



Miejski Rzecznik Konsumentów

URZĄD MIASTA TYCHY

Sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów

Opiniuję:

akceptuję

/-/ Prezydent Miasta Tychy

mgr inż. Andrzej Dziuba

Katarzyna Szostak-Zjawiony
Miejski Rzecznik Konsumentów

Spis treści

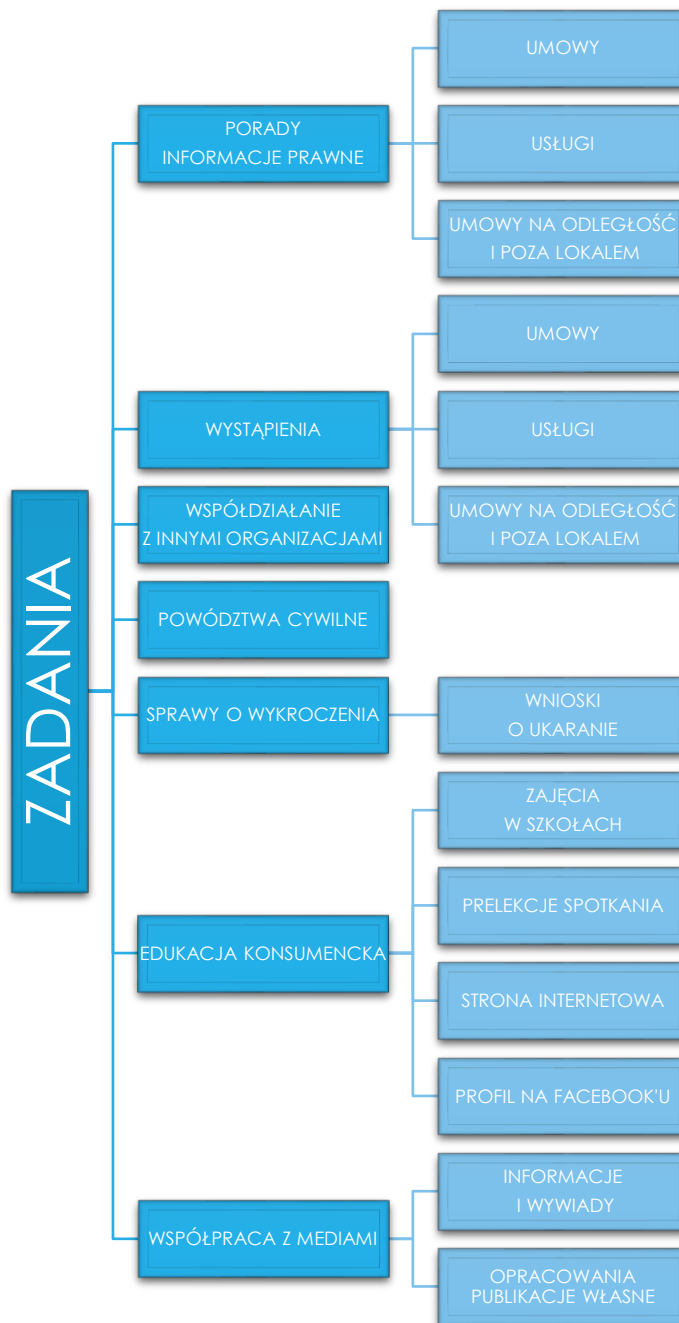
I.	Struktura i organizacja biura rzecznika	2
II.	Realizacja ustawowych zadań rzecznika	3
1.	Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów	4
2.	Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów	6
3.	Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi	8
4.	Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów	8
5.	Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów	9
6.	Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym	9
III.	Wnioski końcowe	13

I. Struktura i organizacja biura rzecznika

Województwo	śląskie
Miasto/Powiat	Tychy
PRK/ MRK	Miejski Rzecznik Konsumentów
Imię i nazwisko Rzecznika Konsumentów	Katarzyna Szostak – Zjawiony
Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	wyższe prawnicze
Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.	TAK
Rzecznik działa w ramach wyodrębnionego biura. Proszę napisać TAK lub NIE.	TAK
Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.	TAK
Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika.	2

II. Realizacja ustawowych zadań rzecznika

Schemat
opracowania
sprawozdania



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

Forma udzielanych porad i informacji prawnych

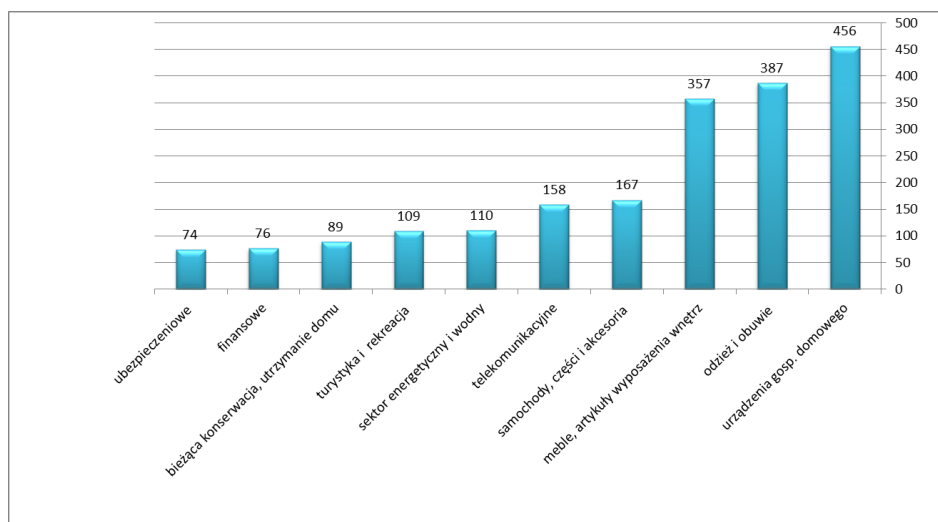
Poza poradami udzielanymi telefonicznie oraz osobiście w biurze rzecznika, dużym zainteresowaniem nadal cieszą się pozostałe formy kontaktu: pisemne, elektroniczne, za pośrednictwem platformy ePUAP bądź za pośrednictwem komunikatora Messenger.

Statystyka

Realizując obowiązek wykonywania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach udzielił w roku ubiegłym **2.789 porad (w roku 2020 - 3.184 porady)**. Odnotowano zatem spadek udzielonych porad w stosunku do roku poprzedniego. W porównaniu do roku ubiegłego, ich **struktura** przedstawia się niemalże identycznie.

Niezmiennie od wielu lat najczęściej zgłaszane skargi konsumentów dotyczyły niewykonania bądź nienależytego wykonania **umów** sprzedaży sprzętu RTV i AGD, odzieży i obuwia, wyposażenia mieszkania czy motoryzacji. W zakresie jakości i zakresu świadczonych **usług** zapytania dotyczyły głównie usług telekomunikacyjnych, finansowych oraz ubezpieczeniowych.

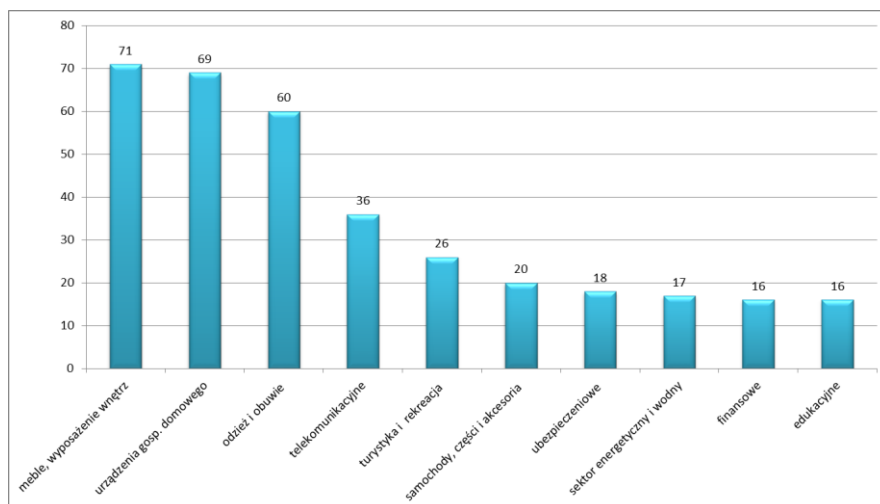
Przedmiot porad ustnych



Wykres nr 1: Porady ustne w 2021 roku

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Przedmiot
porad pisemnych



Wykres nr 2: Porady pisemne w 2021 roku

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

268 skarg
miesięcznie

Analizując zgromadzone dane pod kątem ilości udzielanych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy 2021 roku **średniomiesięcznie** odnotowano **268 skarg**, co stanowi średnio **13 skarg dziennie**.

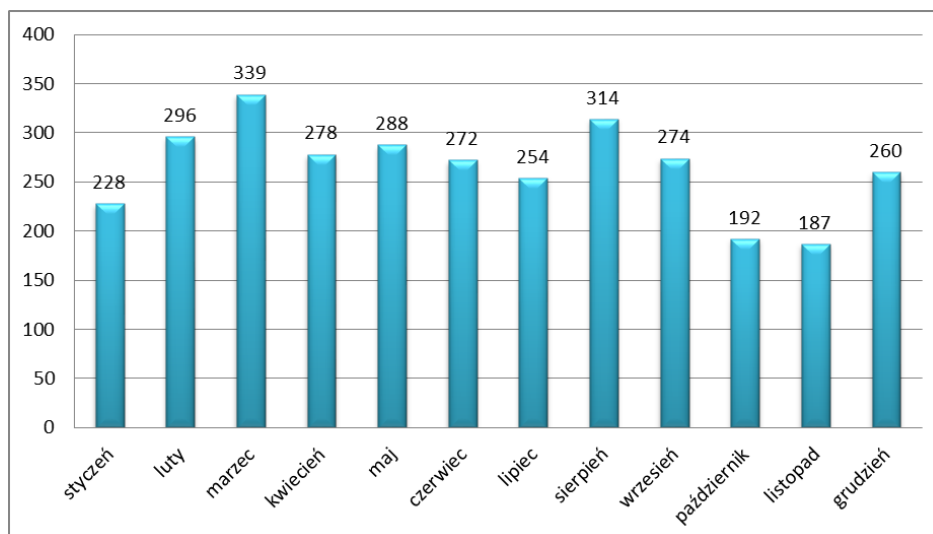
13 porad
dziennie

miesiąc	pisemne	porady ustne	wystąpienia	RAZEM
styczeń	43	202	23	268
luty	45	217	34	296
marzec	57	251	31	339
kwiecień	38	224	16	278
maj	35	210	34	279
czerwiec	34	202	36	272
lipiec	35	164	55	254
sierpień	44	230	40	314
wrzesień	34	193	47	274
październik	30	124	38	192
listopad	23	129	35	187
grudzień	32	193	35	260
SUMA	450	2339	424	3213

Tabela nr 1: Ilość skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Statystyka



Wykres nr 3: Ilość skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy 2021 roku

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

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

Forma przyjmowania wniosków

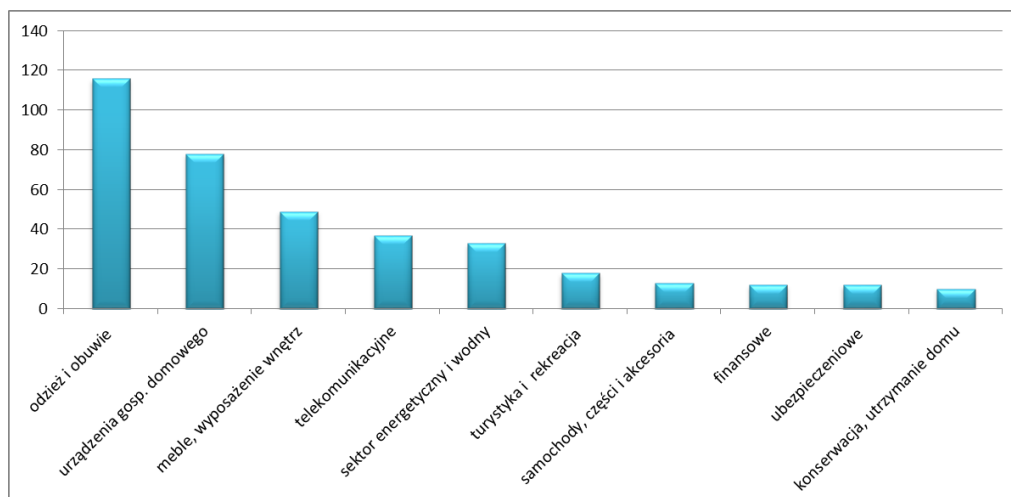
W związku z wdrożonymi obostrzeniami, wnioski o interwencje przyjmowano w tradycyjnej formie pisemnej bądź za pośrednictwem platformy ePUAP. Celem zminimalizowania ryzyka zakażeń, wizyty osobiste w biurze ograniczono do sytuacji, w której złożenie skargi w trybie na odległość było niemożliwe.

2019	2020	2021
10	46	47

Tabela nr 2: Ilość wniosków składanych przez ePUAP w latach 2019-2021

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Podobnie do struktury porad, składane przez konsumentów wnioski o interwencję rzecznika dotyczyły niewykonania bądź nienależytego wykonania **umów** sprzedaży odzieży i obuwia, sprzętu RTV i AGD oraz wyposażenia mieszkania. Co do jakości i zakresu świadczonych **usług** zapytania dotyczyły głównie usług transportowych, przewozowych, finansowych, ubezpieczeniowych oraz telekomunikacyjnych. Porównywalnie do liczby udzielonych porad, odnotowano ponad trzykrotny wzrost skarg z zakresu usług turystycznych.

Przedmiot
wystąpień**Wykres nr 4: Przedmiot wystąpień w roku 2021**

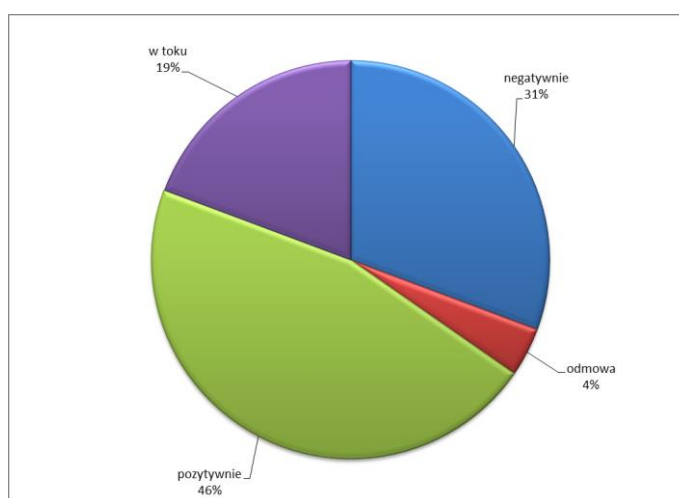
Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

424
wystąpień

W roku sprawozdawczym rzecznik skierował łącznie **424 wystąpienia** do przedsiębiorców, podczas, gdy w roku ubiegłym wszczęto 445 postępowań.

46%
spraw
zakończonych
sukcesem

Ponownie zadowalający jest wynik prowadzonych spraw. W roku sprawozdawczym interwencje doprowadziły do **polubownego zakończenia sporu z przedsiębiorcą w 46%** spraw zakończonych na dzień sporządzenia sprawozdania. W 31% postępowań podjęte działania nie przyniosły pozytywnego dla konsumentów rozstrzygnięcia. 19% spraw nadal jest w toku, natomiast w kolejnych 4% skarg odmówiono interwencji z uwagi na brak właściwości miejscowej bądź rzeczowej rzecznika.

**Wykres nr 5: Wynik postępowań prowadzonych w 2021 roku**

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

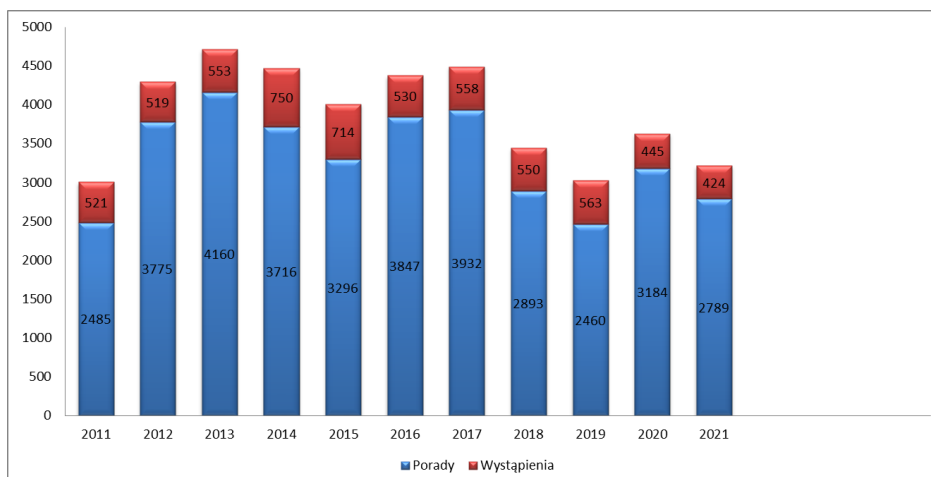


Tabela nr 3: Ilość spraw w latach 2011-2021

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

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

Przekazanie
spraw innym
organom

Zgodnie z właściwością rzeczową **9 spraw przekazano** innym współpracującym instytucjom, tj. Wojewódzkim Delegaturom Inspekcji Handlowych – 7 spraw, Powiatowej Inspekcji Sanitarno-Epidemiologicznej – 1 sprawę, Komendzie Wojewódzkiej Policji w Katowicach – 1 sprawę.

Zawiadomienia
do UOKiK

W roku 2021, złożono **4 zawiadomienia do UOKiK** w sprawie podejrzenia stosowania przez przedsiębiorców postanowień uznanych za niedozwolone. Zgłoszenia dotyczyły również podejrzenia stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, które mogły jednocześnie stanowić naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów

24 pozwy
i inne pisma
procesowe

W zakresie wskazanego uprawnienia w 2021 roku przygotowano dla konsumentów 24 pozwy i inne pisma procesowe. Część spraw dotyczyło nienależytego wykonania usług turystycznych, remontowo - budowlanych oraz reklamacji towarów. Pomoc rzecznika polegała również na przygotowaniu konsumentom szeregu sprzeciwów/zarzutów w sprawach finansowych zmierzających do renegotjacji umów pożyczek i kredytów bądź zawarcia ugody.

Powtarzały się również powództwa z zakresu rozliczenia umów sprzedaży towarów z branży odzieżowej, motoryzacyjnej, meblarskiej oraz zawartych w trybie poza lokalem przedsiębiorstwa, na tzw. pokazach.

5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów

Brak ustosunkowania się przez przedsiębiorcę do treści wystąpienia rzecznika stanowi wykroczenie z art. 114 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów z 16 lutego 2007 roku.

Bezczynność profesjonalisty w tym zakresie stanowi podstawę złożenia przez rzecznika do sądu wniosku o ukaranie przedsiębiorcy karą grzywny w trybie przewidzianym w Kodeksie postępowania w sprawach o wykroczenia.

14 wniosków
o przesłuchanie

Wzorem lat ubiegłych, w przypadku braku udzielenia przez przedsiębiorcę wyjaśnień w odpowiedzi na wystąpienie rzecznika, przed skierowaniem wniosku o ukaranie do sądu, w ramach pomocy prawnej, złożono **14 wniosków o przesłuchanie przedsiębiorcy przez policję.**

W większości przypadków, działania policji okazywały się wystarczające do osiągnięcia celu postępowania rzecznika, tj. uzyskania wyjaśnień przedsiębiorcy, a nierzadko do zakończenia postępowania wyjaśniającego z korzyścią dla konsumenta.

1 wniosek
o ukaranie

W 2021 roku tylko w **1 sprawie** wystąpiono do organów ścigania z wnioskiem o ukaranie.

6. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym

Edukacja
szkolna –
lekcja zdalna

Z uwagi na trwający stan pandemii oraz zarządzoną w szkołach naukę zdalną, realizowane zadanie z zakresu edukacji było utrudnione. W roku szkolnym 2020/2021 przeprowadzono jedną lekcję zdalną dla uczniów szkoły średniej.

Już kolejny rok, zamiast spotkań bezpośrednich z uczniami, rzecznik oferuje przygotowaną wraz z zespołem prelekcję w formie zdalnej. To 45 minutowe wystąpienie o tematyce konsumenckiej dotyczące w szczególności procedury reklamacyjnej towarów i usług oraz umów zawieranych na odległość. Podczas

wystąpienia wspomina się również o niezwykle ważnym aspekcie zawierania umów przez internet, jakim jest zapewnienie bezpieczeństwa transakcji oraz ochrona danych osobowych.

Spotkania z seniorami

Mimo pandemii, mieliśmy okazję dwukrotnie spotkać się z członkami jednego z tyskich klubów seniora w DDPS „WRZOS” - CUS.

Podczas warsztatów rozmawialiśmy o nieuczciwych praktykach niektórych przedsiębiorców w tym szczególnym okresie pandemii. Seniorzy chętnie dzielili się własnymi spostrzeżeniami i doświadczeniami związanymi z wakacyjnymi wyjazdami, zakupami w sieci czy pokazami organizowanymi w tyskich hotelach i restauracjach.

Chcemy wierzyć, że seniorzy, jako świadomi konsumenci podejmując racjonalne decyzje w nowej rzeczywistości zminimalizują ryzyko, nie tylko narażenia swoich finansów, ale i utraty zdrowia.

5 publikacji na stronie internetowej rzecznika

Za ważny element edukacyjny uznaję informacje publikowane na stronie internetowej rzecznika: www.konsument.umtychy.pl.

Pracownicy biura dokładają starań, aby zamieszczane artykuły odpowiadały aktualnym zjawiskom rynkowym i potrzebom konsumentów.

Prezentowana wiedza zapewnia możliwość uzyskania szybkiej i precyzyjnej informacji odnośnie koniecznych działań w ramach różnego rodzaju procedur reklamacyjnych, na ich poszczególnych etapach. Dużą popularnością cieszą się udostępnione wzory pism do pobrania i samodzielnego uzupełnienia.

152 wpisy na profilu rzecznika na Facebook'u

Po utworzeniu w 2020 roku **profilu rzecznika na portalu społecznościowym Facebook**, w 2021 roku kontynuowano działania w tym zakresie. Jest to pierwszy taki profil utworzony wśród rzeczników na Śląsku i prawdopodobnie 5 w kraju.

Cykliczne publikacje znakomicie wpisują się oraz wzbogacają dotychczasowe działania edukacyjne rzecznika, które z całą pewnością przyczyniają się do zwiększenia świadomości konsumenckiej nie tylko mieszkańców Tychów, ale i szerszego grona odbiorców.

W 2021 roku na profilu oraz na stronie internetowej rzecznika **opublikowano łącznie 152 wpisy**. Najpopularniejsze wpisy osiągają zasięg ponad 10.000 odbiorców.

Dużym zainteresowaniem cieszyły się m.in.: seria publikacji „Porada dnia”, letni cykl „Wakacyjne porady rzecznika”, „Witaj szkoło” czy grudniowy „Świąteczny poradnik”.

CYKL
WITAJ SZKOŁO



CYKL
WAKACYJNE
PORADY
RZECZNIKA



Cykl

PORADA DNIA

TYCHY DOBRE MIEJSCE

Czy można kupić samochód przez Internet?

- ✓ Tak, taka **umowa jest ważna** i zgodna z prawem.
- ✓ Masz **14 dni kalendarzowych** na rezygnację (odstąpienie od umowy). Termin ten liczy się **od dnia dostawy towaru**.
- ✓ **Pamiętaj!** Sprzedawca może potrącić część zwracanej ceny, jeśli pojazd był używany przez Ciebie w sposób wykraczający poza zwykłe sprawdzenie jego właściwości (np. amortyzacja za ilość przejechanych kilometrów).

Pamiętaj o swoich prawach!



TYCHY DOBRE MIEJSCE

#poradadnia

Przyjęcie zwrotu towaru zakupionego w sklepie stacjonarnym jest wyłącznie DOBRĄ WOLĄ sprzedawcy.

Z perspektywy czasu, z całą odpowiedzialnością można stwierdzić sukces tego przedsięwzięcia, co potwierdza każdorazowo statystyka aktywności odbiorców, liczne pozytywne komentarze, wzrastająca stale liczba osób obserwujących profil rzecznika, jak i promujących poszczególne posty.

Publikacje prasowe

W 2021 roku udzielono **1 wywiadu prasowego** dla tygodnika Twoje Tychy, który dotyczył płatności za umowy o dzieło (tu: przegląd piecyka gazowego) oraz prawa do reklamowania usług.

Kontrola wzorców

Za zgodą i z upoważnienia Prezydenta Miasta poddano analizie wzorce wykorzystywane przez Jednostki Organizacyjne Miasta oraz Spółki prawa handlowego z udziałem Miasta Tychy pod kątem ich zgodności z obowiązującymi przepisami z zakresu prawa konsumenckiego.

W 2021 roku **analizie poddano łącznie 61 wzorców**.

Powtarzające się zastrzeżenia dotyczyły m.in.: niewłaściwego sposobu przedstawiania cen, stosowania zapisów wskazujących, że w przypadku niejasności bądź w sprawach nieuregulowanych ostateczną decyzję podejmuje dyrektor jednostki, narzucenia wyłącznej właściwości sądu pozostającej w sprzeczności z obowiązującymi w tym zakresie przepisami.

Za niezwykle cenne należy uznać zastosowanie przez niektóre jednostki szeregu prokonsumenckich rozwiązań, zapewniających klientom właściwą ochronę. Otrzymywane każdorazowo wyniki przeprowadzanych analiz rzecznika, **zarządzający przyjmowali z otwartością oraz pełną gotowością na zmiany, wyrażając jednocześnie wolę dalszej współpracy.**

Większość modyfikacji została przez jednostki wdrożona niezwłocznie. Część kwestionowanych zapisów, po złożeniu przez przedstawicieli jednostek dodatkowych wyjaśnień, została uznana za prawidłowe.

Powyższe działania znakomicie wpisują się w realizowane działania edukacyjne rzeczownika.

III. Wnioski końcowe

Odpowiadając na pytanie, **jak kolejny rok pandemii zmienił zachowanie klientów**, można zauważyć, że liczne obostrzenia w sklepach stacjonarnych, nieprzestrzeganie zasad (brak noszenia maseczek) przez innych klientów, obawa o nasze zdrowie i potrzeba izolacji czy kwarantanny z pewnością wielu z nas skłoniła do przeniesienia aktywności do sieci.

Doceniono wygodę zakupów przez internet, gdzie często znajdowano produkty w niższych cenach. Dostrzeżono możliwość zakupu online nowych produktów np. z branży spożywczej. To z pewnością czas rozwoju firm zajmujących się już nie tylko dostawą, ale i zrobieniem zakupów za nas wg wcześniej ustalonej listy.

Zamrożenie gospodarek, obniżenie dochodów lub utrata pracy w zdecydowany sposób wpłynęło na nasze zachowania. **Konsument w pandemii to klient, który ogranicza swoje wydatki**, w bardziej przemyślany sposób podejmuje decyzje zakupowe.

Kwestie bezpieczeństwa, obawa przed transmisją wirusa, ale i wygoda zastąpiła pieniądź papierowy, transakcjami zbliżeniowymi. **Klienci preferują płatność bezgotówkową**, wybierając płatność kartą, przy pomocy bankowości internetowej lub urządzeń mobilnych.

W codziennej pracy rzeczownika, odnotowaliśmy również zwiększoną aktywność konsumentów w sieci. To czas rosnącej liczby transakcji online, ale też pole do nadużyć, oszustw, wyłudzeń finansowych, ale i danych osobowych.

Niestety część skarg wpływających do biura w roku sprawozdawczym dotyczyło **nadużyć w sferze bankowości elektronicznej**. Pomimo licznych komunikatów instytucji bankowych konsumenci wielokrotnie ulegali oszustom narażając się na ogromne straty finansowe. Oszuści wykorzystując zaufanie klientów nakłaniali ich do

„autoryzowania” transakcji poprzez „kliknięcie” w aktywne linki, co prowadziło częstokroć do przejęcia kontroli nad urządzeniem konsumenta. Podobne zjawiska odnotowaliśmy w branży przewozowej i kurierskiej (fałszywe wiadomości o rzekomej niedopłacie do przesyłki) bądź telekomunikacyjnej (niedopłata do rachunku). Przy naszym wsparciu w niektórych z tych spraw konsumentom udało się zawrzeć ugody z przedsiębiorcami, na mocy których umorzono przynajmniej część zobowiązań.

Wyjątkowe pandemiczne okoliczności wymagały od pracowników biura zupełnie innego spojrzenia na wykonywane dotychczas zadania. Podobnie jak w roku ubiegłym, ale bogatsze o doświadczenie, podejmowałyśmy **próby wypracowania nowych działań i form pomocy odpowiadającym zmieniającym się warunkom**. Trudność pracy polegała wielokrotnie na braku odpowiednich przepisów szczególnych nadążających za nowopojawiającymi się zjawiskami.

Realizując działania edukacyjne zintensyfikowano działania w sieci. Głównym kanałem informacyjnym stał się profil rzecznika na Facebook’u, na którym opublikowano, jak dotąd, rekordową liczbę wpisów, cieszących się sporym zainteresowaniem.

W całym okresie sprawozdawczym **zachowano ciągłość pracy urzędu**. Zapewniono konsumentom stały dostęp zdalny do porad i informacji. W okresie poluzowań, dla wspólnego bezpieczeństwa i szacunku zapewniono klientom możliwość uzgodnienia terminu spotkań z pracownikami biura.

Dostosowując sposób realizacji zadań do wyjątkowych pandemicznych okoliczności, należy stwierdzić, że **ustawowe działania rzecznika zostały ponownie zrealizowane**, choć w nowej lub w zmodyfikowanej formie.

Sprawozdanie sporządziła:

**/-/ Katarzyna Szostak-Zjawiony
Miejski Rzecznik Konsumentów**

Tychy, 31 marca 2022 roku

Tabele dodatkowe zalecane przez UOKiK

porady ustne	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie			b. wady towarów nienależyte wykonanie umowy			c. warunki umowy, nieodzwolone postanowienia umowne			d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr			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	b na odległość	c poza lokalem	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem					
a. art. żywnościowe	1			1	10	1		11	4	1		5			17		
b. odzież i obuwie	22	35		57	312	16		328	2			2			387		
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu	10	11	22	43	274	35	2	311	2	1		3			357		
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	16	11	13	40	378	30	2	410		4		4	2		456		
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	3	9		12	139	14		153	1	1		2			167		
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące	3		1	4	2			2		1		1			7		
g. produkty związane z opieką zdrowotną		2	1	3	30	2		32	2			2			37		
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci	1	2		3	15	10		25							28		
i. inne	1	1		2	7	2		9		1		1			12		
j. związane z rynkiem nieruchomości	1		1	2	26			26	15			15			43		
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	2		1	3	86			86							89		
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					4			4							4		
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					21			21							21		
n. finansowe	25	1		26	31	3		34	9	1		10	5	1	6		
o. ubezpieczeniowe	1	1		2	69	1		70	2			2			74		
p. pocztowe i kurierskie					14	1		15							15		
r. telekomunikacyjne	40	5	4	49	91	10	2	103	2	2		4	1	1	158		
s. transportowe	1	1		2	20	5		25	12			12			39		
t. turystyka i rekreacja	41	6		47	50	7		57	5			5			109		
u. sektor energetyczny i wodny	16	3	13	32	52	3		55	12	1		13		10	110		
w. związane z opieką i opieką zdrowotną					16	1		17							17		
x. edukacyjne	5	11		16	11	1		12	3			3		2	33		
y. inne		1		1	9	2		11	2			2			14		
Suma końcowa	189	100	56	345	1667	144	6	1817	73	13		86	8	3	11	22	2270

Tabela UOKiK nr 1: Porady udzielane osobiście i telefonicznie.

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Tabele dodatkowe zalecane przez UOKiK

porady pisemne	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			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	b na odległość	c poza lokalem	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem				
a. art. żywnościowe				2			2	6	1		7	2		2	11	
b. odzież i obuwie		5		5	42	10	52		2		2		1	1	60	
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu	2	5	5	12	50	8	58		1		1				71	
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy		3	3	6	56	2	1	59	2	2	4				69	
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria					20			20							20	
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące					1			1							1	
g. produkty związane z opieką zdrowotną		3		3	2			2							5	
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci	1	2		3	3			3							6	
i. związane z rynkiem nieruchomości	1		1	2	7			7	5		5				14	
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	1			1	13			13							14	
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					2			2							2	
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					5			5							5	
n. finansowe	7			7	5			5	1		1	3		3	16	
o. ubezpieczeniowe	3		1	4	13			13	1		1				18	
p. pocztowe i kurierskie					9	1		10							10	
r. telekomunikacyjne	19	1	5	25	8	1		9	1		1		1	1	36	
s. transportowe	2			2	6			6	6		6				14	
t. turystyka i rekreacja	9	1		10	10			10	4	2	6				26	
u. sektor energetyczny i wodny			1	1	8		1	9	4		1	5		2	17	
w. związane z opieką i opieką zdrowotną					1			1							1	
x. edukacyjne	3	6		9				6	1		7				16	
y. inne	1			1	2	3		5	1		1				7	
Suma końcowa	49	26	16	91	265	25	2	292	37	9	1	47	5	1	3	439

Tabela UOKiK nr 2: Porady udzielane pisemnie.

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach

Tabele dodatkowe zalecane przez UOKiK

wystąpienia	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			Suma końcowa
	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokałem	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokałem	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokałem	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokałem	
a. art. żywnościowe				1	2	3							3
b. odzież i obuwie		4		4	109	3	112						116
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu		2	3	5	39	4	43				1	1	49
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy		5	2	7	65	5	70			1		1	78
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria		1		1	9	3	12						13
g. produkty związane z opieką zdrowotną					2		2						2
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci		1		1		1	1						2
i. inne				1	1	1	2		1	1			3
j. związane z rynkiem nieruchomości	1			1	4	2	6				1		8
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	2			2	8		8						10
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					1		1						1
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					2		2						2
n. finansowe	4			4	4		4	1		1	3		12
o. ubezpieczeniowe	2			2	10		10						12
p. pocztowe i kurierskie					3		3						3
r. telekomunikacyjne	18		1	19	18		18						37
s. transportowe	1			1	4		4	1		1			6
t. turystyka i rekreacja	6	1		7	11		11						18
u. sektor energetyczny i wodny	6		2	8	9	2	11	6	1	7	1	6	33
w. z opieką i opieką zdrowotną	1			1	3		3						4
x. edukacyjne	1	3		4	2		2						6
y. inne	3			3		2	2	1					6
Suma końcowa	45	17	8	70	305	23	2	330	9	1	1	11	424

Tabela UOKiK nr 3: Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony interesów konsumentów

Źródło: Opracowanie własne Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Tychach