

**Sprawozdanie z działalności
Powiatowego Rzecznika
Konsumentów w Krasnymstawie
za 2008 rok**

PODSTAWA PRAWNA DZIAŁALNOŚCI ORAZ ZADANIA RZECZNIKA KONSUMENTÓW

Powiatowy Rzecznik Konsumentów realizuje zadania samorządu powiatowego w zakresie ochrony praw konsumentów. Podstawę prawną działalności Rzecznika Konsumentów stanowią przepisy ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50 poz. 331 z późn. zm.) - zwaną dalej ustawą, które m.in. określają rolę samorządu terytorialnego w zakresie ochrony konsumentów, funkcję i zadania powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Krasnymstawie wykonuje swoje zadania w ramach zatrudnienia na **1/2 etatu**. Biuro Rzecznika usytuowane jest w budynku Starostwa Powiatowego w Krasnymstawie przy ul. Sobieskiego 3 - III piętro budynku, pokój 318. Ustalone dni przyjęć interesantów to: wtorki i czwartki. W praktyce interesanci zgłaszający się o pomoc do Rzecznika, przyjmowani są w każdy inny dzień. Rzecznik ma zapewniony dostęp do Internetu, systemu prawnego, poczty elektronicznej oraz telefonu i faxu.

Do zadań Powiatowego Rzecznika Konsumentów należy:

1. zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów;
2. składanie wniosków w sprawie stanowienia 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, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi;
5. prowadzenie działań o charakterze edukacyjno-informacyjnym;
6. wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych.

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

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

Rzecznik Konsumentów realizując swoje ustawowe uprawnienia ma możliwość skierowania wniosku do sądu o ukaranie grzywną przedsiębiorcy, który narusza obowiązek udzielenia rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia – art. 42 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

Podstawową rolą Rzecznika jest wzmacnianie pozycji konsumenta, który w stosunkach z przedsiębiorcą wykonującym pracę zawodową, jest słabszą stroną rynku.

Wskazać należy, że w okresie sprawozdawczym, na mocy art. 52 ustawy z dnia 21 listopada 2008 r. o pracownikach samorządowych (Dz. U. Nr 223, poz. 1458) wprowadzono zmiany w ustawie z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, na podstawie której wykonywane są zadania samorządu dotyczące ochrony konkurencji i konsumentów. Weszły one w życie z dniem 1 stycznia 2009 r. Zasadniczo treść regulacji dotyczących ochrony konsumentów jako zadania wykonywane przez samorząd nie uległa zmianie. Zauważyć należy natomiast zmianę dotyczącą samego rzecznika konsumentów.

Z rzecznikiem konsumentów stosunek pracy nawiązuje starosta lub w miastach na prawach powiatu prezydent miasta. Rzecznik konsumentów jest bezpośrednio podporządkowany staroście (prezydentowi miasta). Rzecznik konsumentów, w terminie do dnia 31 marca każdego roku, przedkłada staroście (prezydentowi miasta) do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim oraz przekazuje je właściwej miejscowo delegaturze Urzędu.

Wykonując dyspozycję art. 43 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów przedkładam **Staroście Krasnostawskiemu do zatwierdzenia roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku 2008.**

REALIZACJA ZADAŃ W 2008 ROKU:

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

Podstawowym zadaniem rzecznika jest udzielanie bezpłatnych porad i informacji prawnej w zakresie obowiązujących przepisów dotyczących ochrony interesów konsumentów.

Wykonując to zadanie rzecznik dokonuje analizy zasadności skargi lub problemu przedstawionego przez konsumenta, przedstawia konsumentowi możliwości prawne rozwiązania zgłoszonego problemu, podejmuje bezpośrednie interwencje u przedsiębiorców (telefonicznie lub osobiście), przeprowadza mediacje, sporządza pisemne wystąpienie do przedsiębiorców, kieruje konsumentów do właściwych instytucji lub organów (Inspekcji Handlowej, Urzędu Regulacji Energetyki, Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Rzecznika

Ubezpieczonych, Arbitra Bankowego, Prokuratury, Policji itp.) W ramach bezpłatnego poradnictwa konsumenci otrzymują wzory pism (reklamacyjnych, oświadczeń o odstąpieniu od zawartej umowy) i pomoc w ich wypełnieniu, teksty aktów prawnych oraz pomoc w sporządzaniu różnego rodzaju pism do przedsiębiorców.

W 2008 roku Rzecznik udzielił konsumentom ogółem **161** porad konsumenckich i informacji prawnej.

Udzielanie tej najczęściej występującej formy pomocy odbywa się bezpośrednio konsumentom zgłaszającym się do Biura Rzecznika **osobiście, telefonicznie, pocztą elektroniczną bądź pisemnie.**

W wielu zasadnych sprawach wymagających podjęcia działań Rzecznika wystarczyła bezpośrednia telefoniczna lub osobista interwencja u przedsiębiorcy. Porady telefoniczne i osobiste nie polegały tylko i wyłącznie na wskazaniu trybu postępowania w danej sprawie lub kierowaniu konsumenta do właściwej instytucji lecz podejmowane były działania mające na celu szybkie załatwienie sprawy poprzez nawiązanie kontaktu z przedsiębiorcą i przedstawienie mu odpowiedniej argumentacji. Takie działania interwencyjne, jak również prowadzone w tej formie mediacje z przedsiębiorcą prowadziły do korzystnych dla konsumentów rozwiązań nurtujących ich problemów.

W okresie sprawozdawczym skargi zgłaszane przez Konsumentów w większości dotyczyły niezgodności towaru z umową i związanych z tym problemem rozpatrywania reklamacji przez drugą stronę umowy. W większości przypadków sprzedawcy narzucali konsumentom tryb dochodzenia roszczeń z tytułu posiadanej gwarancji, mimo iż sposób zachowania konsumentów wyraźnie wskazywał na to, że od sprzedawcy oczekują zaspokojenia ich roszczeń. Nieporozumienia na tym tle w dużym stopniu wynikają z nieznamomości przepisów obowiązującego prawa przez obie strony lub interpretowania go w sposób odmienny od ogólnie obowiązującego.

Jak wynika z załączonej tabeli nr 1 znaczącą grupę reklamowanych towarów stanowiło obuwie, sprzęt RTV i AGD, telefony komórkowe oraz artykuły wyposażenia wnętrz (meble), sprzęt komputerowy, akcesoria samochodowe, skutery.

Należy zwrócić uwagę, że sprzedaż telefonów komórkowych odbywa się przy zawieraniu podwójnych umów: na usługi telekomunikacyjne i umowy sprzedaży aparatu telefonicznego. Konsumenci, często nie wiedzą, że za sprzedany telefon komórkowy z tytułu niezgodności z umową odpowiada sprzedawca. Salony operatorów telefonii komórkowej zazwyczaj kierują reklamację aparatów telefonicznych na drogę dochodzenia roszczeń z tytułu posiadanej gwarancji, zrzucając z siebie odpowiedzialność przewidzianą ustawą

konsumencką. Z kolei gwaranci i producenci winą za nieprawidłowo działający telefon obarczają konsumentów.

Taka sama sytuacja ma miejsce przy reklamowaniu sprzętu RTV AGD, kiedy konsument otrzymuje gwarancję producenta na kupowany towar. Sprzedawca prawie zawsze kieruje dochodzenie roszczeń konsumenta z reżimu gwarancyjnego. Przyjmuje rolę pośrednika w przekazaniu sprzętu do serwisu. W takich sytuacjach w trakcie udzielanych porad, Rzecznik zawsze prowadzi działania edukacyjne. Z porad Rzecznika na etapie prowadzonego postępowania reklamacyjnego bardzo często korzystają Sprzedawcy, a niektórzy nawet sami kierują konsumentów do Rzecznika w sprawach związanych z dochodzeniem roszczeń na podstawie gwarancji.

W przypadkach, kiedy konsument nie otrzymuje gwarancji producenta, np. przy zakupie obuwia, sprzedawcy bardzo często warunkują rozpatrzenie reklamacji od stanowiska producenta lub podmiotu, u którego dokonali zakupu towaru. Brak dostatecznej wiedzy konsumenckiej, powoduje często, że klienci godzą się na takie zachowanie i czekają na rozpatrzenie reklamacji, niejednokrotnie dowiadując się osobiście u sprzedawcy o stanowisko producenta.

Odrębny problem stanowią opinie rzeczoznawców dotyczące reklamowanego obuwia, wystawiane na zlecenie sklepu. Szczególny problem stanowi tutaj markowe obuwie sportowe. Sprzedawcy często uchylają się od odpowiedzialności, przerzucają winę na konsumenta, tłumacząc powstałą wadę złym użytkowaniem obuwia, niezgodnym z jego przeznaczeniem.

W roku sprawozdawczym znaczna liczba udzielonych porad dotyczyła reklamacji usług, głównie telekomunikacyjnych (internetowych, telefonii stacjonarnej i komórkowej, telewizji cyfrowej), remontowo-budowlanych, bankowych. We wszystkich sprawach dotyczących nienależytego wykonania usług remontowo-budowlanych, w szczególności montażu drzwi uzyskano pozytywne dla konsumentów zakończenie.

Problematyka spraw poruszanych przez konsumentów obejmowała również umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość. W kilku tego typu sprawach pomoc Rzecznika, polegająca na szybkiej interwencji i napisaniu oświadczenia o odstąpieniu od umowy okazała się jedyną drogą uniknięcia poważnych problemów związanych z zawarciem takiej umowy. Na nieuczciwą działalność takich firm narażone są przede wszystkim osoby starsze, samotnie zamieszkujące, które pod wpływem emocji podczas zorganizowanej wycieczki, czy pokazu podpisują umowę zarówno na zakup towaru jak i kredyt konsumencki, celem sfinansowania zakupu.

Zapytania Konsumentów, podobnie jak w latach poprzednich, dotyczyły również kwestii możliwości odstąpienia od umowy sprzedaży zawartej w lokalu przedsiębiorcy (zwrot towaru za zwrotem ceny), terminów, w jakim przedsiębiorca winien dokonać naprawy, czy wymiany reklamowanego towaru.

Struktura i ilość udzielonych porad została szczegółowo przedstawiona w **Tabeli nr 1: zestawienie bezpłatnego poradnictwa i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów** (załącznik do sprawozdania).

W zestawieniu porad przedstawionych w tabeli nr 1 większość spraw i skarg, których te porady dotyczyły, uzyskała pomyślne zakończenie, w **trybie mediacyjnym**, stosowanym przez Rzecznika w formie: interwencji telefonicznej u sprzedawcy w obecności konsumenta w Biurze, mediacji osobistej w Biurze przy udziale stron (konsument, przedsiębiorca), mediacji w siedzibie sprzedawcy i nie wymagała podejmowania dalszych działań.

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

W sprawach, które wymagały zbadania i wyjaśnienia, Rzecznik w ramach swoich ustawowych uprawnień występował do przedsiębiorców na podstawie artykułu 42 ust. 1 pkt. 3 wyżej cytowanej ustawy, w imieniu i na rzecz konsumenta o przedstawienie swojego stanowiska w przedmiotowej sprawie. Mając na względzie polubowne załatwienie sprawy, Rzecznik po przedstawieniu argumentów na podstawie zgromadzonych dowodów i materiałów, wskazywał przedsiębiorcy oczekiwany sposób załatwienia spornej sprawy z konsumentem i wnosił o jego realizację w odpowiednim terminie. Niektóre z prowadzonych spraw wymagały dużego zaangażowania ze strony rzecznika aby poprzez stosowanie odpowiedniej i wyczerpującej argumentacji doprowadzić do pozytywnego zakończenia sporu pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą. Zdarzały się również sytuacje, w których po przedstawieniu materiałów dowodowych drugiej strony, czyli przedsiębiorcy rzecznik rezygnował z dalszego dochodzenia roszczeń ze względu na uchybienia leżące po stronie konsumenta.

Jak przedstawia załączona do sprawozdania **tabela nr 2** w roku 2008 Rzecznik skierował **26** wystąpień do przedsiębiorców, co w porównaniu z ubiegłym rokiem stanowi wzrost o 7. Na skutek tego typu działań większość zgłoszonych przez konsumentów spraw została załatwiona pozytywnie. W wyniku takich interwencji konsumenci uzyskali: wymianę

towaru na nowy, nieodpłatną naprawę serwisową, umorzenie kar pieniężnych, odstąpienie od czynności windykacyjnych, rozwiązanie umowy z operatorem telewizji cyfrowej.

W kategorii sprzedaży dominowały interwencje związane z reklamacją obuwia, natomiast w kategorii usług najczęściej problemów konsumenci mieli z usługami telekomunikacyjnymi.

W 2008 roku Rzecznik nie miał podstaw do skierowania wniosku o ukaranie przedsiębiorcy do sądu, z powodu uchylania się od udzielenia Rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia Rzecznika.

Tabela nr 2 przedstawia zestawienie spraw, w których została podjęta pisemna interwencja pisemna, celem wyjaśnienia zaistniałego problemu pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą (załącznik do sprawozdania).

3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów.

W 2008 r. Powiatowy Rzecznik Konsumentów nie skorzystał z przysługującego mu prawa do wytaczania powództw na rzecz konsumentów oraz nie wstępował do toczącego się postępowania sądowego na wniosek konsumenta.

W ramach pomocy prawnej Rzecznik przygotował 1 pozew dla konsumenta o zasądzenie należności, w związku z niezaspokojeniem w odpowiednim terminie roszczeń związanych z reklamacją obuwia.

Każdorazowo, w przypadku braku możliwości polubownego zakończenia sprawy z korzyścią dla konsumenta, po wyczerpaniu przez rzecznika wszelkich pozostających w jego kompetencji działań, konsument był informowany o przysługującym mu prawie do dochodzenia roszczeń na drodze postępowania sądowego. Rzecznik oferował pomoc w napisaniu pozwu, wyjaśniał obowiązujące przepisy, procedury, udzielał informacji o kosztach sądowych. Konsumenci, jako powody zaniechania dalszego dochodzenia swoich roszczeń na drodze sądowej, argumentowali zbyt niską wartością przedmiotu sporu w stosunku do dużego zaangażowania osobistego i środków finansowych, a najczęściej subiektywną niechęcią do występowania przed sądem.

Tabela nr 3 przedstawia: Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów (załącznik do sprawozdania).

4. Współdziałanie z innymi instytucjami działającymi na rzecz konsumentów.

W 2008 roku Powiatowy Rzecznik Konsumentów utrzymywał bieżący kontakt z Delegaturą Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Lublinie, Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie, Inspekcją Handlową – Delegatura w Chełmie, Urzędem Regulacji Energetyki Oddział Terenowy z siedzibą w Lublinie, Urzędem Komunikacji Elektronicznej, Rzecznikiem Ubezpieczonych, Stowarzyszeniem Konsumentów Polskich w Warszawie w zakresie wymiany ważnych i istotnych z punktu widzenia ochrony konsumenta informacji, przekazywaniu publikacji o tematyce konsumenckiej oraz uczestnictwa w organizowanych szkoleniach.

5. Działanie o charakterze edukacyjno- informacyjnym.

W okresie sprawozdawczym, wzorem lat ubiegłych, Powiatowy Rzecznik Konsumentów prowadził działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym. Konsumentom zgłaszającym się do Rzecznika – oprócz porady w konkretnej sprawie, otrzymywali teksty aktów prawnych oraz broszury i materiały o tematyce konsumenckiej. Broszury i materiały edukacyjne w formie „ulotek informacyjnych” przesyłane przez UOKiK w Warszawie oraz Stowarzyszenie Konsumentów Polskich były wykładane w siedzibie Starostwa, w miejscach, w których najliczniej przebywają interesanci.

Ponadto w ramach działań edukacyjnych Rzecznik przeprowadził zajęcia szkolne, związane z tematyką ochrony praw konsumenta w I Liceum Ogólnokształcącym w Krasnymstawie, na lekcji przedsiębiorczości oraz na godzinach wychowawczych. Zajęcia prowadzone były w miesiącu listopadzie 2008 roku. Rzecznik zreferował uczniom przysługujące konsumentowi prawa, obowiązki sprzedawcy wobec konsumenta oraz zadania i rolę rzecznika. Wskazał uczniom organy, instytucje i organizacje, do których zadań statutowych należy ochrona interesów konsumentów. Zostały przekazane również uczniom materiały edukacyjne (broszury i ulotki informacyjne) popularyzujące wiedzę o prawach konsumentów. Rzecznik zaangażował się również w przedsiębiorczą edukację młodzieży I Liceum Ogólnokształcącego w Krasnymstawie, w ramach realizacji projektu „Otwarta Firma” w dniach 17.XI. -23.XI.2008 r., za co otrzymał podziękowanie. Formą działań edukacyjnych prowadzonych przez Rzecznika było prezentowanie problematyki konsumenckiej, przy współpracy z prasą lokalną.

6. Podsumowanie

Podsumowując kolejny rok działalności, należy stwierdzić, że zadania samorządu w zakresie ochrony praw konsumenckich, realizowane przez Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Krasnymstawie, zostały w 2008 roku wypełnione. Instytucja ta jest niezwykle potrzebna. Optymistyczne jest, iż dzięki popularyzacji w telewizji i prasie praw konsumenta, wzrasta świadomość konsumentów swoich praw, jak również urzędu rzecznika.

Sprostanie wszystkim ustawowym obowiązkom oraz zapewnienie sprawnego i skutecznego działania, w obliczu tak różnych problemów konsumenckich, wymaga dużego zaangażowania i ciągłego doskonalenia wiedzy na tym stanowisku. Dążąc do jak najszybszego doprowadzenia do pozytywnego zakończenia sprawy, rzecznik podejmuje działania poprzez interwencję telefoniczną lub osobistą, co znacznie skraca czas rozwiązania problemu.

Problemy rozwiązywane są na drodze negocjacji i mediacji, niejednokrotnie z udziałem rzecznika. Polubowna forma załatwiania spraw jest przyjmowana przez konsumentów i przedsiębiorców najchętniej. Działania Powiatowego Rzecznika Konsumentów są dobrze oceniane przez konsumentów a skuteczność w dochodzeniu roszczeń przyczynia się do tworzenia dobrego wizerunku urzędu. Konsumenty wyrażają swoje zadowolenie poprzez telefoniczne lub osobiste podziękowanie za pomoc w załatwieniu problemu. Zadowolenie konsumentów jest najlepszym dowodem na to, że taka instytucja jest niezwykle potrzebna i w sposób należyty spełnia swoje zadania.

Sporządziła:

Krystyna Starczewska

Powiatowy Rzecznik Konsumentów

Krasnystaw, luty 2009 r.

Załączniki: Tabela nr1, Tabela nr 2, Tabela nr 3

Tabela nr 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów.

Przedmiot sprawy				Ogółem
	telefoniczne	osobiste	pisemne	
I. Usługi, w tym:	18	55	4	77
bankowe	1	4	-	5
ubezpieczeniowe	1	5	-	6
systemy argentyńskie	-	-	-	-
inne finansowe	-	-	-	-
telekomunikacja (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, TV kablowa)	8	24	4	36
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	-	2	-	2
informatyczne	-	1	-	1
motoryzacyjne (serwis)	-	5	-	5
turystyczne i hotelarskie	-	-	-	-
pralnicze	1	1	-	2
remontowo - budowlane	2	8	-	10
pocztowe	-	-	-	-
medyczne	1	1	-	2
dentystyczne	-	-	-	-
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	-	1	-	1
komunikacyjne	1	1	-	2
transportowe	-	-	-	-
kamieniarskie	-	-	-	-
fotograficzne	-	-	-	-
krawieckie	1	-	-	1
lokalowe	1	1	-	2
Inne	1	1	-	2
II. Umowy sprzedaży, w tym:	26	55	3	84
wyposażenie wnętrz	2	4	-	6
sprzęt RTV i AGD	3	10	1	14
sprzęt komputerowy	2	2	-	4
odzież	-	3	-	3
obuwie	5	11	-	16
samochody i akcesoria	-	4	-	4
nieruchomości	-	3	-	3
materiały budowlane	-	-	-	-
kosmetyki	-	-	-	-
sprzęt sportowy	1	1	-	2
sprzęt rehabilitacyjny	-	1	-	1
art. spożywcze	-	-	-	-
bizuteria	-	-	-	-
zabawki	-	-	-	-

zwierzęta	-	-	-	-
płyty CD, DVD	-	-	-	-
telefony komórkowe	1	7	1	9
Inne	9	4	-	13
III. Umowy poza lokalem i na odległość	3	5	1	9
RAZEM	44	110	7	161

Tabela nr 2: Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony interesów konsumentów

Wyszczególnienie	Ogółem ilość wystąpień	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
I. Usługi, w tym:	13	9	4	-
bankowe	-	-	-	-
ubezpieczeniowe	-	-	-	-
systemy argentyńskie	-	-	-	-
inne finansowe	-	-	-	-
telekomunikacja (operatorzy telefonii stacjonarnej i komórkowej, TV kablowa)	6	3	3	-
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	2	1	1	-
Informatyczne	1	1	-	-
motoryzacyjne (serwis)	1	1	-	-
turystyczne i hotelarskie	-	-	-	-
pralnicze	-	-	-	-
remontowo - budowlane	2	2	-	-
pocztowe	-	-	-	-
medyczne	-	-	-	-
dentystyczne	-	-	-	-
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	1	1	-	-
komunikacyjne	-	-	-	-
transportowe	-	-	-	-
kamieniarskie	-	-	-	-
fotograficzne	-	-	-	-
krawieckie	-	-	-	-
lokalowe	-	-	-	-
Inne	-	-	-	-
II. Umowy sprzedaży, w tym:	13	5	8	-
wyposażenie wnętrz	-	-	-	-
sprzęt RTV i AGD	2	1	1	-
sprzęt komputerowy	-	-	-	-
odzież	-	-	-	-
obuwie	3	1	2	-
samochody i akcesoria	2	1	1	-

nieruchomości	-	-	-	-
materiały budowlane	-	-	-	-
kosmetyki	-	-	-	-
sprzęt sportowy	-	-	-	-
sprzęt rehabilitacyjny	-	-	-	-
art. spożywcze	-	-	-	-
biżuteria	-	-	-	-
zabawki	-	-	-	-
zwierzęta	-	-	-	-
płyty CD, DVD	-	-	-	-
telefony komórkowe	2	-	2	-
Inne	2	-	2	-
III. Umowy poza lokalem i na odległość	2	2	-	-
RAZEM	26	14	12	-

Tabela nr 3: Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów:

lp.	Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu		w toku	Ilość powództw ogółem
		pozytywne (np. uwzględniające żądanie w zasadniczej części)	negatywne (np. oddalone, nieuwzględnia- ce żądanie)		
1.	Powództwa dotyczące reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	-	-	-	-
2.	Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania usług	-	-	-	-
3.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	-	-	1	1
4.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług	-	-	-	-

5.	Sprawy kierowane do rozpatrzenia przez sąd polubowny	-	-	-	-
6.	Wstępowanie rzecznika konsumentów do postępowań	-	-	-	
7.	Inne	-	-	-	-
	RAZEM	-	-	-	1