

ZATWIERDZAM

PREZYDENT MIASTA

*Piotr Jedliński*  
(podpis nieczytelny)

**MIEJSKI RZECZNIK KONSUMENTÓW  
URZĄD MIEJSKI W KOSZALINIE**

**SPRAWOZDANIE  
Z DZIAŁALNOŚCI MIEJSKIEGO  
RZECZNIKA KONSUMENTÓW  
ZA ROK 2018**

**KOSZALIN, marzec 2019 r.**

## SPIS TREŚCI

I.	Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów.....	3
II.	Realizacja zadań przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów .....	6
1.	Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów .....	6
2.	Składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów .....	8
3.	Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów.....	8
4.	Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów. ....	9
5.	Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań .....	10
6.	Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.....	10
7.	Podejmowanie działań wynikających z:	
-	ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym .....	11
-	ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym .....	11
-	art. 42 ust. 1 pkt 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów).....	12
-	art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy) .....	12
III.	Wnioski końcowe, propozycje zmian zmierzających do poprawy realizacji praw konsumentów.....	12
1.	Wnioski Rzecznika dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.....	12
2.	Wnioski dotyczące pracy Rzecznika .....	12
IV.	Tabele .....	13

## **I. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów**

Ochrona praw konsumentów jest zadaniem samorządu powiatowego wynikającym z art. 4 ust. 1 pkt 18 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz.U. z 2018 r., poz. 995). Stosownie do art. 39 ust. 1 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2018 r., poz. 798) zadania te wykonuje powiatowy/miejski rzecznik konsumentów.

Zadania i uprawnienia Miejskiego Rzecznika Konsumentów określa art. 42 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Należą do nich:

- 1) zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- 2) składanie wniosków w sprawie stanowiących i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- 3) występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- 4) współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi,
- 5) wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub przepisach odrębnych.

Ponadto Rzecznik ma uprawnienia do wytaczania powództw na rzecz konsumentów lub wstępowania, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów oraz uprawnienia oskarżyciela publicznego w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów. Jeżeli Rzecznik nie uczestniczy w sprawie, może przedstawić sądowi istotny dla sprawy pogląd.

W Urzędzie Miejskim w Koszalinie funkcję Miejskiego Rzecznika Konsumentów pełni Krystyna Piwońska. W strukturze organizacyjnej Urzędu Rzecznik jest bezpośrednio podporządkowany Prezydentowi Miasta Koszalina, co jest zgodne z wymogiem art. 40 ust. 3 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów.

Interesanci przyjmowani są w poniedziałki w godz. od 9:00 do 17:00, we wtorki, środy, czwartki i piątki w godz. od 8:00 do 14:30. Porady udzielane są także telefonicznie pod numerem tel.: 94 348-88-44 i 94 348 88 64 oraz pocztą elektroniczną.

Sprawozdanie z działalności Miejskiego Rzecznika Konsumentów za rok 2018 sporządzone zostało wg układu przyjętego w sprawozdaniu za rok 2017 r. Sprawozdawczość oparta została na klasyfikacji spraw uwzględniającej trzy kryteria klasyfikacyjne:

- 1) sposób zawarcia umowy
- 2) sektor rynku
- 3) istotę problemu

W kryterium klasyfikującym sprawy wg sposobu zawarcia umowy wyróżniono trzy grupy spraw:

- 1) umowy zawarte w lokalu
- 2) umowy zawarte poza lokalem
- 3) umowy zawarte na odległość

Z kolei biorąc pod uwagę sektor rynku wykorzystano klasyfikację sektorów ustaloną zaleceniami Komisji Europejskiej z dnia 12 maja 2010 r. w sprawie zharmonizowanej metodologii klasyfikacji i zgłaszania skarg i zapytań konsumentów (Dz.U. UE 2.6.2010). W oparciu o tę klasyfikację pogrupowano sektory rynku w sposób adekwatny do potrzeb rzeczników konsumentów i dotychczasowej praktyki na dziewięć grup w umowach sprzedaży:

- 1) art. żywnościowe
- 2) odzież i obuwie
- 3) meble, artykuły wyposażenia wnętrz i utrzymania domu
- 4) urządzenia gospodarstwa domowego i urządzenia elektroniczne, sprzęt komputerowy
- 5) samochody, środki transportu osobistego, części i akcesoria
- 6) kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące
- 7) produkty związane z opieką zdrowotną
- 8) artykuły rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci
- 9) inne

oraz czternaście grup w umowach o świadczenie usług:

- 1) usługi związane z rynkiem nieruchomości
- 2) bieżąca konserwacja, utrzymania domu, naprawy, pielęgnacja
- 3) czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia
- 4) konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu
- 5) finansowe
- 6) ubezpieczeniowe
- 7) pocztowe i kurierskie
- 8) telekomunikacyjne
- 9) transportowe
- 10) turystyka i rekreacja
- 11) sektor energetyczny i wodny
- 12) związane z opieką i opieką zdrowotną
- 13) edukacyjne
- 14) inne.

Według istoty problemu rozumianej jako najważniejszej, głównej przyczyny skargi konsumenta, podziału dokonano wg pięciu grup:

- 1) rozwiązanie umowy (odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie)
- 2) wady towarów / nienależyte wykonanie umowy
- 3) nieuczciwe praktyki rynkowe / wady czynności prawnych
- 4) warunki umów / niedozwolone postanowienia umowne
- 5) inne.

Ponadto w sprawozdaniu wyodrębniono porady w ogólnych sprawach konsumenckich, a także problemy niekonsumenckie, w których mieszkańcy Koszalina szukali pomocy u Rzecznika.

### **Struktura Biura Miejskiego Rzecznika Konsumentów, stan kadrowy w 2018 r.**

<b>1. Województwo</b>	Zachodniopomorskie
<b>2. Miasto/Powiat</b>	Koszalin
<b>3. Liczba mieszkańców miasta/powiatu</b>	<b>101.982</b> wg stanu na 31.12.2018 r. (osoby zameldowane na pobyt stały i czasowy)

<b>4. Imię i nazwisko rzecznika konsumentów</b>	Krystyna Piwońska
<b>5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)</b>	Wyższe prawnicze
<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>	- $\frac{3}{5}$ etatu
<b>7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.</b>	- $\frac{1}{2}$ 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>	TAK
<b>10. Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.</b>	TAK
<b>11. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę).</b>	<b>1</b>
<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>	<b>185.204.40 zł</b> , w tym koszty wynagrodzeń, pochodnych od wynagrodzeń oraz koszty szkoleń w 2018 r. wyniosły zł 164.798,84, a koszty utrzymania Biura Rzecznika w 2018 r. wyniosły 20.405,56 zł.

## II. Realizacja zadań przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów

### 1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów. (Tabela 1)

Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów jest podstawowym i najważniejszym zadaniem realizowanym przez Rzecznika Konsumentów. Tylko świadomy konsument może stać się równorzędnym partnerem w stosunkach z przedsiębiorcą i w pełni korzystać z przysługujących mu praw. Porady udzielane są osobiście, telefonicznie i mailowo oraz pisemnie.

W 2018 r. łącznie udzielono **2832 porady** w sprawach konsumenckich, w tym **2462** były to porady osobiste, telefonicznie i mailowe, natomiast **370** porad było pisemnych. Porady pisemne polegały na przygotowaniu projektów pism do przedsiębiorców, np. oświadczeń o odstąpieniu od umowy, odwołań od decyzji odrzucających reklamacje, zgłoszeń reklamacyjnych, wezwań przedsądowych itp., a także na udzieleniu konsumentom pisemnej odpowiedzi na ich zapytania.

Biorąc pod uwagę sposób zawarcia umowy, z ogólnej liczby **2832** porad, zdecydowana większość, bo **2112** dotyczyło sporów powstałych na tle umów zawieranych w lokalu przedsiębiorstwa, czyli w tradycyjnym sklepie, **220** dotyczyło sporów powstałych na tle umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa (pokazy, akwizycja), **464** umów zawieranych na odległość (telefonicznie, w sklepach internetowych, za pośrednictwem portali transakcyjnych, wysyłkowo itp.), a **36** spraw ogólnych – były to zapytania o przedawnienie roszczeń, upadłość konsumencką oraz o obowiązującą procedurę w postępowaniu cywilnym lub przed Stałym Sądem Polubownym.

W 2018 r. **1775** porad (1471 ustnych i 304 pisemne) udzielono w sprawach wynikających z wad towarów i usług, a **1021** porad (957 ustnych i 64 pisemne) w sprawach wynikających z wad usług.

Biorąc pod uwagę sektor rynku, najwięcej sporów powstało na tle wad odzieży i obuwia. Udzielono tu **594** porady (443 ustne i 151 pisemnych). Drugie w kolejności są spory powstałe na tle wad urządzeń gospodarstwa domowego, wyposażenia wnętrz i utrzymania domu. W tym zakresie udzielono **523** porady (447 ustnych i 76 pisemnych). Trzecie miejsce zajmują porady w sporach wynikających z wad mebli, artykułów wyposażenia wnętrz i utrzymania domu, gdzie udzielono **226** porad (199 ustnych i 27 pisemnych). Najmniej porad w 2018 r., bo tylko **8** udzielono w sprawach dot. reklamacji kosmetyków, środków czystości i konserwujących.

Powodem reklamacji odzieży i obuwia było: pęknięcie, przecieranie się materiału, prucie na szwach, deformowanie tkanin, odbarwienie, pilingowanie materiału, wychodzenie lub przemieszczanie się ociepliny, uszkodzenia zamków, rozklejanie się butów, przemakanie, odbarwienie, farbowanie, pęknięcie podeszew i cholewek. Urządzenia gospodarstwa domowego reklamowane były z powodu ich awarii (działały wadliwie lub w ogóle przestawały działać). Natomiast meble reklamowane były z powodu zapadania się siedzisk, marszczenia lub pęknięcia tkanin obiciowych, wad okleiny (rozklejeń, plam). Z kolei zabudowy meblowe wykonywano niestarannie, były niespasowane i nieestetyczne. Meble zamawiane z katalogów nie spełniały oczekiwań kupujących pod względem gabarytów, wyglądu, twardości itp. Najczęściej sprzedawcy odrzucali reklamację argumentując, że reklamowane zmiany są wynikiem uszkodzenia mechanicznego.

Spośród usług najwięcej porad udzielono w zakresie usług telekomunikacyjnych, bo **207** (194 ustne i 13 pisemnych). Następne w kolejności są porady w zakresie usług z sektora energetycznego – **132** (124

ustne i 8 pisemnych) i porady w zakresie bieżącej konserwacji, utrzymania domu, drobnych napraw i pielęgnacji – **122** (109 ustnych i 13 pisemnych). Najmniej porad udzielono w sprawach wadliwości usług czyszczenia i naprawy odzieży i obuwia, bo tylko **9** (8 ustnych i 1 pisemna).

W przypadku usług telekomunikacyjnych konsumenci najczęściej skarżyli się na zawyżane rachunki spowodowane roamingiem lub usługami o podwyższonej płatności, problemy związane ze zmianą operatora z zachowaniem numeru (naliczanie kar z powodu rozwiązania umowy przed terminem, długotrwałe przenoszenie numeru) i przerwy w świadczeniu usług spowodowane awariami. Skargi w zakresie usług sektora energetycznego wynikały z zawyżonych rachunków, nieuczciwych praktyk przedsiębiorstw energetycznych w zakresie oferowania swoich usług. Mniej było spraw związanych z podszywaniem się pod innego przedsiębiorcę i przejmowaniem klientów, a więcej dotyczących promocyjnych pakietów, które w rzeczywistości okazywały się dla konsumentów znacznie droższe niż dotychczasowe. Skargi w zakresie bieżącej konserwacji, utrzymania domu, drobnych napraw i pielęgnacji dotyczyły wadliwych prac remontowych i naprawczych w mieszkaniach i domach.

Biorąc pod uwagę istotę problemu najwięcej porad udzielono w związku z wadami towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy – **2006** (1736 ustnych i 270 pisemnych). Kolejną grupę stanowiły porady dot. rozwiązania umowy **457** (375 ustnych i 82 pisemne). **293** porady (283 ustne i 10 pisemnych) zakwalifikowano w kategorii „inne”. W kategorii „warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne” udzielono **25** porad (23 ustne i 2 pisemne), a w kategorii „nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych” udzielono **15** porad (11 ustnych i 4 pisemne).

Z powyższego wynika, że problemem generującym największą ilość skarg konsumenckich w 2018 r. była zła jakość towarów i usług, a nieuczciwe działania przedsiębiorców stanowiły znikomą ilość skarg.

Podobnie jak w latach ubiegłych, konsumenci skarżyli się na oddalenie ich reklamacji przez sprzedawcę z czym się nie zgadzali; na odmowę załatwiania reklamacji zgodnie z żądaniem konsumenta (np.: zamiast wymiany towaru, sklep proponował naprawę, albo zamiast zwrotu gotówki - wymianę lub naprawę); na długotrwałe i wielokrotne naprawy; na pogarszanie się stanu reklamowanej rzeczy podczas pobytu w serwisie, co najczęściej dotyczyło telefonów komórkowych.

Wiedza konsumentów w zakresie przysługujących im praw nadal jest niska. W większości nie rozróżniają oni rękojmi od gwarancji i zdają się na sprzedawcę, który spisuje zgłoszenie reklamacyjne. W efekcie reklamacje spisywane są jako gwarancyjne, a reklamowany towar wielokrotnie naprawiany. Konsumenci nie wiedzą czego mogą żądać w przypadku wadliwości towarów. Są też przekonani, że kupując w stacjonarnym sklepie mają prawo odstąpienia od umowy, co jest nieprawdą. Odstąpienie od umowy zawartej w siedzibie przedsiębiorcy uzależnione jest od dobrej woli sprzedawcy, zaś prawo takie przysługuje wyłącznie w przypadku umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa.

Należy podkreślić, że wszelkie porady udzielane były po wnikliwym zapoznaniu się z dokumentacją reklamacyjną. Wyjaśniano konsumentom, jakie przepisy mają zastosowanie w ich sprawach, jakie roszczenia im przysługują oraz jakie działania mogą podjąć, aby wyegzekwować satysfakcjonujące ich rozwiązanie. Konsumentom, którzy nie byli w stanie samodzielnie sporządzić pisma do przedsiębiorcy, przygotowywano jego projekt.

Należy nadmienić, że **w sprawach niekonsumenckich** porady u Rzecznika szukało **296 osób**. Po zapoznaniu się z problemem, osobom tym wskazano instytucje właściwe do udzielania porad w ich sprawach, np. KRRiT w zakresie abonamentu RTV, Inspekcję Pracy w sprawach ze stosunku pracy, prawników dyżurujących w biurach poselskich, a także punkty świadczące darmową pomoc prawną po ustaleniu, że osoby te spełniają kryteria do nieodpłatnej pomocy wymagane w 2018 r.

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

W 2018 r. Miejski Rzecznik Konsumentów nie składał wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów, gdyż nie było takiej potrzeby. Należy podkreślić, że Rzecznik informowany jest o Sesjach Rady Miejskiej, każdorazowo otrzymuje Program Sesji i może w nich uczestniczyć.

## **3. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów. (Tabela 2)**

W 2018 r. Miejski Rzecznik Konsumentów w **167** sprawach wystąpił do przedsiębiorców.

Biorąc pod uwagę sposób zawarcia umowy, najwięcej sporów, w których Rzecznik występował do przedsiębiorców, bo aż **126**, wiązało się z umowami zawartymi w lokalu przedsiębiorstwa. W przypadku **31** wystąpień umowy zawarte zostały na odległość. Najmniejsza grupa wystąpień, bo tylko **8** dotyczyła umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa. W przypadku **2** wystąpień przedsiębiorcy zakwestionowali status skarżącej osoby jako konsumenta podnosząc, że umowy zawarte były w celach bezpośrednio związanych z działalnością gospodarczą.

Biorąc pod uwagę sektor rynku, najwięcej wystąpień, bo **47** dotyczyło wad odzieży i obuwia. Drugą w kolejności grupę stanowią wystąpienia w sprawach wad urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych i sprzętu komputerowego, było ich **25**. Z kolei **16** wystąpień związanych było z usługami telekomunikacyjnymi.

Największa grupa wystąpień, bo **137** dotyczyła wad towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy. Z kolei **15** wystąpień dotyczyło problemów powstałych na tle rozwiązywania umów (wypowiedzenia lub odstępowania od umów). **3** wystąpienia dotyczyły warunków umów, w tym nieuczciwych postanowień umownych, a **1** nieuczciwych praktyk rynkowych i wad czynności prawnych. Natomiast **9** wystąpień dotyczyło różnych innych niesklasyfikowanych problemów.

Analogicznie jak w przypadku porad, najwięcej wystąpień dotyczyło złej jakości towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy, natomiast nieuczciwe praktyki przedsiębiorców stanowiły znikomą ilość wystąpień.

W wystąpieniach do przedsiębiorców w sprawach wadliwości towarów i usług, Rzecznik przedstawiał twierdzenia i argumenty konsumentów oraz wnosił o ponowne rozpatrzenie sprawy. Rzecznik Konsumentów nie jest rzeczoznawcą, ani nie dysponuje wiedzą specjalistyczną z zakresu funkcjonowania poszczególnych towarów i urządzeń, czy prawidłowości świadczonych usług. Nie ma zatem kompetencji do oceny przyczyn wadliwości towarów i usług.

Z kolei, gdy działania przedsiębiorcy naruszały obowiązujące prawo, Rzecznik w wystąpieniach wskazywał naruszone przepisy oraz wzywał przedsiębiorcę do podjęcia działań zgodnych z prawem. Należy podkreślić, że Rzecznik Konsumentów nie ma uprawnień władczych wobec przedsiębiorcy (nadzorczych i kontrolnych) i nie może nakazać mu zachowania się w sposób oczekiwany przez konsumenta, ani też wymusić zachowania zgodnego z obowiązującymi przepisami. Spór konsumencki ma charakter cywilnoprawny i jeżeli przedsiębiorca podtrzyma swoje negatywne stanowisko, spór ten może zostać rozstrzygnięty wyłącznie na drodze sądowej.



#### **4. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumentckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów. (Tabela 3)**

Współdziałanie z w/w podmiotami, podobnie jak w latach poprzednich, polegało na wzajemnej wymianie informacji dotyczących działań przedsiębiorców, które mogą naruszać prawa i interesy konsumentów oraz wymianie poglądów i ustalaniu jednolitej interpretacji przepisów prawnych. Wymiana informacji następowała najczęściej telefonicznie i mailowo, a także podczas udziału we wspólnych szkoleniach.

W ramach tej współpracy Rzecznik zawiadomił Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów o praktykach dwóch przedsiębiorców, których działania mogły naruszać zbiorowe interesy konsumentów i wymagać podjęcia działań na szczeblu rządowym. W jednej sprawie Prezes UOKiK uznał, że działalność przedsiębiorcy może stanowić praktykę ograniczającą konkurencję, wobec czego została ona przekazana do Departamentu Ochrony Konkurencji w celu ewentualnego wykorzystania służbowego. Z kolei w drugiej sprawie UOKiK uznał, że przedsiębiorca nie narusza obowiązującego prawa. Ponadto w przypadku dwóch innych przedsiębiorców Rzecznik udzielił odpowiedzi na zapytania z Delegatur UOKiK dot. skarg konsumentckich wpływających do Rzecznika, w związku z prowadzonymi przez UOKiK postępowaniami wyjaśniającymi.

Z Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Rzecznik otrzymywał bezpłatne publikacje i broszury dotyczące prawa konsumentckiego oraz comiesięczny newsletter przydatny w bieżącej pracy. Broszury były rozdawane klientom korzystającym z porad oraz wśród uczestników spotkań edukacyjnych.

Z kolei w ramach współpracy z Państwowym Wojewódzkim Inspektorem Sanitarно-Epidemiologicznym Rzecznik dwukrotnie przekazywał sygnały konsumentckie dot. oznakowania i jakości pieczywa w jednej z placówek zbiorowego żywienia.

W 2018 r. Rzecznik zgłosił do konkursu organizowanego przez Kancelarię Senatu RP pn. „Amicus Consumantium” koszalińskiego przedsiębiorcę p. Bogusława Szczepińskiego „POLO” prowadzącego sklepy z artykułami sportowymi. Zgłoszenie tego przedsiębiorcy nastąpiło w porozumieniu z Przewodniczącą Stałego Sądu Polubownego przy Zachodniopomorskim Wojewódzkim Inspektorem Inspekcji Handlowej w Szczecinie, która zgłosiła tego samego przedsiębiorcę, co zwiększyło szansę przyznania mu tego wyróżnienia. Koszaliński przedsiębiorca uhonorowany został powyższym tytułem jako jeden z trzech przedsiębiorców w Polsce.

W 2018 r. Rzecznik wspólnie z Powiatowym Rzecznikiem Konsumentów w Koszalinie zorganizował szkolenie dla Rzeczników województwa pomorskiego i zachodniopomorskiego poświęcone ochronie klientów usług kredytowych i ubezpieczeniowych, a także polubownemu rozpatrywaniu sporów konsumentckich. Szkolenie prowadzili eksperci z Biura Rzecznika Finansowego oraz Biura Rzecznika Praw Obywatelskich.

Rzecznik wziął także udział w szkoleniu zorganizowanym w ramach programu CEDUR przez Komisję Nadzoru Finansowego poświęconym kredytowi konsumentckiemu oraz w szkoleniu przygotowanym przez Federację Konsumentów poświęconym nieuczciwym praktykom rynkowym, praktycznym aspektom sprzedaży konsumentckiej, rękojmi i gwarancji, a także w szkoleniu zorganizowanym przez Stowarzyszenie dla Powiatu pt. „Rynek finansowy i procedura cywilna”.

Pracownik zatrudniony w Biurze Rzecznika wziął natomiast udział w debacie konsumentckiej zorganizowanej przez Europejskie Centrum Konsumentckie poświęconej nowej ustawie o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych.

Wszystkie szkolenia były bezpłatne. Urząd Miejski pokrywał koszty delegacji.

## **5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań. (Tabela 4)**

W 2018 r. Rzecznik skorzystał z przyznanych mu uprawnień procesowych i w **8** sprawach wytoczył powództwa na rzecz konsumentów. Z kolei w **57** sprawach Rzecznik udzielił konsumentom pomocy w samodzielnym dochodzeniu przez nich roszczeń na drodze sądowej.

Ze spraw wytoczonych na rzecz konsumentów **7** dotyczyło sporów powstałych na tle umów zawartych poza lokalem przedsiębiorstwa, a **1** umowy zawartej na odległość. Klasyfikując sprawy ze względu na sektor rynku **5** spraw dotyczyło produktów związanych z opieką zdrowotną, a **3** urządzeń gospodarstwa domowego. Biorąc pod uwagę istotę problemu **7** spraw dotyczyło rozwiązania umów zawartych poza lokalem i na odległość, a **1** wadliwości towaru. Łączna wartość przedmiotu sporu w sprawach z powództw wytoczonych przez Rzecznika wyniosła **30.775,50 zł**.

Ze wszystkich 8 spraw, w jednej przedsiębiorca przed wydaniem orzeczenia sądowego zwrócił konsumentce pieniądze, pozew został cofnięty, a sprawa umorzona. W 6 sprawach Sąd wydał nakazy zapłaty (5 jest prawomocnych, 1 nieprawomocny), a 1 sprawa jest w toku.

Pomoc udzielona konsumentom w sprawach, w których zdecydowali się oni dochodzić roszczeń na drodze sądowej, polegała na przygotowaniu im pozwów i wszelkich innych pism procesowych na każdym etapie sprawy, udzielaniu informacji na temat procedury sądowej, a także na przygotowywaniu sprzeciwów od nakazów zapłaty wydanych przez sądy w sprawach z powództw przedsiębiorców przeciwko konsumentom. Łączna wartość przedmiotu sporu w sprawach sądowych wszczętych przez konsumentów z pomocą Rzecznika wyniosła **114.325,18 zł**.

Biorąc pod uwagę sposób zawarcia umowy z **57** spraw sądowych prowadzonych przez konsumentów z pomocą Rzecznika najwięcej, bo **33** dotyczyło umów zawartych w lokalu przedsiębiorstwa, **15** umów na odległość, a **9** umów poza lokalem przedsiębiorstwa.

Klasyfikując sprawy z uwagi na sektor rynku najwięcej spraw, bo **15** dotyczyło wad odzieży i obuwia. Drugie w kolejności były sprawy dot. wad urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych i sprzętu komputerowego – **13**. Natomiast **5** spraw dotyczyło sporów finansowych, w których firmy windykacyjne pozwały konsumentów, a Rzecznik przygotował sprzeciwy od nakazów zapłaty.

Z kolei uwzględniając istotę problemu, najwięcej bo **34** sprawy dotyczyły sporów powstałych na tle wad towarów i usług oraz nienależytego wykonania umowy, **15** rozwiązywania umów, **1** warunków umowy, w tym nieuczciwych postanowień umownych, a **7** innych, niesklasyfikowanych przyczyn sporów.

Jeden sprzeciw został przez sąd odrzucony jako wniesiony po terminie. Konsumentka twierdziła, że nie otrzymała nakazu zapłaty. Okazało się jednak, że własnoręcznie pokwitowała jego odbiór. Poza tą jedną sprawą Rzecznik konsumentów nie ma informacji, aby któraś jeszcze zakończyła się negatywnym dla konsumenta rozstrzygnięciem sądowym.

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

W 2018 r. Rzecznik podejmował różnorodne działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.

Wykłady i szkolenia poświęcone tematyce prawa konsumenckiego przeprowadzono dla:

- 1) studentów Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koszalinie: nt. praw konsumentów i obowiązków przedsiębiorców oraz nt. usług turystycznych (dwa wykłady),

- 2) uczniów klasy II i III, kierunek sprzedawca, w ZS nr 8 im. T. Kościuszki w Koszalinie – nt. praw konsumentów i obowiązków sprzedawców (szkolenie w formie warsztatów, połączone ze sporządzaniem reklamacji z tyt. rękojmi, zakończone testem wiedzy konsumenckiej),
- 3) przedsiębiorców - w ramach cyklu Prawne Vademecum Przedsiębiorcy organizowanego przez Centrum Biznesu Fundacji CIP w Koszalinie; szkolenie nt. „Prawa konsumentów – obowiązki przedsiębiorców”. W szkoleniu tym wzięło udział ok. 40 osób.

Rzecznik wziął udział w programie „Studio Bałtyk” Radia Koszalin poświęconym promocjom z okazji Black Friday. Ponadto w kontekście publikacji Krajowego Rejestru Długów, Rzecznik wypowiadał się nt. zadłużenia emerytów i sposobów radzenia sobie z tym problemem. Na antenie tego Radia Rzecznik wypowiadał się także nt. reklamacji usług sylwestrowych, praw klientów zawierających umowy na pokazach, a także ostrzegał przed korzystaniem z sms-ów o podwyższonej płatności.

Na antenie Radia Szczecin Rzecznik wziął udział w dyskusji nt. nowej ustawy o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych.

Z kolei na antenie Radia Eska Rzecznik wypowiadał się nt. praw klientów usług turystycznych oraz problemów związanych ze świątecznymi zakupami i promocjami.

Na łamach Głosu Koszalińskiego Rzecznik wypowiadał się w związku z nienależytym wykonaniem usługi zorganizowania przyjęcia z okazji Pierwszej Komunii Świętej wskazując konsumentom z jakimi roszczeniami mogą występować do przedsiębiorcy organizującego przyjęcie i jakie działania winni podjąć.

Ponadto Rzecznik wziął udział w imprezie Targi dla Seniora zorganizowanej przez Regionalne Centrum Informacji Medycznej i Promocji Zdrowia „Infomedic” prezentując na stoisku Urzędu Miejskiego broszury „Senior w świecie finansów”, „Nie daj się nabrać, sprawdź zanim podpiszesz”, „Pomoc konsumencka”. Udział w tej imprezie był okazją do porozmawiania z seniorami oraz zachęcenia ich do korzystania z bezpłatnych porad Rzecznika.

Rzecznik wziął również udział w imprezie z okazji „Dnia Seniora”, zorganizowanej przez Zakład Ubezpieczeń Społecznych Oddział w Koszalinie, przedstawiając prezentację pt. „Senior konsument”.

W ramach współpracy z Grupą Energa w Biurze Rzecznika odbył się dyżur przedstawicieli tego przedsiębiorcy, podczas którego konsumenci mogli bezpośrednio zgłosić trapiące ich problemy i wyjaśnić swoje sprawy.

Ponadto Rzecznik rozprowadzał wśród konsumentów broszury i materiały informacyjne nieodpłatnie zamawiane w Urzędzie Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Na stronie internetowej Urzędu Miejskiego w Koszalinie [www.koszalin.pl](http://www.koszalin.pl) umieszczony jest opracowany przez Rzecznika „Poradnik konsumenta”. Ponadto w dziale „Aktualności” podawane są odesłania do portali stworzonych m.in. z inicjatywy UOKiK, takich jak: [www.polubowne.uokik.gov.pl](http://www.polubowne.uokik.gov.pl), [www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl](http://www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl), i [www.ezakupy.uokik.gov.pl](http://www.ezakupy.uokik.gov.pl).

## **7. Podejmowanie działań wynikających z:**

- **ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,**

W 2018 r. Rzecznik nie prowadził postępowań w oparciu o przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym.

- **ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym**

W 2018 r. Rzecznik nie podejmował działań wynikających z ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym, gdyż nie było takiej potrzeby.

- **art. 42 ust. 1 pkt 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów)**

W 2018 r. Rzecznik prowadził jedno postępowanie przeciwko przedsiębiorcy o wykroczenie z art. 114 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów. Wobec nieudzielenia przez przedsiębiorcę odpowiedzi na wystąpienie Rzecznika, co zagrożone jest karą grzywny w wysokości nie mniejszej niż 2.000 zł, Rzecznik zwrócił się o pomoc w przesłuchaniu przedsiębiorcy do Komendanta Miejskiego Policji w Koszalinie. Policja zawiadomiła Rzecznika o skierowaniu przeciwko przedsiębiorcy wniosku o ukaranie we własnym zakresie.

- **art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy)**

W 2018 r. nie wpłynął do Rzecznika żaden wniosek o przedstawienie sądowi istotnego poglądu dla sprawy.

### **III. WNIOSKI KOŃCOWE, PROPOZYCJE ZMIAN ZMIERZAJĄCYCH DO POPRAWY REALIZACJI PRAW KONSUMENTÓW**

#### **1. Wnioski Rzecznika dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.**

Polepszenie standardów konsumenckich może zapewnić jasne, dobrze sformułowane prawo, które będzie jednolicie interpretowane. Ponadto niewskazane są częste zmiany prawa konsumenckiego, tak jak to dzieje się w ostatnich latach. Dopiero w 2014 r. zaczęła obowiązywać nowa ustawa o prawach konsumenta, a już ma ją zastąpić „Nowy ład konsumencki”. Jest zbyt wcześnie, aby ocenić skuteczność ochrony wdrożoną w 2014 r., a już planuje się zmiany; nie wiadomo czy na lepsze. Tak częste zmiany nie służą zarówno konsumentom, jak i przedsiębiorcom.

#### **2. Wnioski dotyczące pracy Rzecznika.**

Z inicjatywy Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów prowadzone są prace nad nową ustawą o rzeczniku konsumentów. W ocenie Miejskiego Rzecznika Konsumentów obecne regulacje są wystarczające i nie ma potrzeby tworzyć nowej ustawy. Właściwszym byłoby wprowadzenie koniecznych zmian do obecnie obowiązujących przepisów, w szczególności w zakresie budżetu, etatyzacji i zastępowania rzecznika podczas jego nieobecności. Obecne usytuowanie instytucji rzecznika na szczeblu samorządu powiatowego jest bardzo korzystne pod względem dostępności dla konsumentów. Duże zapotrzebowanie na usługi rzecznika świadczy o tym, że instytucja ta jest niezwykle potrzebna, co artykułują sami konsumenci korzystający z pomocy. Niewskazana jest też zmiana formy nawiązywania stosunku pracy z rzecznikiem. Umowa o pracę i bezpośrednie podporządkowanie prezydentowi / staroście daje stabilność zatrudnienia i zapewnia właściwy nadzór nad pracą rzecznika.

IV. TABELLE

Tabela 1. Udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów

Lp.	Kategorie	1.1. Osobiście i telefonicznie															Razem	
		Rozwiązanie umowy			Wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			Warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			Nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych			Inne				
		W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
<b>SPRZEDAŻ</b>																		<b>1471</b>
1.	Art. żywnościowe	1			9		1							7				18
2.	Odzież i obuwie	32		20	337	1	43							6		4		443
3.	Meble, art. wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu	9	2	5	145	3	27							6		2		199
4.	Urządzenia gosp. Domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	27	43	24	270	13	54							12		4		447
5.	Samochody i środki transportu osobistego	5	1	2	76		17	1				1		5	3	1		112
6.	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące			1	3	1	2											7
7.	Produkty związane z opieką zdrowotną	4	8	3	17	1	1					1		1	1			37
8.	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci	3		4	42		12										2	63
9.	Inne	15		15	67	1	18							22		7		145

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	<b>USŁUGI</b>																<b>957</b>
10.	Związane z rynkiem nieruchomości	2	1		30		1	1						7			42
11.	Bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	3	4		82	11	2							6	1		109
12.	Czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia				8												8
13.	Konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu				26									4			30
14.	Finansowe	9	3	2	31	2	4	4			1			24	5	8	93
15.	Ubezpieczeniowe	4			75		7	4		2				20	1	5	118
16.	Pocztowe i kurierskie				14	2	6							2		2	26
17.	Telekomunikacyjne	43	9	8	76	3	8	6			1	2		32	3	3	194
18.	Transportowe				12	1	4							5	1	1	24
19.	Turystyka i rekreacja	3	1	4	23		12	2		1				6		1	53
20.	Sektor energetyczny i wodny	13	8	9	35	12	9	1				3	2	25	1	6	124
21.	Związane z opieką i opieką zdrowotną	1	6	1	17	1								2		1	29
22.	Edukacyjne	7		5			1							1			14
23.	Inne	2		3	55		5	1						19		8	93
	<b>RAZEM</b>	<b>183</b>	<b>86</b>	<b>106</b>	<b>1450</b>	<b>52</b>	<b>234</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>212</b>	<b>16</b>	<b>55</b>	<b>2428</b>
	Informacje ogólne															34	<b>34</b>
	Niekonsumentkie															295	295
<b>RAZEM</b>																	<b>2757</b>

#### Porady udzielane osobiście lub telefonicznie

w lokalu / bez znaczenia	1868
poza lokalem	160
na odległość	400

Lp.	Kategorie	1.2. Sprawy rozpatrywane pisemnie															Razem
		Rozwiązanie umowy			Wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			Warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			Nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych			Inne			
		W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
<b>SPRZEDAŻ</b>																	<b>304</b>
1.	Art. żywnościowe										1						1
2.	Odzież i obuwie			11	127		12								1		151
3.	Meble, art. wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu	1	1	1	18		5								1		27
74.	Urządzenia gosp. Domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy		25	5	28	9	8			1							76
5.	Samochody i środki transportu osobistego				4		2								1		7
6.	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące			1													1
7.	Produkty związane z opieką zdrowotną		12	1	2	1											16
8.	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci			1	5		1										7
9.	Inne		3	2	9		3								1		18
<b>USŁUGI</b>																	<b>64</b>
10.	Związane z rynkiem nieruchomości	1			2										1		4

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
11.	Bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	1	3		8	1											13
12.	Czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia				1												1
13.	Konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																0
14.	Finansowe			1	2	1		1					1			1	7
15.	Ubezpieczeniowe				7												7
16.	Pocztowe i kurierskie				2												2
17.	Telekomunikacyjne	3		1	6		1							2			13
18.	Transportowe													1			1
19.	Turystyka i rekreacja				1												1
20.	Sektor energetyczny i wodny		4	2							1		1				8
21.	Związane z opieką i opieką zdrowotną																0
22.	Edukacyjne																0
23.	Inne	1		1	3		1							1			7
	<b>RAZEM</b>	<b>7</b>	<b>48</b>	<b>27</b>	<b>225</b>	<b>12</b>	<b>33</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>368</b>
	Informacje ogólne	2															2
	Niekonsumenckie	1															1
	<b>RAZEM</b>																<b>371</b>

#### Sprawy rozpatrywane pisemnie

w lokalu / bez znaczenia	244
poza lokalem	60
na odległość	64



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

Lp.	Kategorie																Razem	
		Rozwiązanie umowy			Wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			Warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			Nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych			Inne				
		W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
<b>SPRZEDAŻ</b>																		<b>99</b>
1.	Art. żywnościowe																	0
2.	Odzież i obuwie			1	45		1											47
3.	Meble, art. wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu				11		3											14
4.	Urządzenia gosp. Domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	1			17	1	5			1								25
5.	Samochody i środki transportu osobistego			1	2		1											4
6.	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																	0
7.	Produkty związane z opieką zdrowotną		1															1
8.	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci				1		2											3
9.	Inne				1		3			1								5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	<b>USŁUGI</b>																<b>66</b>
10.	Związane z rynkiem nieruchomości				2												2
11.	Bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja				5									1			6
12.	Czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia				1												1
13.	Konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu				2									1			3
14.	Finansowe					1								1			2
15.	Ubezpieczeniowe				1												1
16.	Pocztowe i kurierskie																0
17.	Telekomunikacyjne	2	1	3	6	1								3			16
18.	Transportowe				9		2										11
19.	Turystyka i rekreacja				2												2
20.	Sektor energetyczny i wodny	4			3	2	2			1			1		1	1	15
21.	Związane z opieką i opieką zdrowotną																0
22.	Edukacyjne			1													1
23.	Inne				4		1							1			6
	<b>RAZEM</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>112</b>	<b>5</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>165</b>
	Informacje ogólne																<b>0</b>
	Niekonsumentckie	2															2
<b>RAZEM</b>																	<b>167</b>

#### Występowanie do przedsiębiorców

w lokalu / bez znaczenia	126
poza lokalem	8
na odległość	31

**Tabela 3. Współdziałanie z innymi instytucjami**

Lp.	Kategorie																Razem	
		Rozwiązanie umowy			Wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			Warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			Nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych			Inne				
		W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
<b>SPRZEDAŻ</b>																		<b>5</b>
1.	Art. żywnościowe				1													1
2.	Odzież i obuwie														1			1
3.	Meble, art. wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu																	0
4.	Urządzenia gosp. Domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy												1					1
5.	Samochody i środki transportu osobistego																	0
6.	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																	0
7.	Produkty związane z opieką zdrowotną																1	1
8.	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																	0
9.	Inne												1					1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	<b>USŁUGI</b>																<b>2</b>
10.	Związane z rynkiem nieruchomości																0
11.	Bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																0
12.	Czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																0
13.	Konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu													1			1
14.	Finansowe																0
15.	Ubezpieczeniowe																0
16.	Pocztowe i kurierskie																0
17.	Telekomunikacyjne																0
18.	Transportowe																0
19.	Turystyka i rekreacja																0
20.	Sektor energetyczny i wodny													1			1
21.	Związane z opieką i opieką zdrowotną																0
22.	Edukacyjne																0
23.	Inne																0
	<b>RAZEM</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>
	Informacje ogólne	0															<b>7</b>
	Niekonsumenckie	0															<b>0</b>
<b>RAZEM</b>																	<b>7</b>

**Tabela 4. Pomoc na drodze sądowej**

Lp.	Kategorie	4.1. Udział Rzecznika Konsumentów w postępowaniach sądowych															Razem	
		Rozwiązanie umowy			Wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			Warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			Nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych			Inne				
		W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
<b>SPRZEDAŻ</b>																		<b>8</b>
1.	Art. żywnościowe																	0
2.	Odzież i obuwie																	0
3.	Meble, art. wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu																	0
4.	Urządzenia gosp. Domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy		1	1		1												3
5.	Samochody i środki transportu osobistego																	0
6.	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																	0
7.	Produkty związane z opieką zdrowotną		5															5
8.	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																	0
9.	Inne																	0

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
	<b>USŁUGI</b>																	<b>0</b>
10.	Związane z rynkiem nieruchomości																	0
11.	Bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																	0
12.	Czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																	0
13.	Konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																	0
14.	Finansowe																	0
15.	Ubezpieczeniowe																	0
16.	Pocztowe i kurierskie																	0
17.	Telekomunikacyjne																	0
18.	Transportowe																	0
19.	Turystyka i rekreacja																	0
20.	Sektor energetyczny i wodny																	0
21.	Związane z opieką i opieką zdrowotną																	0
22.	Edukacyjne																	0
23.	Inne																	0
	<b>RAZEM</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8</b>
	<b>Sprawy o ukaranie</b>	1															<b>1</b>	
	<b>RAZEM</b>																<b>9</b>	

#### Udział Rzecznika Konsumentów w postępowaniach sądowych

w lokalu / bez znaczenia	0
poza lokalem	7
na odległość	1

Lp.	Kategorie	4.2. Pomoc konsumentom w samodzielnym dochodzeniu roszczeń przed sądami															Razem
		Rozwiązanie umowy			Wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			Warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			Nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności prawnych			Inne			
		W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	W lokalu/bez znaczenia	Poza lokalem	Na odległość	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
<b>SPRZEDAŻ</b>																	<b>36</b>
1.	Art. żywnościowe																0
2.	Odzież i obuwie			2	12		1										15
3.	Meble, art. wyposażenia wnętrz, utrzymanie domu			1	2		1										4
4.	Urządzenia gosp. Domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy		6	2		2	3										13
5.	Samochody i środki transportu osobistego			1													1
6.	Kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																0
7.	Produkty związane z opieką zdrowotną		1		1												2
8.	Art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci						1										1
9.	Inne				0												0

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	<b>USŁUGI</b>																<b>21</b>
10.	Związane z rynkiem nieruchomości				1												1
11.	Bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja	1			2												3
12.	Czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																0
13.	Konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																0
14.	Finansowe							1						4			5
15.	Ubezpieczeniowe																0
16.	Pocztowe i kurierskie																0
17.	Telekomunikacyjne	1			1									1			3
18.	Transportowe						1										1
19.	Turystyka i rekreacja				1		1										2
20.	Sektor energetyczny i wodny													1			1
21.	Związane z opieką i opieką zdrowotną																0
22.	Edukacyjne																0
23.	Inne				3		1							1			5
	<b>RAZEM</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>23</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>57</b>
	Informacje ogólne																<b>0</b>
	Niekonsumentckie																<b>0</b>
<b>RAZEM</b>																	<b>57</b>

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

w lokalu / bez znaczenia	33
poza lokalem	9
na odległość	15



