

Załącznik do Zarządzenia Nr
Starosty Zgierskiego
z dnia 25 marca 2010r

12/2010

SPRAWOZDANIE POWIATOWEGO RZECZNIKA KONSUMENTÓW

ZA ROK 2009

**STAROSTWO POWIATOWE
POWIATOWY RZECZNIK KONSUMENTÓW
Ul. Długa 49, 95-100 Zgierz
Tel. 0 42 719 09 08, przk.@powiat.zgierz.pl**

I. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności Powiatowego Rzecznika Konsumentów.

Powiatowy rzecznik konsumentów jest instytucją samorządową, zajmującą się ochroną konsumenta indywidualnego. Realizuje zadanie publiczne powiatu o charakterze ponadgminnym: „ochrona praw konsumenta”. W polskim systemie ochrony konsumentów funkcjonuje od 1999r.

Rolą rzecznika jest wzmacnianie pozycji konsumenta, który w konfrontacji z przedsiębiorcą wykonującym swoją pracę zawodowo, nadal jest słabszą stroną rynku.

Ochroną konsumentów na polski, rynku zajmuje się kilka instytucji. Wszystkie one wzajemnie się uzupełniają, tworząc system ochrony prawnej.

Centralną instytucją rządową, zajmującą się ochroną konsumenta zbiorowego jest *Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów*.

Urzędowi temu podlega *Inspekcja Handlowa* UOKiK będąca wyspecjalizowanym organem kontroli w sprawach dotyczących konsumentów.

Ponadto funkcjonują *Stowarzyszenie Konsumentów Polskich* oraz *Federacja Konsumentów*, które są organizacjami społecznymi zajmującymi się pomocą konsumentowi indywidualnemu, jak również podejmują działania lobbystyczne na rzecz zbiorowości konsumentów. W powiecie zgierskim nie ma żadnej z tych organizacji.

Powiatowi rzecznicy konsumentów to instytucje samorządowe działające na rzecz konsumenta indywidualnego.

Zadania rzecznika zostały określone przede wszystkim w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów.

Obowiązkiem rzecznika - na gruncie tej ustawy - jest:

- zapewnienie konsumentom bezpłatnego poradnictwa i informacji prawnej w zakresie ochrony ich interesów,
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz występowanie, za ich zgodą, do toczących się postępowań w sprawach o ochronę interesów konsumentów,
- występowanie w charakterze oskarżyciela publicznego w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów,
- wprowadzanie elementów wiedzy konsumenckiej do programów nauczania w szkołach publicznych,
- składanie wniosków w sprawach stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi,
- składanie wniosków o wszczęcie postępowań antymonopolowych w trybie przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

A. Formalno-prawne usytuowanie Rzecznika w powiecie

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Zgierzu powołany został Uchwałą Rady Powiatu Zgierskiego Nr XXV/186/2000 z dnia 27 października 2000 r. – działalność rozpoczął z dniem 1 listopada 2000r. Rzecznik podlega bezpośrednio Staroście.

B. Struktura biura rzecznika, stan kadrowy

Siedziba rzecznika mieści się w Starostwie Powiatowym w Zgierzu, przy ul. Długiej 49. W biurze rzecznika konsumentów zatrudnione są dwie osoby, tj. powiatowy rzecznik konsumentów oraz inspektor (2 etaty)

Biuro ma zapewniony dostęp do internetu, systemu prawnego, poczty elektronicznej oraz telefonu.

II. Realizacja zadań

Zakres zadań oraz formy ich realizacji, w ramach ustawowo przyznanych rzecznikowi kompetencji doradczych i procesowych można ująć w następujące bloki tematyczne:

- 1) bezpłatne poradnictwo konsumenckie i pomoc w dochodzeniu roszczeń,

- 2) działalność informacyjno-edukacyjna,
- 3) współdziałanie z instytucjami działającymi na rzecz konsumentów,
- 4) działania w zakresie zmiany prawa.

1. Bezpłatne poradnictwo konsumenckie, pomoc w dochodzeniu roszczeń

Wśród wielu zadań wykonywanych przez rzecznika dominowało przede wszystkim poradnictwo konsumenckie realizowane poprzez kontakt osobisty konsumentów z rzecznikiem w siedzibie biura oraz telefoniczny i e-mailowy.

Liczba udzielonych porad w minionym okresie sprawozdawczym wyniosła 2538 (w tym 1564 bezpośrednio w biurze, 974 telefonicznie i pocztą elektroniczną) i była większa o 817 w stosunku do roku 2009.

Świadczy to o dużym i wciąż wzrastającym zainteresowaniu konsumentów tym rodzajem poradnictwa. Sprzyja temu w dużym stopniu bezpłatny charakter świadczonej pomocy, a jednocześnie podaż nowych produktów i usług pojawiających się na rynku, nieznanymi dotąd konsumentowi i dlatego często stwarzających problem.

A. Ogólna charakterystyka problemów z jakimi zgłaszali się konsumenci:

Struktura udzielonych porad: Tabela 1.

Problemy z jakimi zwracali się konsumenci dotyczyły:

- **wadliwości świadczonych usług:**

telekomunikacyjnych

(bezprawne blokowanie przez TP SA łączy telefonicznych celem uniemożliwienia świadczenia usług innym, konkurencyjnym w stosunku do TP operatorom, nierzetelna informacja, zawyżanie rachunków za korzystanie z usług telefonii stacjonarnej lub komórkowej, przekraczanie ustawowych terminów odpowiedzi na złożoną reklamację, zaprzestanie świadczenia usług i przekazanie zadłużenia do windykacji w trakcie postępowania reklamacyjnego, stwarzanie utrudnień w realizacji roszczeń reklamacyjnych z tytułu wad komórkowych aparatów telefonicznych zakupionych w promocji, nierzetelne informowanie abonentów o sposobie dochodzenia roszczeń z tytułu wadliwych aparatów komórkowych, niewłaściwa jakość świadczonych usług internetowych, szczególnie w przypadku internetu mobilnego);

budowlanych, remontowych, stolarskich

(nieterminowa lub niezgodna z projektem, umową czy zamówieniem realizacja robót, użycie materiałów nienależytej jakości, żądanie pełnej zapłaty za nieprawidłowo wykonaną usługę, odmowa przyjęcia reklamacji lub uznania jej w przypadkach ewidentnie uzasadnionych);

motoryzacyjnych

(nierzetelność w wykonaniu naprawy - wymiana niesprawnych części na części regenerowane zamiast nowych lub części nieoryginalne, jednostronna zmiana ustalonego zakresu naprawy, zawężenie, przy tym samym wynagrodzeniu lub rozszerzenie zakresu prac bez wcześniejszego uzgodnienia z konsumentem, niedotrzymywanie terminów wykonania usług).

ubezpieczeniowych

(zanizanie kwoty odszkodowania z tytułu szkód komunikacyjnych (OC i AC), bezpodstawne potrącenia kwot wypłacanego odszkodowania z tytułu amortyzacji części, pomniejszanie przyznanego odszkodowania o podatek VAT, brak staranności i rzetelności w przygotowaniu zakresu likwidacji szkód, niedotrzymywanie terminów oględzin szkód przewidzianych umowami, żądanie zbędnych dokumentów i przekraczanie określonych przepisami terminów wypłaty odszkodowań, nieuzasadnione odmowy wypłaty odszkodowań z tytułu trwałego uszczerbku na zdrowiu);

bankowych, finansowych

(trudności w uzyskaniu potwierdzenia rozliczenia spłaty kredytu, dochodzenie niespłaconej części kredytu w sposób sprzeczny z formą jego zabezpieczenia określoną umową, obciążanie konsumentów prowizją z tytułu spłaty kredytu konsumenckiego przed terminem, stosowanie klauzul niedozwolonych w umowach z konsumentami, obciążanie kredytobiorców kosztami wezwań i monitów dotyczących nieterminowych spłat, stosowanie podwójnych sankcji za to samo uchybienie (kar umownych i odsetek), uzależnianie zawarcia umowy o kredyt od zawarcia innej umowy – o prowadzenie rachunku bankowego, nagminne niewykonywanie dyspozycji ustnych konsumentów w sprawie zamknięcia rachunków, co wiąże się z dodatkowymi kosztami dla kredytobiorcy, nieinformowanie o rzeczywistej stopie oprocentowania kredytu i pożyczki, brak informacji o konsekwencjach w przypadku skorzystania przez konsumenta z uprawnienia do odstąpienia od umowy);

- ***wadliwości sprzedawanych towarów:***

w zakresie umów sprzedaży:

obuwia, telefonów komórkowych i bezprzewodowych, okien i drzwi, odzieży, sprzętu RTV i AGD, artykułów wyposażenia wnętrz, główne problemy to odmowa przyjęcia reklamacji, narzucanie konsumentom przez przedsiębiorcę, sposobu załatwienia reklamacji (gwarancja, ustawa), brak uzasadnienia oddalenia żądania konsumenta lub w ogóle reakcji na złożoną reklamację, niedotrzymywanie ustawowych terminów rozstrzygania reklamacji;

w zakresie gwarancji jakości:

długotrwały proces reklamacyjny, nieskuteczność napraw, niejednoznaczność zapisów w warunkach gwarancji, obciążanie konsumentów kosztami ekspertyz wykonanych przez serwis, nieuzasadnione pozbawianie uprawnień z gwarancji;

- ***umów zawartych poza lokalem przedsiębiorcy i na odległość:***

stosowanie różnych socjotechnik mających na celu wykorzystywanie łatwowierności konsumentów, wyłudzenie podpisów pod umowami kredytowymi, o świadczenie usług telekomunikacyjnych, nieprzestrzeganie przez przedsiębiorców obowiązku informowania konsumentów o przysługującym im prawie odstąpienia od umów, obciążanie konsumentów kosztami przesyłki, brak rzetelnych informacji o nazwie i siedzibie przedsiębiorcy, odmowy przyjęcia towarów do reklamacji;

- ***zapytań w sprawie obowiązujących przepisów:***

uprawnień reklamacyjnych z tytułu gwarancji i niezgodności towaru z umową, możliwości dochodzenia roszczeń w przypadku zakupu towarów używanych, w komisie oraz dochodzenia roszczeń przed sądami polubownymi i powszechnymi, możliwości zmiany spłaty kredytów i pożyczek, konsekwencji wypowiedzenia umów na czas określony (tzw. umów lojalnościowych) przed terminem ich upływu;

- ***pozostałych:***

pomocy w załatwieniu spraw innych niż konsumenckie (sprawy z zakresu działania spółdzielni mieszkaniowej, pracownicze, spadkowe, majątkowe, z zakresu ubezpieczeń społecznych, obywatelskie, wynikłe ze stosunku przedsiębiorca-przedsiębiorca), wskazaniu właściwego podmiotu dla rozstrzygnięcia zgłaszanego problemu.

B. Rodzaj udzielonej pomocy prawnej

Zakres udzielonej pomocy był różnorodny, w zależności od tego na jakim etapie była dana sprawa. Przede wszystkim informowano o przysługującym konsumentowi prawie, sposobie jego egzekwowania, redagowano pisma - oświadczenia, zgłoszenia reklamacyjne, pozwы, apelacje, wnioski do komorników, wnioski o ukaranie przedsiębiorców z tytułu nieustosunkowania się do wystąpień rzecznika działającego na rzecz konsumenta, doniesienia do prokuratury, występowano do przedsiębiorców, pisemnie i telefonicznie o wyjaśnienie lub zajęcie stanowiska w sprawie, udział w mediacjach pomiędzy stronami sporu w celu zawarcia ugody, wyjaśnianie wątpliwości, udzielanie odpowiedzi na pytania związane z aktualnymi przepisami, udostępnianie aktów prawnych konsumentom i przedsiębiorcom.

C. Występowanie do przedsiębiorców w sprawach o wyjaśnienie i ochronę praw i interesów konsumentów.

Wystąpienia do przedsiębiorców następowały w przypadkach nieprzestrzegania przepisów prawa, w sytuacji bezskutecznego dochodzenia praw przez konsumenta.

W sytuacjach jednoznacznych i nie budzących wątpliwości, rzecznik powołując się na obowiązujące przepisy prawa proponował polubowne załatwienie sporu i spełnienie żądań reklamacyjnych.

Natomiast w sprawach złożonych, wymagających uzyskania szerszej informacji na temat przedmiotu sporu, rzecznik występował o udzielenie przez przedsiębiorcę stosownych informacji i wyjaśnień oraz zajęcie stanowiska w sprawie.

W minionym roku sprawozdawczym Rzecznik skierował 425 wystąpień do przedsiębiorców.

Struktura wystąpień została zawarta w Tabeli 2.

Charakterystyka tematów wystąpień i interwencji:

uzyskanie wyjaśnień i dokumentów dotyczących okoliczności zawarcia umów, przebiegu reklamacji, w celu prawidłowej oceny stanu prawnego badanej sprawy, ustalenie podstaw prawnych żądań zawartych w pismach firm windykacyjnych, przyczyn nieudzielenia odpowiedzi na reklamację lub naruszenia trybu i terminu jej rozpatrzenia, wskazanie na wystąpienie klauzul abuzywnych.

Przedsiębiorcy w znacznej liczbie przypadków dzielali argumentację rzecznika uwzględniając żądania konsumentów.

Zdarzały się też przypadki kiedy po uzyskaniu wyjaśnień od przedsiębiorców, okazywało się że, prawo konsumenckie nie zostało naruszone. W takich sytuacjach roszczenia konsumenckie uznawane były za niezasadne.

Były też przypadki ignorowania wystąpień rzecznika, co uniemożliwiało dokonanie rzetelnej oceny faktycznego stanu prawnego i podjęcie decyzji w sprawie dalszego sposobu dochodzenia roszczeń.

W dwóch takich przypadkach rzecznik skorzystał z uprawnień art. 114 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów i wystąpił do Sądu Rejonowego w Zgierzu z wnioskami o ukaranie przedsiębiorców karą grzywny w wysokości 2000 złotych.

Rzecznik w wystąpieniach do przedsiębiorców wskazywał podstawy prawne i dodawał komentarz. Ponadto w pierwszej kolejności starał się wykorzystywać wszystkie możliwości zmierzające do polubownego zakończenia sporu. W przypadkach jednak istotnego naruszenia prawa i braku możliwości polubownego rozstrzygnięcia sporu sprawy kierowane były do sądów powszechnych.

D. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów – struktura powództw

W 2009r w biurze powiatowego rzecznika zostało przygotowanych 67 pozwów przeciwko przedsiębiorcom, którzy naruszyli w ramach prowadzonej działalności przepisy prawa konsumenckiego narażając konsumentów na szkodę.

2. Działalność informacyjno-edukacyjna

Działania edukacyjne prowadzone były na kilku płaszczyznach obejmując zarówno dorosłych jak i młodzież szkolną.

Dorośli:

a) podczas udzielanych porad:

porady ustne + broszury tematyczne,

b) za pośrednictwem i przy współpracy lokalnej prasy - Ilustrowany Tygodnik Zgierski, Dziennik Łódzki, Gazeta Wyborcza, Pismo Samorządowe Województwa Łódzkiego – łącznie 11 artykułów prasowych,

c) podczas interwencji rzecznika u przedsiębiorców – dokładne omówienie prawa przy okazji zaistniałego sporu konsumenckiego oraz przekazywanie obowiązujących aktów prawnych dotyczących zakresu działania danego podmiotu

Młodzież szkolna:

a) poprzez szkolną edukację konsumencką prowadzoną bieżąco w szkołach, na terenie Powiatu

W trakcie spotkań, młodzież otrzymywała ulotki dotyczące omawianych tematów oraz inne, z przeznaczeniem dla rodzin uczniów.

Działania podjęte przez rzecznika w tym zakresie:

- opracowanie materiałów edukacyjnych, głównie scenariuszy lekcji, spotkań z przeznaczeniem do wykorzystania przez nauczycieli i uczniów, z uwzględnieniem różnych grup wiekowych,
- bieżąca współpraca z nauczycielami prowadzącymi zajęcia z zakresu ochrony konsumentów
- rozpowszechnianie materiałów edukacyjnych wykonanych na zlecenie UOKiK-u,
- bezpośrednie prowadzenie przez rzecznika lekcji na temat: „Prawna ochrona interesów konsumenta w Polsce i Unii Europejskiej,

3. Współdziałanie z instytucjami działającymi na rzecz konsumentów

Rzecznik realizując zadania współpracował z podmiotami mającymi w swej działalności statutowej ochronę konsumentów.

Na bieżąco współdziałał z Inspekcją Handlową w Łodzi oraz Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów zarówno w Warszawie jak i Delegaturą w Łodzi.

Wspólnie z Inspekcją Handlową rzecznik:

- wnioskował o wszczęcie mediacji,
- uczestniczył w spotkaniach roboczych rzeczników mających na celu wzajemne informowanie się o niekorzystnych dla konsumentów działaniach ze strony przedsiębiorców, o wynikach kontroli prowadzonych przez IH,
- bieżąco informował UOKiK o problemach dotyczących ochrony konsumentów, które wymagały podjęcia działań na poziomie administracji rządowej,
- uczestniczył w szkoleniach, seminariach, konsultacjach, spotkaniach z przedsiębiorcami;

III. Wnioski końcowe, propozycje zmian zmierzających do poprawy realizacji praw konsumentów.

1. Wnioski końcowe:

Spory pomiędzy konsumentami a przedsiębiorcami były w większości wynikiem nieznamomości podstawowych przepisów prawa przez konsumentów i przedsiębiorców, jak również braku rzetelności i profesjonalizmu w działaniu niektórych przedsiębiorców.

2. Propozycja zmian w prawie

W celu zwiększenia skuteczności dochodzonych roszczeń koniecznym jest umożliwienie rzecznikowi nieodpłatnego korzystania z opinii rzeczoznawców oraz dążenie do dokonania zmian w ustawie „konsumenckiej”, która z uwagi na nieprecyzyjność zawartych w niej zapisów rodzi dużą dowolność w zakresie interpretacji (uznaniowość, ocenność itp.).

Celowym wydaje się również postulowanie wprowadzenia elementów prawa konsumenckiego do programu nauczania w gimnazjach i kontynuowanie tego na poziomie szkół średnich.

Podsumowanie

Informacje zawarte w niniejszym sprawozdaniu potwierdzają, że powierzenie samorządowi terytorialnemu sprawowania obowiązków z zakresu ochrony konsumentów jest bardzo potrzebne. Potwierdza to skala problemu, wyrażona ilością spraw skierowanych do rzecznika w 2009r. oraz liczba podjętych interwencji i pozwów skierowanych do sądu.

Dla konsumentów ważna jest świadomość istnienia instytucji, do której mogą się zwrócić i uzyskać bezpłatną pomoc oraz fakt, że instytucja ta jest mało sformalizowana, co ułatwia konsumentom dostępność, a jednocześnie elastyczna w podejmowaniu działań zmierzających do szybkiego reagowania w sprawach wymagających interwencji.

Powiatowy Rzecznik
KONSUMENTÓW
Ewa Walczak

SPRAWOZDANIE
POWIATOWEGO (MIEJSKIEGO) RZECZNIKA KONSUMENTÓW w Zgierzu za 2009 r.

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

Przedmiot sprawy	Rodzaj udzielonej porady			Ogółem
	telefoniczna	osobista	pisemna	
I. Usługi, w tym:	510	378	224	1112
bankowe (inne niż kredyt konsumencki)	20	12	26	58
parabankowe (inne niż bankowe i kredyt konsumencki)	7	24	11	42
kredyt konsumencki	106	73	11	190
ubezpieczeniowe	20	11	25	56
systemy argentyńskie	-	-	1	1
telekomunikacja (telefon, internet) operatorzy stacjonarni i komórkowi	107	117	56	280
telewizja (TV kablowa, TV satelitarna)	14	3	18	35
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	9	11	4	24
wywóz śmieci i kanalizacji	-	-	1	1
informatyczne	-	-	-	-
motoryzacyjne (serwis)	27	44	10	81
turystyczne i hotelarskie	43	10	12	65
timeshare	-	-	-	-
pralnicze	91	17	10	31
remontowo - budowlane	-	29	19	139
pocztowe	2	1	-	1
medyczne	-	-	2	4
dentystyczne	-	2	-	2
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	-	3	1	4
komunikacyjne	-	1	-	1
transportowe	-	2	3	5
kamieniarskie	-	-	-	-
fotograficzne	6	2	2	4
krawieckie	-	2	1	3
windykacyjne	6	-	-	6
Inne	54	14	11	79
II. Umowy sprzedaży, w tym:	447	620	186	1253
wyposażenie wnętrz	19	91	33	143
sprzęt RTV i AGD	121	76	14	211
sprzęt komputerowy	31	191	6	228
odzież	104	31	16	151
obuwie	25	42	58	125
samochody i akcesoria	25	33	7	65
nieruchomości	1	2	1	4
materiały budowlane	2	3	4	9
kosmetyki	-	-	-	-
sprzęt sportowy	3	-	2	5
sprzęt rehabilitacyjny	-	-	-	-
art. spożywcze	4	1	1	6
bizuteria	-	-	3	3
zabawki	1	-	-	1
zwierzęta	-	-	-	-
płyty CD, DVD	2	-	-	2
telefony komórkowe	95	139	24	258
Inne	14	11	17	42
III. Umowy poza lokalem i na odległość	17	141	15	173

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

Przedmiot sprawy	Ilość wystąpień ogółem	Zakończone pozytywnie	Zakończone negatywnie	Sprawy w toku
I. Usługi, w tym:	223	141	15	67
bankowe (inne niż kredyt konsumencki)	26	17	2	7
parabankowe (inne niż bankowe i kredyt konsumencki)	11	6	1	4
kredyt konsumencki	11	5	2	4
ubezpieczeniowe	25	14	1	10
systemy argentyńskie	-	-	-	-
telekomunikacja (telefon, internet)	56	32	2	22
operatorzy stacjonarni i komórkowi				
telewizja (TV kablowa, TV satelitarna)	18	11	2	5
dostawa mediów (prąd, gaz, ciepło, woda)	4	4	-	-
wywóz śmieci i kanalizacji	1	-	-	1
informatyczne	-	-	-	-
motoryzacyjne (serwis)	10	9	-	1
turystyczne i hotelarskie	12	8	1	3
timeshare	-	-	-	-
pralnicze	10	6	1	3
remontowo - budowlane	19	15	1	3
pocztowe	-	-	-	-
medyczne	2	1	-	1
dentystyczne	-	-	-	-
edukacyjne (kursy językowe, szkolenia, szkoły niepubliczne)	1	1	-	-
komunikacyjne	-	-	-	-
transportowe	3	2	-	1
kamieniarskie	-	-	-	-
fotograficzne	2	1	1	-
krawieckie	1	1	-	-
windykacyjne	-	-	-	-
Inne	11	8	1	2
II. Umowy sprzedaży, w tym:	183	145	11	27
wyposażenie wnętrz	33	29	2	2
sprzęt RTV i AGD	14	11	1	2
sprzęt komputerowy	6	5	-	1
odzież	16	11	3	2
obuwie	58	47	-	11
samochody i akcesoria	7	6	1	-
nieruchomości	1	-	-	1
materiały budowlane	4	3	-	1
kosmetyki	-	-	-	-
sprzęt sportowy	-	-	-	-
sprzęt rehabilitacyjny	-	-	-	-
art. spożywcze	-	-	-	-
biżuteria	3	2	1	-
zabawki	-	-	-	-
zwierzęta	-	-	-	-
płyty CD, DVD	-	-	-	-
telefony komórkowe	24	16	2	6
Inne	17	15	1	1
III. Umowy poza lokalem i na odległość	15	12	-	3

Tabela nr 3: Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów.

Ip.	Przedmiot sporu	Rozstrzygnięcie sądu	Sprawy	Ilość
-----	-----------------	----------------------	--------	-------

		pozytywne (np. uwzględniające żądanie w zasadniczej części)	negatywne	w toku	powództw ogółem
1.	Powództwa dotyczące reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	-	-		
2.	Powództwa dotyczące niewykonania lub nienależytego wykonania usług	-	-	-	
3.	Powództwa dotyczące uznania postanowienia umownego za niedozwolone	-	-	-	
4.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących reklamacji w zakresie niezgodności towaru z umową lub gwarancji towarów	24	1	4	29
5.	Przygotowywanie konsumentom pozwów dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług	21	3	8	32
6.	Inne	1	-	1	2
	RAZEM	46	4	13	63
1.	Sprawy kierowane do rozpatrzenia przez sąd polubowny	-	-	-	-
2.	Wstępowanie rzecznika konsumentów do postępowań	41	12	14	67