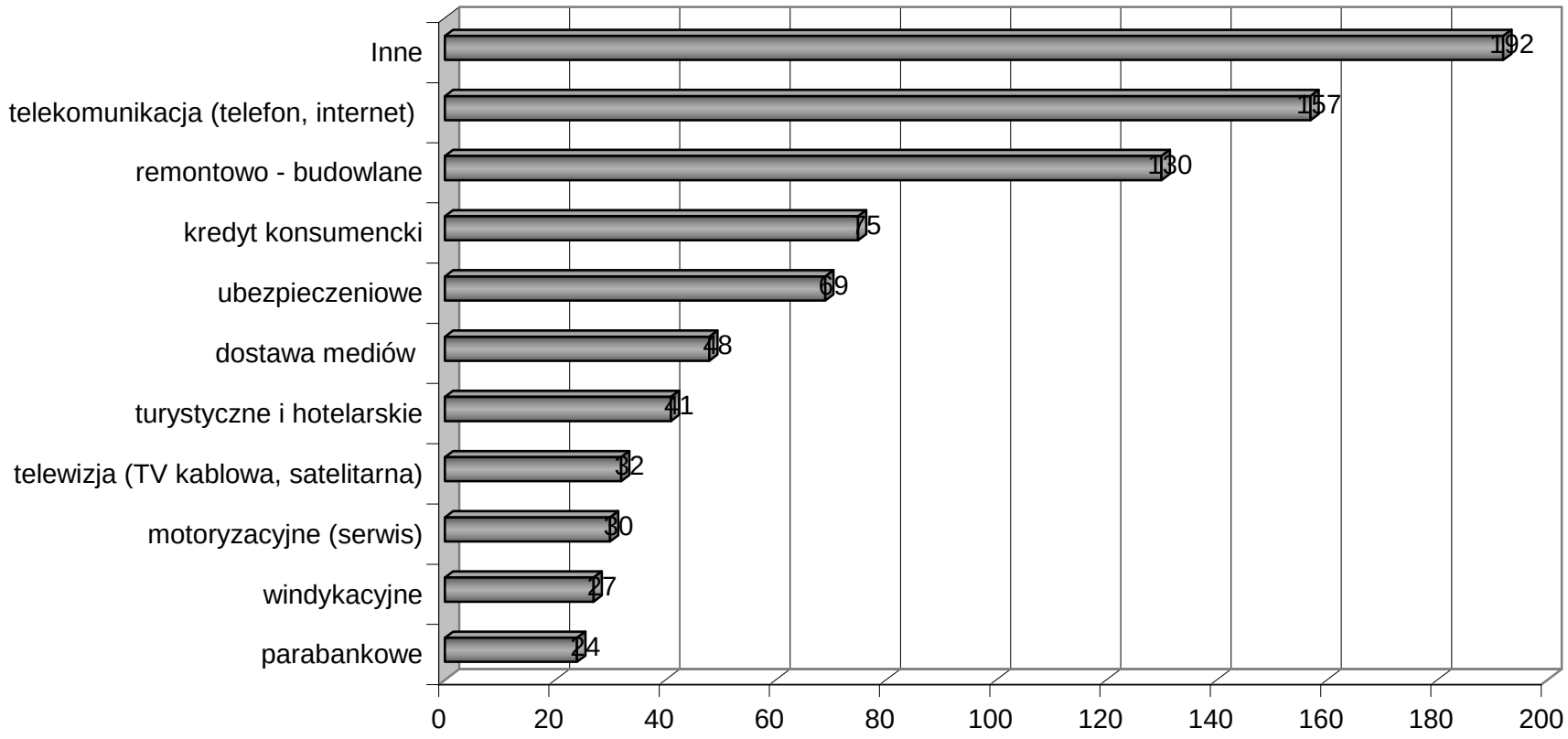


2. Struktura udzielonych porad w zakresie usług **Tabela nr 2**

Przedmiot sprawy: USŁUGI	Ilość udzielonych porad	wartość procentowa ze wszystkich wystąpień	Wartość procentowa z usług
Para bankowe	24	1,0%	3%
Windykacyjne	27	1,2%	3%
motoryzacyjne (serwis)	30	1,3%	4%
telewizja (TV kablowa, satelitarna)	32	1,4%	4%
turystyczne i hotelarskie	41	1,8%	5%
dostawa mediów	48	2,1%	6%
Ubezpieczeniowe	69	3,0%	8%
kredyt konsumencki	75	3,2%	9%
remontowo – budowlane	130	5,6%	16%
telekomunikacja (telefon, internet)	157	6,7%	19%
Inne	192	8,2%	23%
SUMA:	**825**	**35,4%**	**100%**

Wykres nr 2

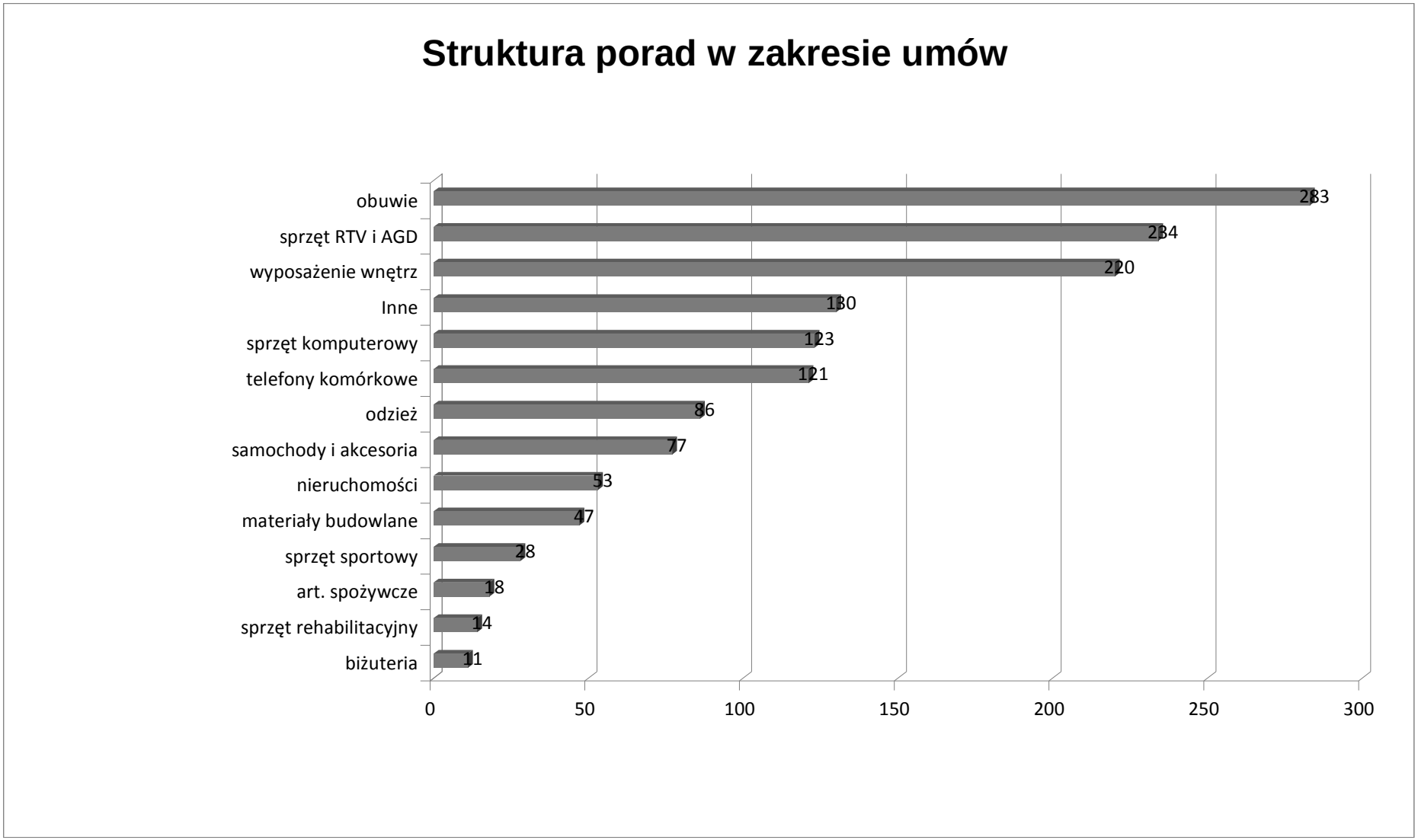
Struktura udzielonych porad w zakresie usług



3. Struktura porad w zakresie niewykonania bądź nienależytego wykonania umów **Tabela nr 3**

Przedmiot sprawy: UMOWY	Ilość udzielonych porad	Wartość procentowa ze wszystkich wystąpień	Wartość procentowa z umów
Biżuteria	11	0,5%	1%
sprzęt rehabilitacyjny	14	0,6%	1%
art. Spożywcze	18	0,8%	1%
sprzęt sportowy	28	1,2%	2%
materiały budowlane	47	2,0%	3%
Nieruchomości	53	2,3%	4%
samochody i akcesoria	77	3,3%	5%
Odzież	86	3,7%	6%
telefony komórkowe	121	5,2%	8%
sprzęt komputerowy	123	5,3%	9%
Inne	130	5,6%	9%
wyposażenie wnętrz	220	9,5%	15%
sprzęt RTV i AGD	234	10,1%	16%
Obuwie	283	12,2%	20%
SUMA:	**1445**	**62,1%**	**100%**

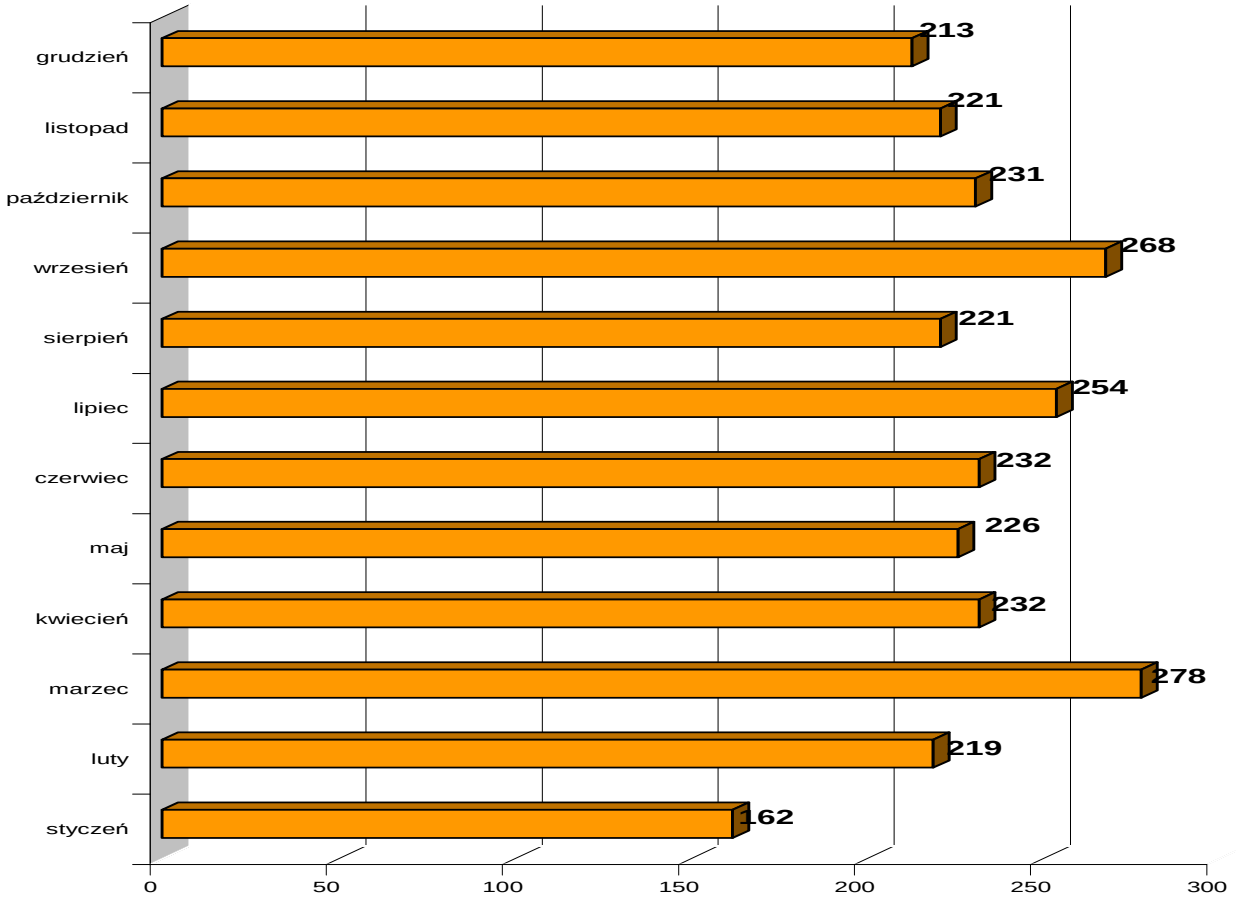
Wykres nr 3


Struktura porad w zakresie umów
obuwie
sprzęt RTV i AGD
wyposażenie wnętrz
Inne
sprzęt komputerowy
telefony komórkowe
odzież
samochody i akcesoria
nieruchomości
materiały budowlane
sprzęt sportowy
art. spożywcze
sprzęt rehabilitacyjny
biżuteria
283
234
220
130
123
121
86
77
53
47
28
18
14
11
0
50
100
150
200
250
300

4. Liczba udzielonych porad i informacji prawnych na przestrzeni 12 miesięcy **Tabela nr 4**

Miesiąc	**Ilość spraw**
styczeń	162
luty	219
marzec	278
kwiecień	232
maj	226
czerwiec	232
lipiec	254
sierpień	221
wrzesień	268
październik	231
listopad	221
grudzień	213
SUMA:	**2757**
Średnia:	**230**

Miesięczna ilość spraw

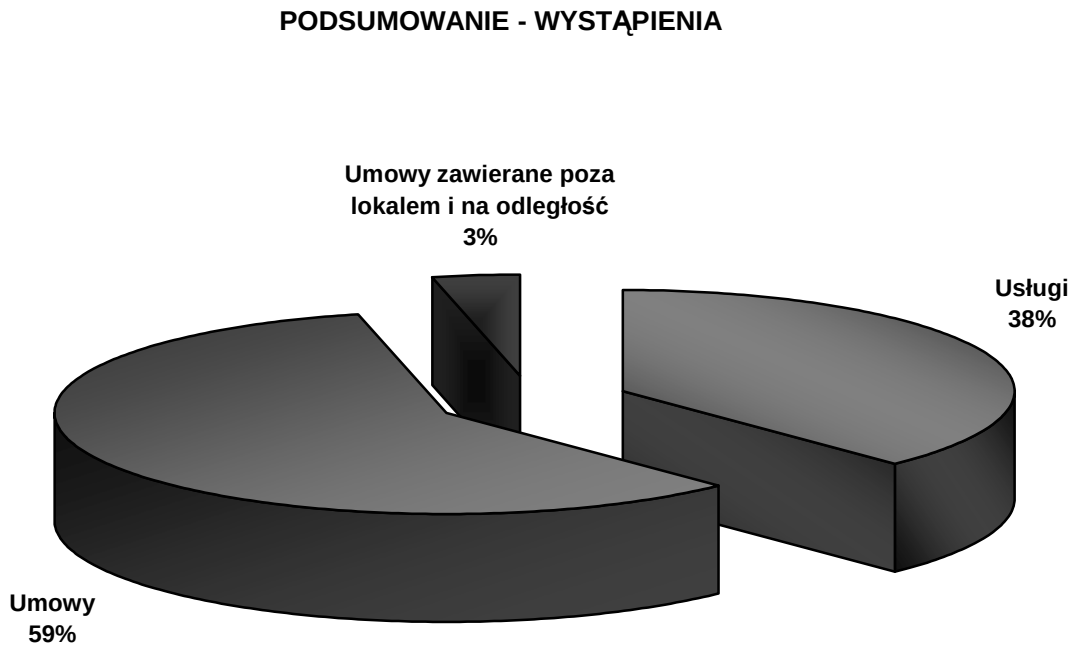


5. Struktura wystąpień Rzecznika

Tabela nr 5

Rodzaj	Ilość	Wartość procentowa	W toku
Usługi	163	38%	7
Umowy	252	59%	7
Umowy zawierane poza lokalem i na odległość	15	3%	2
SUMA	**430**	**100%**	**16**

Wykres nr 5



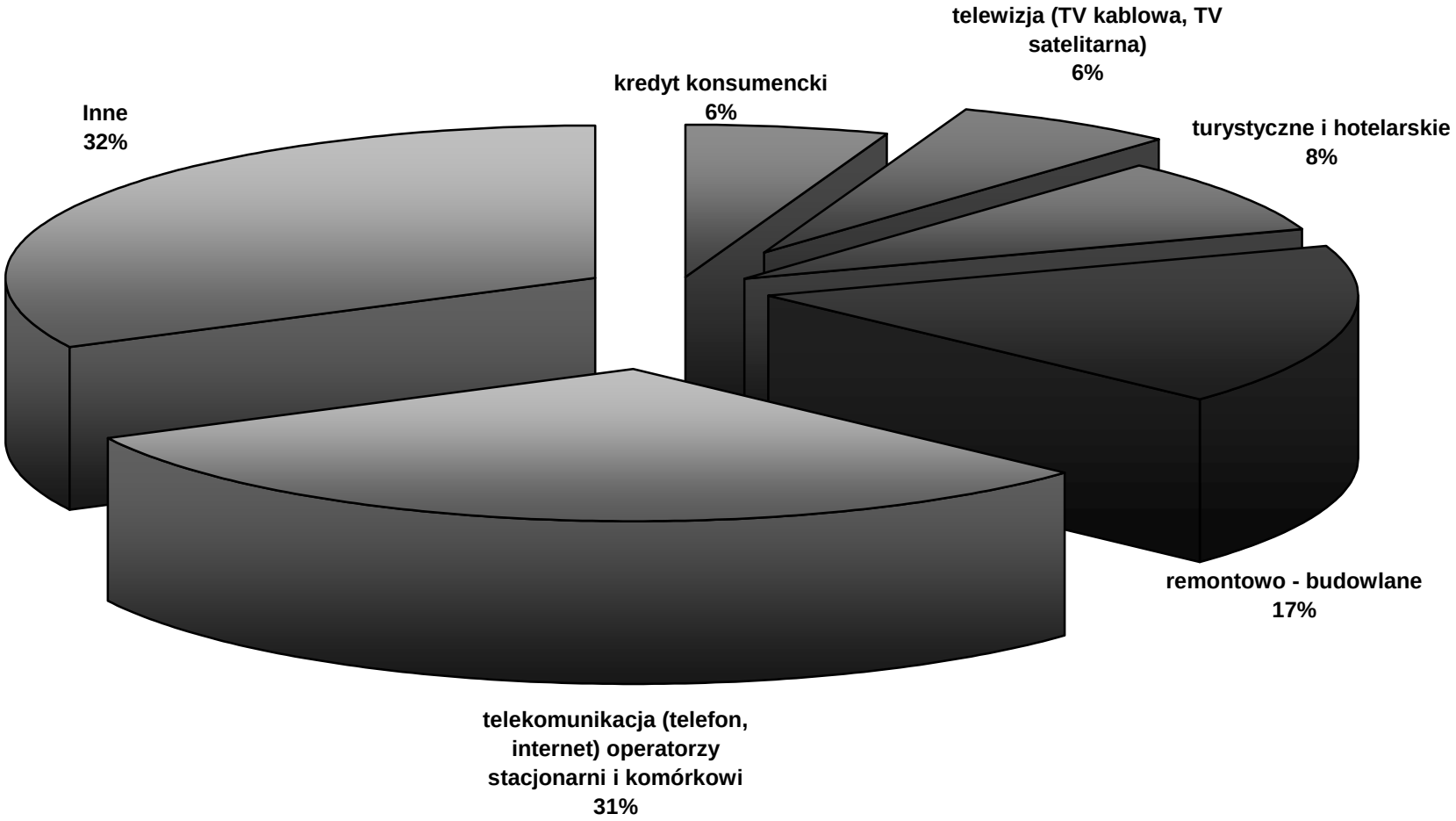
6. Wystąpienia Rzecznika w zakresie wykonania umów oraz zamówień na usługi

Tabela nr 6

Przedmiot sprawy -Usługi	Ilość wystąpień	Sprawy w toku	Wartość procentowa ze wszystkich wystąpień	Wartość procentowa z usług
kredyt konsumencki	9		2,1%	6%
telewizja (TV kablowa, TV satelitarna)	10		2,3%	6%
turystyczne i hotelarskie	13		3,0%	8%
remontowo - budowlane	28	2	6,5%	17%
telekomunikacja (telefon, internet) operatorzy stacjonarni i komórkowi	50	2	11,6%	31%
Inne	53	3	12,3%	32%
Usługi	**163**	**7**	**37,9%**	**100%**

Wykres nr 6

Wystąpienia - struktura usług



7. Wystąpienia Rzecznika w zakresie wykonania umów sprzedaży

Tabela nr 7

Przedmiot sprawy- umowy	Ilość wystąpień	Sprawy w toku	wartość procentowa ze wszystkich wystąpień	wartość procentowa z usług
Inne	33	1	7,7%	13%
sprzęt komputerowy	15		3,5%	6%
telefony komórkowe	17	1	4,0%	7%
nieruchomości	21		4,9%	8%
sprzęt RTV i AGD	23	2	5,3%	9%
odzież	27	1	6,3%	11%
wyposażenie wnętrz	38		8,8%	15%
obuwie	78	2	18,1%	31%
SUMA:	**252**	**7**	**58,6%**	**100%**

Wystąpienia - struktura umów

