



**Miejski Rzecznik Konsumentów**  
**URZĄD MIASTA TYCHY**

Sprawozdanie z działalności  
za 2023 rok

---

Opiniuję:

---

/--/ Maciej Gramatyka  
Pełniący Funkcję  
Prezydenta Miasta Tychy

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

## Spis treści

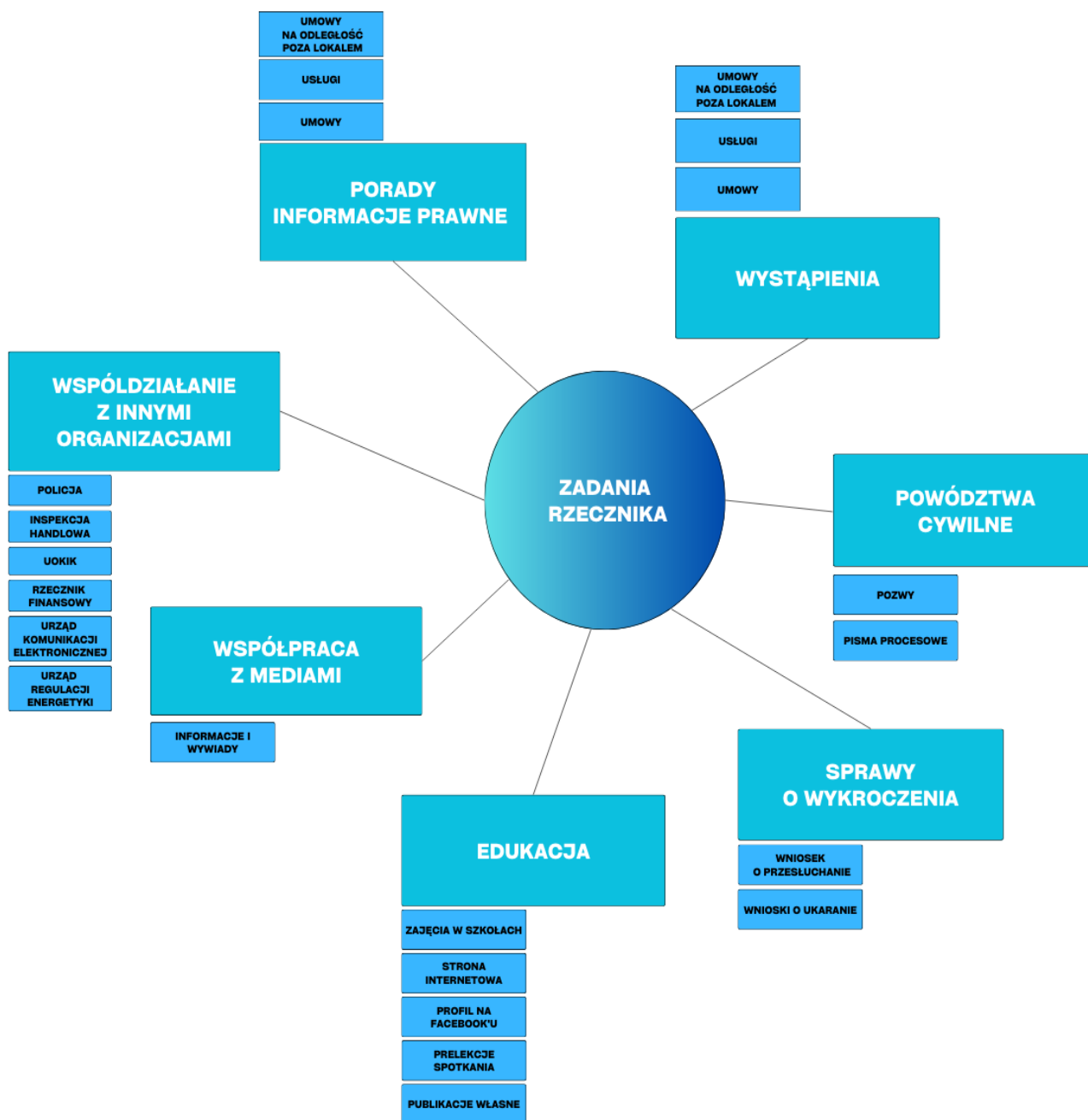
I. Struktura i organizacja biura rzecznika .....	3
II. Realizacja ustawowych zadań rzecznika.....	4
1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.....	5
2. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów .....	7
3. Współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi.....	9
4. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów .....	9
5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów.....	9
6. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym .....	10
III. Wnioski końcowe .....	20
IV. Tabele zalecane przez UOKiK.....	22

**I. Struktura i organizacja biura rzecznika**

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

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.

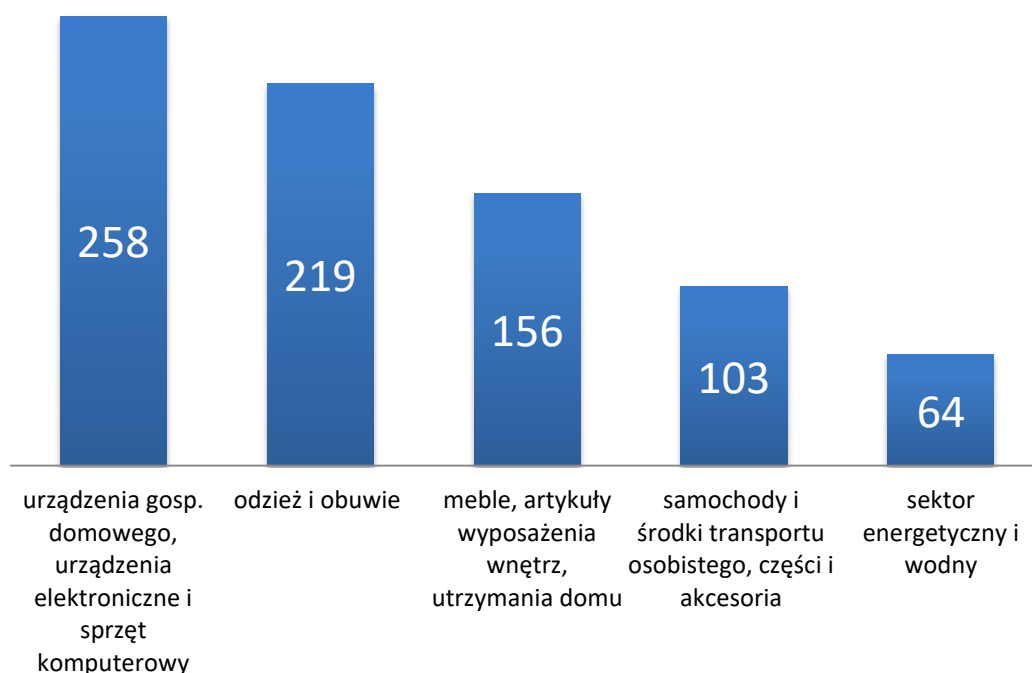
### Ilość udzielonych porad

Realizując obowiązek wykonywania bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej pracownicy biura udzielili w roku ubiegłym **1654 porady (1268 porad ustnych, 386 porad pisemnych)**.

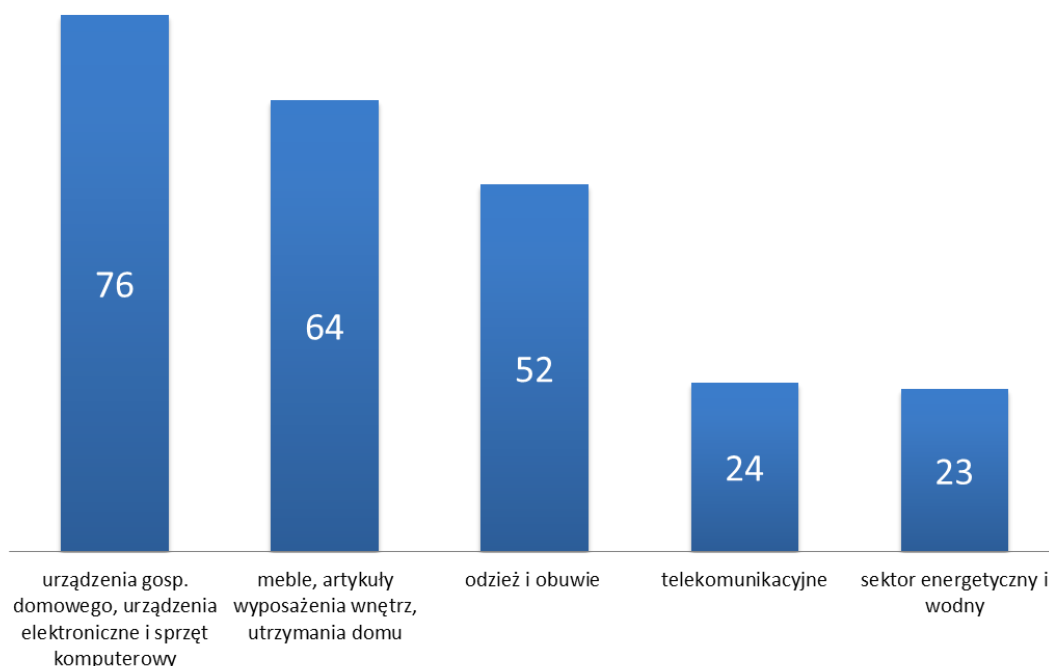
**Struktura** udzielonych porad, w porównaniu do roku ubiegłego, przedstawia się niemalże identycznie.

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

### Przedmiot porad ustnych



Wykres 1: Porady ustne w 2023 roku

Przedmiot  
porad  
pisemnych

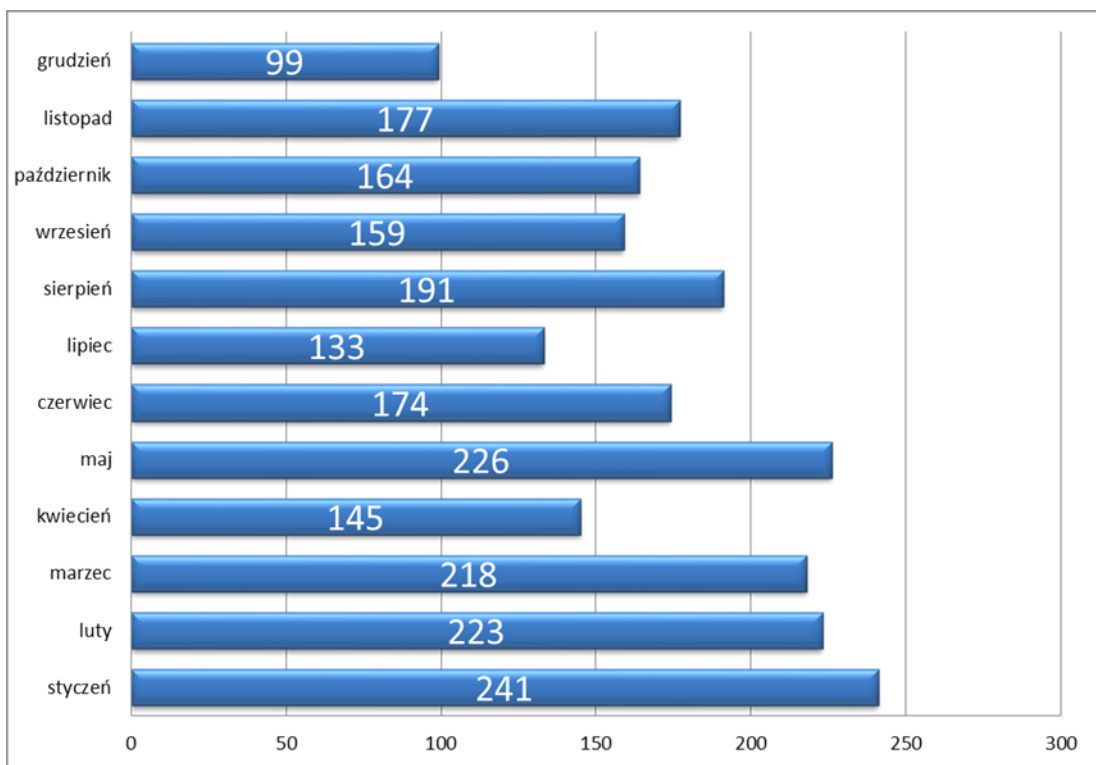
Wykres 2: Porady pisemne w 2023 roku

Analizując zgromadzone dane pod kątem ilości udzielanych porad i informacji prawnych na przestrzeni dwunastu miesięcy 2023 roku **średniomiesięcznie** odnotowano **179 skarg**, co stanowi średnio **8 skarg dziennie**.

179 skarg  
miesięcznie8 porad  
dziennie

miesiąc	porady ustne	porady pismne	wystąpienia	RAZEM
styczeń	169	34	38	241
luty	151	35	37	223
marzec	129	34	55	218
kwiecień	81	20	44	145
maj	161	35	30	226
czerwiec	105	26	43	174
lipiec	67	39	27	133
sierpień	125	35	31	191
wrzesień	82	29	48	159
październik	69	37	58	164
listopad	83	38	56	177
grudzień	46	24	29	99
<b>SUMA</b>	<b>1268</b>	<b>386</b>	<b>496</b>	<b>2150</b>

Tabela 1: Ilość skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy



Wykres 3: Ilość skarg na przestrzeni dwunastu miesięcy 2023 roku

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

### Forma przyjmowania wniosków

Wnioski o interwencje przyjmujemy osobiście, w tradycyjnej formie pisemnej bądź za pośrednictwem platformy ePUAP.

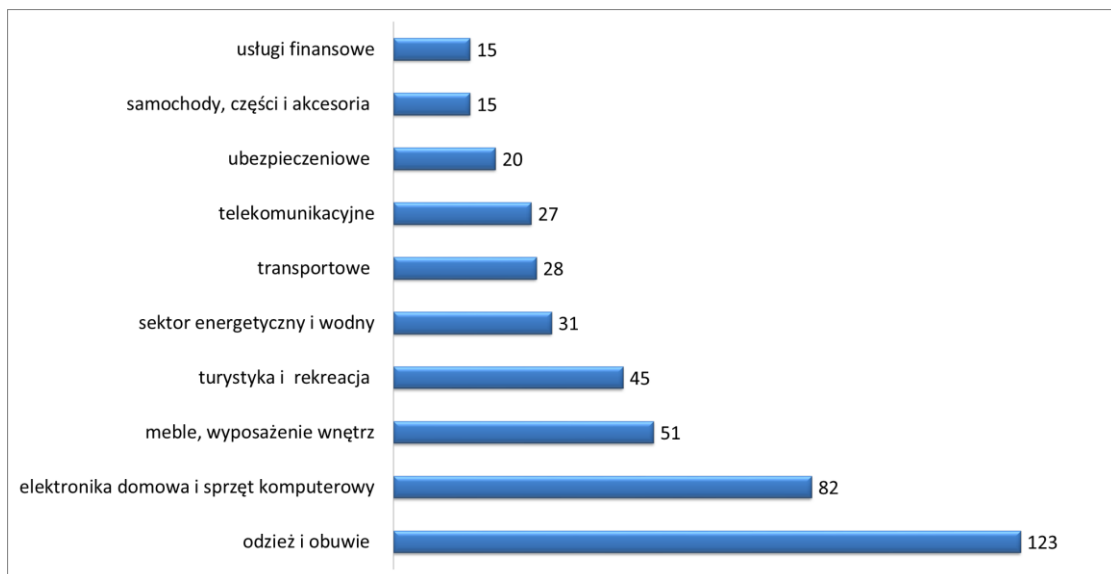
### Telekomunikacja i odzież z największą liczbą skarg

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 telekomunikacyjnych, transportowych, ubezpieczeniowych oraz sektora energetycznego i wodnego.

### Wzrost liczby wystąpień

W roku sprawozdawczym rzecznik skierował łącznie **496 wystąpień** do przedsiębiorców, podczas, gdy w roku poprzednim wszczęto 426 postępowań.

## Przedmiot wystąpień



Wykres 4: Przedmiot wystąpień w 2023 roku

## 57% spraw zakończonych sukcesem

Ponownie zadowalający jest wynik prowadzonych spraw.

W roku sprawozdawczym interwencje doprowadziły do **polubownego zakończenia sporów z przedsiębiorcą w 57%** spraw zakończonych na dzień sporządzenia sprawozdania.

Tylko w 43% postępowań podjęte działania nie przyniosły pozytywnego dla konsumentów rozstrzygnięcia.

Wyliczenia nie uwzględniają 8 spraw w toku, 33 skarg, w których odmówiono interwencji oraz 9 wniosków o interwencję przekazanych właściwym miejscowo instytucjom.

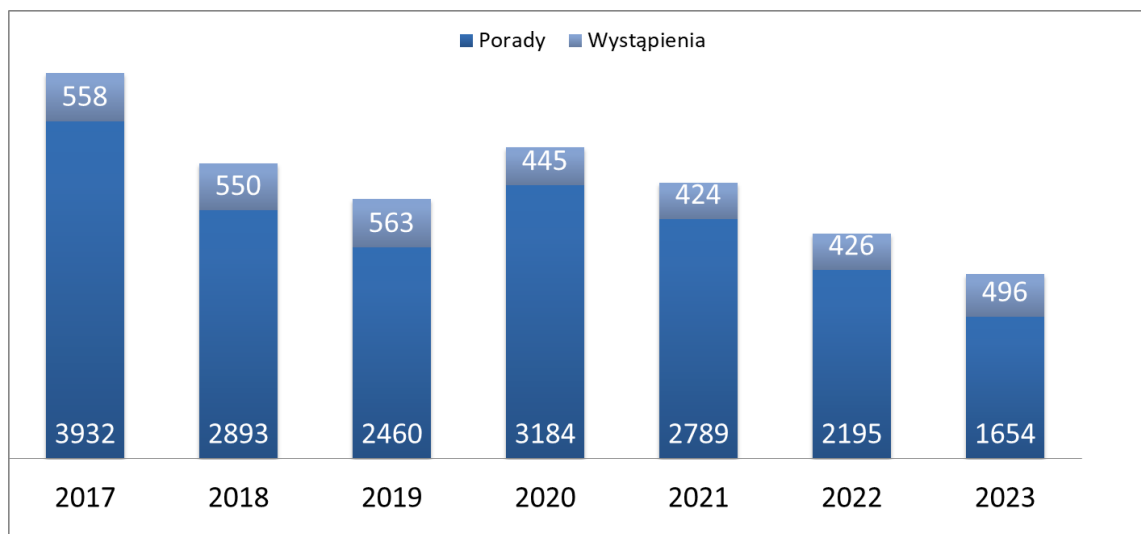


Tabela 2: Ilość spraw w latach 2017-2023



### 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 **5 spraw przekazano** innym współpracującym instytucjom, między innymi Wojewódzkim Delegaturom Inspekcji Handlowych, a do Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów skierowano 1 sprawę.

#### Zawiadomienia do UOKiK

Zawiadomienie adresowane do UOKiK dotyczyło podejrzenia stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, które mogły jednocześnie stanowić naruszenie zbiorowych interesów konsumentów przez przedsiębiorcę z branży turystycznej.

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

#### Pozwy i inne pisma procesowe

W zakresie wskazanego uprawnienia w 2023 roku przygotowano dla konsumentów 17 pozwów lub innych pism procesowych (poprzednio 27). Część spraw dotyczyło nienależytego wykonania umów sprzedaży mebli, artykułów wyposażenia wnętrz, odzieży oraz usług turystycznych, remontowo - budowlanych. Pomoc rzecznika polegała również na przygotowaniu konsumentom szeregu sprzeciwów i zarzutów w sprawach finansowych zmierzających do renegeacji umów pożyczek i kredytów bądź zawarcia ugody.

### 5. Występowanie w sprawach o wykroczenia popełnione na szkodę konsumentów

Brak ustosunkowania się przez przedsiębiorcę do treści wystąpienia rzecznika stanowi wykroczenie.

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

#### 9 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 **9 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 2023 roku tylko w **1 sprawie** wystąpiono do organów ścigania z wnioskiem o ukaranie. Postępowanie sądowe w tej sprawie jest nadal w toku.

## 6. Działania o charakterze edukacyjno – informacyjnym

Edukacja konsumencka stanowi jedno z ważniejszych zadań rzecznika konsumentów. Realizowane przez rzecznika działania w tym zakresie przybierają formę bezpośrednich spotkań z konsumentami (warsztaty, konferencje, szkolenia), publikacji zamieszczanych w prasie, mediach społecznościowych, stronie internetowej rzecznika, przygotowywaniu własnych materiałów edukacyjnych (ulotek, plakatów) bądź rozpowszechnianiu publikacji innych instytucji konsumenckich.

## Spotkania w tyskich szkołach

W roku sprawozdawczym kontynuowano realizację cyklu zajęć z zakresu edukacji konsumenckiej z uczniami tyskich szkół publicznych.

Przeprowadzono aż **12 spotkań** o tematyce konsumenckiej w tyskich szkołach podstawowych oraz średnich.

W zależności od oczekiwań uczestników, spotkanie przybiera formę prelekcji bądź warsztatów.

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 rozpowszechniane są ulotki informacyjno – edukacyjne, znajdujemy czas na wyjaśnienie bieżących wątpliwości z zakresu ochrony praw konsumentów zgłaszanych zarówno przez uczniów, jak i nauczycieli szkół.

**Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach**  
1 grudnia 2023 · 🌐

Taka praca to przyjemność 🥰

Szkoła Podstawowa nr 10 w Tychach D Z I Ę K U J Ę 📖

- ✅ za zaproszenie
- ✅ za aktywny udział
- ✅ możliwość spotkania ze wspaniałą, dojrzałą i świadomą młodzieżą, chętną do wysłuchania nowości, ale i do podzielenia się własnymi doświadczeniami.

📌 Dzisiejsze spotkanie to jedno z wielu planowanych w grudniu z uczniami z tyskich szkół. Grafiki mamy wypełnione po brzegi...

👉 Jeżeli są Państwa zainteresowani zorganizowaniem spotkania z uczniami w Państwa szkole na temat praw konsumenta zapraszamy. 🙌 Mamy jeszcze wolne terminy w styczniu.



**Miejski Rzecznik Konsumentów w Tychach**  
5 grudnia 2023 · 🌐

Dziękuję za zaproszenie Zespół Szkół nr 7 w Tychach 🥰📖

Z ogromną przyjemnością przeprowadziłam dziś lekcję dla młodzieży. A zajmowaliśmy się tematem bezpiecznych zakupów w internecie i prawem do zwrotu towaru zakupionego na odległość.

📌 Zapraszamy do współpracy 🙌

👉 Jeśli jesteś zainteresowany lekcją o prawach konsumentów w Twojej szkole, na terenie Tychów, zadzwoń: 32/ 776-36-77.



## Stąła współpraca z DDPS "Wrzos" oraz Klubem Seniora

Wzorem lat ubiegłych, kontynuowano współpracę z przedstawicielami Dzienego Domu Pomocy Społecznej "Wrzos". W 2023 roku zorganizowano łącznie 3 spotkania z podopiecznymi Domu Pomocy oraz członkami Klubu Seniora przy DDPS.

Podczas warsztatów rozmawialiśmy o niebezpieczeństwach związanych z aktywnością seniorów w internecie (cyberbezpieczeństwie). Korzystanie z nowych technologii dla wielu uczestników spotkania jest już codziennością.

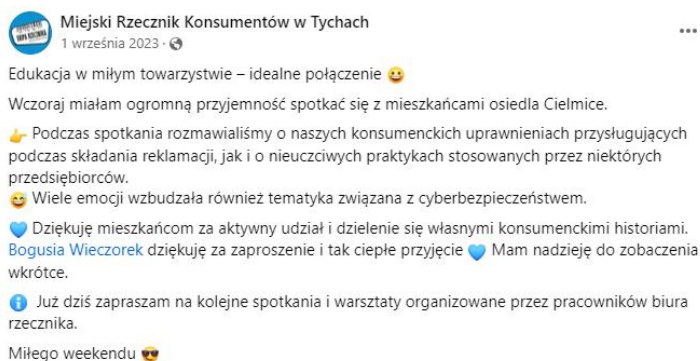
Seniorzy zainteresowani byli również tematyką reklamacji towarów i usług, ochroną danych osobowych oraz umowami zawieranymi na „pokazach”.

Każdorazowo, nasi seniorzy chętnie dzielą się własnymi spostrzeżeniami i doświadczeniami związanymi z wakacyjnymi wyjazdami, zakupami w sieci czy uczestnictwem w pokazach.



## Spotkanie z mieszkańcami Cielmic

Ponadto, rzecznik odwiedziła mieszkańców dzielnicy Cielmice na zaproszenie radnej miasta Tychy. W rozmowie z mieszkańcami przekazano informacje o podstawowych prawach konsumentów oraz omówiono przepisy dotyczące reklamacji i zwrotów.



## Edukacja w sieci

Ważnym elementem edukacyjnym są informacje publikowane na stronie internetowej rzecznika: [www.konsument.umtychy.pl](http://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.

W 2023 roku na stronie internetowej rzecznika opublikowano łącznie aż 20 **artykułów**.

**105 000**  
**wyświetleń**  
**strony www**

Na przestrzeni 2023 roku **strona internetowa rzecznika uzyskała wynik 105 tysięcy wyświetleń**, co potwierdza, że publikowane przez nas treści są interesujące dla czytelników i cieszą się bardzo dużą popularnością.

Szczególnym zainteresowaniem na naszej stronie internetowej cieszy się publikacja z instrukcją oraz wzorem odwołania od nieuznanej reklamacji. Zyskała bowiem w 2023 roku **ponad 41 000 odsłon**.

**41 000 odsłon**  
**instrukcji**  
**jak napisać**  
**odwołanie**

Niemniejsze zainteresowanie wzbudza także zakładka, w której **publikujemy wzory** przydatne w procesie reklamacji czy dotyczące odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

**Działania**  
**edukacyjne za**  
**pośrednictwem**  
**profilu rzecznika**  
**na FB**

Po utworzeniu w 2020 roku profilu rzecznika na portalu społecznościowym Facebook, w 2022 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.

Publikacje zamieszczane na profilu rzecznika na FB łącznie **dotarły do prawie 40 000 użytkowników**. Największą popularnością cieszyły się informacje dotyczące kontrowersyjnych opłat za parkowanie w pobliżu dużych sklepów (18 000 wyświetleń), czy seria praktycznych porad dotyczących reklamacji oraz płatności (12 000 wyświetleń jednego posta).

**170 postów**  
**na Facebook'u**

W 2023 roku na profilu opublikowano łącznie **170 wpisów**.

Nasz profil to nie tylko praktyczne porady i informacje, ale również raporty z różnych badań (np. jakości środków do zmywarek, proszków do prania, bezpieczeństwa zabawek dla dzieci, składu tkanin, jakości odzieży, jakości paliw na stacjach czy usług gastronomicznych itp.).

Nasi czytelnicy wykazali się także dużą aktywnością podczas organizowanych w marcu 2023 roku konkursów i quizów związanych z marcowymi obchodami Światowego Dnia Konsumenta.

W roku sprawozdawczym na profilu rzecznika pojawiły się także cykle porad, m.in. dotyczących organizacji wyjazdów wakacyjnych czy bezpiecznych zakupów w trakcie black friday oraz praktycznych porad dotyczących reklamacji.



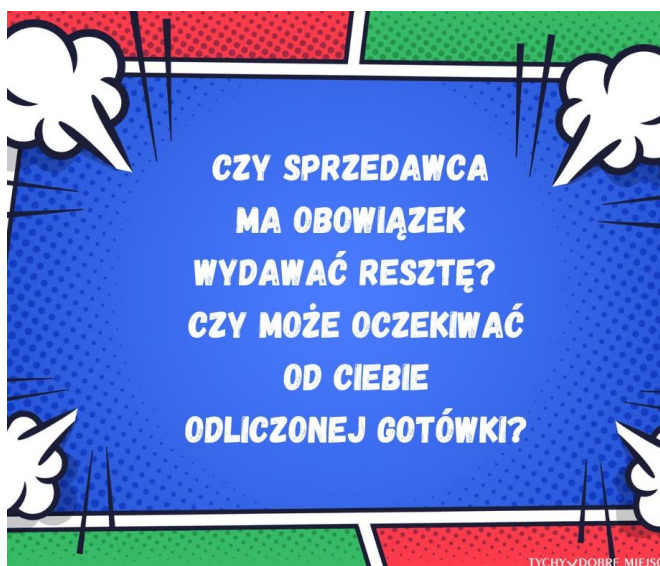
Przykładowe  
posty cyklu  
„wypoczywam  
z głową”







## Przykładowe posty cyklu o reklamacji



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. Na dzień dzisiejszy to już ponad 1 100 osób.

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.

Podjęmowane przez pracowników biura działania z okazji obchodzonego 15 marca Światowego Dnia Konsumenta obejmowały:

## Światowy Dzień Konsumenta

- ✓ **cykl spotkań z podopiecznymi DDPS Wrzos w Tychach oraz w Klubie Seniora przy DDPS Wrzos** (informacja o spotkaniach powyżej)

## Kampania „Kupuję z głową” marzec 2023

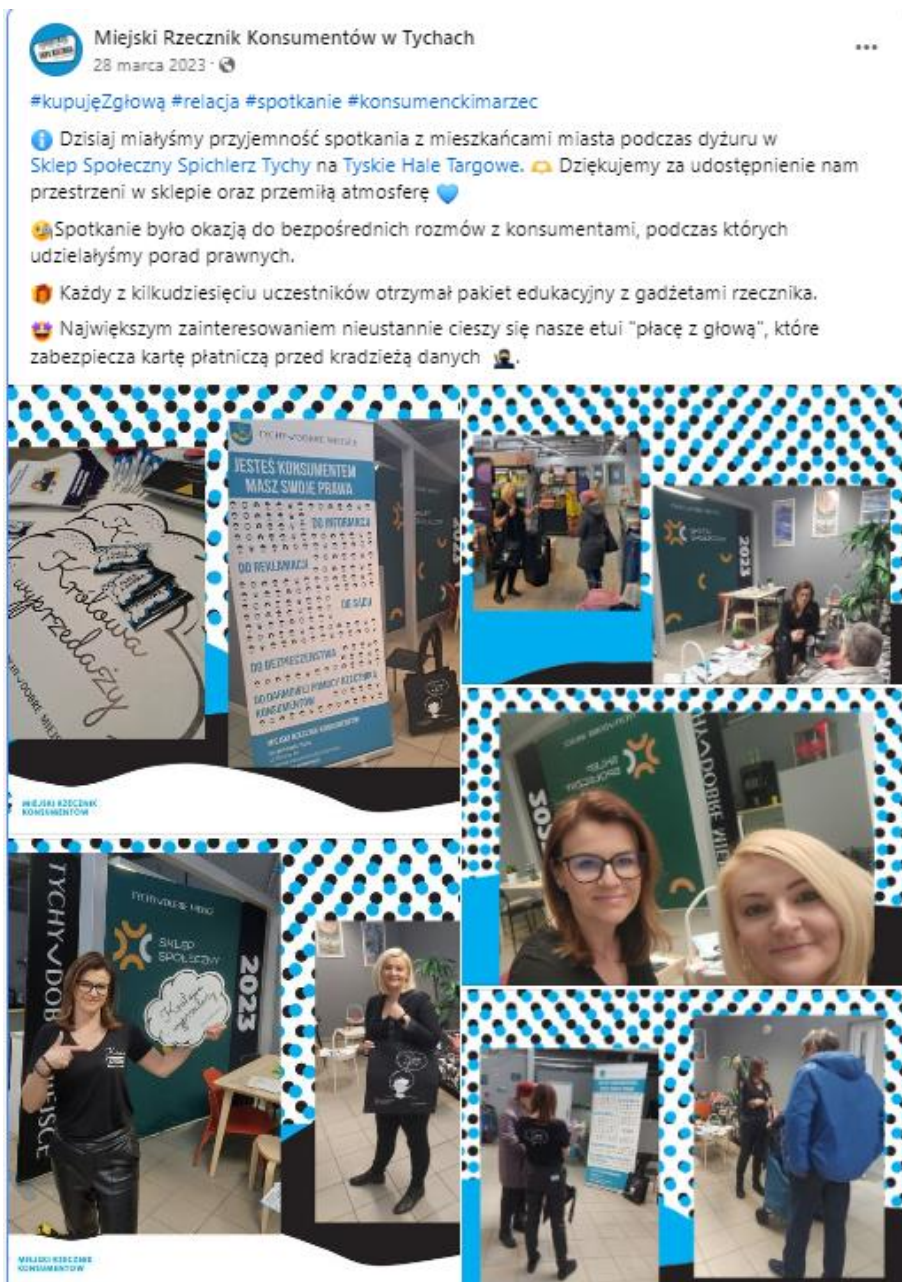
- ✓ **działania edukacyjne w sieci**

Głównym kanałem komunikacyjnym stał się, jak co roku, profil rzecznika na Facebook’u. Dla najmłodszych i nieco starszych konsumentów przygotowano konkursy z nagrodami. Marcowe posty przybrały postać cyklu porad konsumenckich z zakresu cyberbezpieczeństwa.

- ✓ **spotkanie z konsumentami w sklepie społecznym na terenie Tyskich Hal Targowych**

Przy okazji zakupów, w specjalnie zaaranżowanej na tą okazję przestrzeni konsumenci mieli możliwość uzyskania bezpłatnej porady pracowników biura rzecznika w Tychach z zakresu prawa konsumenckiego.

Podczas spotkania klienci dowiedzieli się m.in. jak reklamować wadliwy towar, czy można zwrócić nietrafiony prezent, co zrobić, gdy biuro podróży nie wywiązało się z umowy, jak zwrócić towar zakupiony w sklepie internetowym czy jak zrezygnować z zakupu towaru nabytego podczas tzw. „pokazu”.



Powyższe działania znakomicie wpisują się w realizowane działania edukacyjne rzecznika.

### III. Wnioski końcowe

W roku sprawozdawczym **wzrosła liczba podjętych interwencji** w indywidualnych sprawach konsumenckich. Cieszy nas nie tylko zainteresowanie działalnością pracowników biura, ale i otrzymywane liczne pozytywne opinie na temat uzyskanego wsparcia.

Zmniejszenie ilości skarg upatrujemy natomiast w podejmowanych przez rzecznika **działaniach edukacyjno – informacyjnych**, które z całym przekonaniem skutkują zwiększeniem świadomości konsumentów o możliwości uzyskania pomocy rzecznika, ale i wiedzą, co do przysługujących im praw. Dzięki publikowanym przez nas informacjom konsumenci coraz częściej podejmują samodzielne działania z pozytywnym dla siebie skutkiem.

Dokonując analizy skuteczności podjętych przez rzecznika działań, niezależnie od przyjętej formy interwencji, należy stwierdzić zadowalającą **skuteczność na poziomie 57%**.

Ponownie odnotowuję **wzrost stopnia złożoności spraw, jak i wartości przedmiotu sporu**. Sprawy wymagają większego zaangażowania pracowników biura rzecznika w ustalenie stanu faktycznego sprawy.

W roku sprawozdawczym rzecznik nie tylko chętnie uczestniczył w **kampaniach edukacyjnych** realizowanych z inicjatywy innych podmiotów, ale również był inicjatorem szeregu działań własnych, opisanych szczegółowo powyżej.

Za ogromnie cenne uznajemy nawiązanie **stałej współpracy z Dziennym Domem Pomocy Społecznej „Wrzos”**. W związku z licznymi nadużyciami niektórych przedsiębiorców, wykorzystujących zaufanie i niewiedzę seniorów, prowadzenie działań edukacyjnych w tym zakresie uznaję za priorytetowe.

Warto również wspomnieć o podjętych przez pracowników urzędu działaniach zmierzających do uproszczenia komunikacji z mieszkańcami miasta. Wraz z pozostałymi wydziałami urzędu podejmują starania **konstruowania pism zgodnie z zasadami „prostego słowa”**. Za niezwykle wartościowe uznaję pozytywne informacje zwrotne nie tylko konsumentów, ale i profesjonalistów (przedsiębiorców, jak pełnomocników stron postępowania), co do nowego przejrzystego stylu komunikacji.

Udokumentowana statystyka wyszukiwania **strony rzecznika, jak i profilu na Facebooku'u**, potwierdza ogromne zainteresowanie konsumentów publikacjami pracowników biura. Dane te świadczą o zapotrzebowaniu na rzetelne informacje z zakresu ochrony praw konsumentów. Potwierdzają również słusność, a przede wszystkim skuteczność, wybranej przez nas drogi komunikacji.

Mając na względzie powyższe, należy stwierdzić, że w roku sprawozdawczym **zrealizowano ustawowe zadania rzecznika konsumentów.**

**Sprawozdanie sporządziła:**

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

---

## IV. Tabele zalecane przez UOKiK

	a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie			a. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie			b. wady towarów nie należące do wykonania umowy			b. wady towarów nie należące do wykonania umowy			c. wady towarów nie należące do wykonania umowy			c. wady towarów nie należące do wykonania umowy			d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			d. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			Suma końcowa					
Etykiety wierszy	a w lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem	lokalu / bez znaczenia	b na odległość	c poza lokalem
a. art. żywnościowe	1			1	4		4	4					4																	9
b. odzież i obuwie	13	13		26	175	17	192				1		1																	219
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	2	3	13	18	129	9	138																							156
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	12	10		22	209	26	235	1					1																	258
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	2			2	94	7	101																							103
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące		2		2	2		2			2																				4
g. produkty związane z opieką zdrowotną		2		2	2	4	6																1	1						9
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci		3		3	8	4	12																							15
i. inne	2	1		3	5	1	6															1								10
j. związane z rynkiem nieruchomości	1			1	3		3	6																						10
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	1			1	31		31	1																						33
l. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					1		1																							1
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					14		14																							14
n. finansowe	9			9	19	2	21	10	2	1	13	3	1	4																47
o. ubezpieczeniowe	1	1		2	52	1	53	1																						56
p. pocztowe i kurierskie					10	3	13																							13
r. telekomunikacyjne	9	4		13	36	2	39	1																						53
s. transportowe					13	4	17	18	1	2	21																			38
t. turystyka i rekreacja	1			1	36	1	37	2	1		3																			41
u. sektor energetyczny i wodny	5			5	51		51	5	1		6	2																		64
w. związane z opieką i opieką zdrowotną					12		12																							12
x. edukacyjne	4			4	4	1	5	5	1		6																			15
y. inne	1			1	16	1	17																							18
<b>Suma końcowa</b>	<b>64</b>	<b>39</b>	<b>13</b>	<b>116</b>	<b>926</b>	<b>83</b>	<b>1010</b>	<b>54</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>64</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>1198</b>															

Tabela UOKiK nr 1: Porady udzielane osobiście i telefonicznie

Etykiety wierszy	a. rozwiązanie umowy odstąpienie,			a. rozwiązanie umowy odstąpienie,			b. wady towarów niezażyte			c. wadliki umowy, niedozwolone			c. warunki umowy, niedozwolone			d. nieuczciwe praktyki rynkowe,			d. nieuczciwe praktyki rynkowe,			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 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	1	1				2									4
b. odzież i obuwie	1	8		9	37	5	42												1	1		52
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	4	3	8	15	38	9	47	1		1			2									64
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy		1	2	3	68	4	73															76
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	1			1	16	1	17															18
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące						1	1												1	1		2
g. produkty związane z opieką zdrowotną	1	3		4	1	1	2			1			1						2	2		9
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci					1	2	3	1					1									4
i. inne					4		4															4
j. związane z rynkiem nieruchomości					3		3															3
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja					13		13															13
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					3		3															3
n. finansowe	4		2	6	4		4	7					7									17
o. ubezpieczeniowe	5			5	6		6															11
p. pocztowe i kurierskie					5		5															5
r. telekomunikacyjne	3	1		4	16		16	2					2	2						2		24
s. transportowe					4		4	11					11									15
t. turystyka i rekreacja					9	1	10	5					5									15
u. sektor energetyczny i wodny	3			3	14		14	6					6									23
w. związane z opieką i opieką zdrowotną	1			1	4		4															5
x. edukacyjne	1			1															1	1		2
y. inne	1	1		2	9	2	11															13
<b>Suma końcowa</b>	<b>25</b>	<b>17</b>	<b>12</b>	<b>54</b>	<b>257</b>	<b>26</b>	<b>284</b>	<b>34</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>37</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>382</b>						

**Tabela UOKiK nr 2: Porady udzielane pisemnie.**

Etykiety wierszy	a. u. rozwiązanie umowy			a. rozwiązanie			b. wady towarów nienależyte			b. wady towarów nienależyte			c. warunki umowy,			d. u. nieuczciwe praktyki			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr			Suma	Suma końcowa
	lokalu / bez znaczeni	b na odległość	poza lokal em	lokalu / bez znaczeni	b na odległość		lokalu / bez znaczeni	b na odległość		lokalu / bez znaczeni	b na odległość		lokalu / bez znaczeni	b na odległość		lokalu / bez znaczeni	b na odległość		Suma	Suma końcowa			
a. art. żywnościowe				2	1	3							1						1	4			
b. odzież i obuwie		6		6	113	3	116	1				1								123			
c. meble, artykuły wyposażenia wnętrza, utrzymanie domu	1	2	3	6	40	5	45													51			
d. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt			1	1	78	2	80		1			1								82			
e. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	1			1	14		14													15			
f. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące		1		1																1			
g. produkty związane z opieką zdrowotną		2		2	5	1	6													8			
h. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci					1		1													1			
i. inne		1		1	1		1	1				1								3			
j. związane z rynkiem nieruchomości					1		1	1				1								2			
k. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja					12	1	13													13			
m. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków					4		4													4			
n. finansowe	3			3	7		7	5				5								15			
o. ubezpieczeniowe	1			1	18	1	19													20			
p. pocztowe i kurierskie					5		5													5			
r. telekomunikacyjne	9			9	14		14	3				3			1					27			
s. transportowe	1			1	17		17	10				10								28			
t. turystyka i rekreacja					42	2	44	1				1								45			
u. sektor energetyczny i wodny	4			4	17		17	8				8			2					31			
w. związane z opieką i opieką zdrowotną	1			1	2		2													3			
x. edukacyjne	4	1		5											1					6			
y. inne		1		1	5	1	6	1	1			2								9			
<b>Suma końcowa</b>	<b>25</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>43</b>	<b>398</b>	<b>17</b>	<b>415</b>	<b>31</b>	<b>2</b>			<b>33</b>	<b>5</b>					<b>5</b>	<b>496</b>				

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