

OPINIUJE:

Marta Pfeifer
Pozytywnie

16. 03. 2026

SPRAWOZDANIE

z działalności

**Miejskiego Rzecznika Konsumentów
w Zamościu**

za rok 2025.

**I. WSTĘP I UWAGI OGÓLNE DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI POWIATOWEGO
(MIEJSKIEGO) RZECZNIKA KONSUMENTÓW.**

Status prawny i zadania rzecznika konsumentów określa ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2025 r. poz. 1714). Zadania w zakresie ochrony praw konsumentów, które wykonuje rzecznik, należą do zadań własnych powiatu.

Na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów rzecznik konsumentów, w terminie do dnia 31 marca każdego roku, przedkłada staroście (prezydentowi miasta) do zaopiniowania roczne sprawozdanie ze swojej działalności w roku poprzednim oraz przekazuje je Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie 7 dni od zaopiniowania przez starostę (prezydenta miasta).

Struktura biura rzecznika, stan kadrowy.

1. Województwo	Lubelskie
2. Miasto/Powiat	Zamość
3. Liczba mieszkańców miasta/powiatu.	58153
4. Imię i nazwisko Rzecznika Konsumentów.	Katarzyna Mazur
5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze).	Wyższe prawnicze
6. Wymiar etatu Rzecznika Konsumentów.	1 etat
7. Ilość osób zatrudnianych w Biurze albo u Rzecznika Konsumentów (podać ilość osób, wykształcenie oraz rodzaj zatrudnienia).	-
8. Nr telefonu i adres mailowy Rzecznika Konsumentów.	84 6772422 konsument@zamosc.pl

II. REALIZACJA ZADAŃ RZECZNIKÓW KONSUMENTÓW.

Realizacja ustawowych zadań Rzecznika przedstawia poniższa tabela nr 1 – zestawienie spraw załatwianych przez Miejskiego Rzecznika Konsumentów w 2025 r.

Lp.	Rodzaj spraw	Liczba spraw
1.	Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów.	1340
	W tym porady pisemne.	48
2.	Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawach o ochronę praw i interesów konsumentów. * Tylko z roku sprawozdawczego. Jest to ilość spraw według JRWA (nie jest to ilość pism wysyłanych do przedsiębiorców).	96
3.	Współdziałanie z Prezesem Urzędu, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami.	17
5.	Sprawy sądowe cywilne ogółem.	8
5a.	Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów.	1
5b.	Wstępowanie do toczących się postępowań.	-
5c.	Istotny pogląd w sprawie.	-
5d.	Pomoc konsumentom w samodzielnym dochodzeniu roszczeń przed sądami.	7
6.	Sprawy karne ogółem.	4
6a.	Wnioski o ukaranie z art. 114 uokik	4
7.	Edukacja konsumencka.	11

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

1.1. Poradnictwo bezpośrednie.

W 2025 roku miejski rzecznik konsumentów udzielił łącznie 1340 porad. Wskazana ilość obejmuje zgłoszenia osobiste i telefoniczne – 1292, pisemne – 48 oraz informacje przekazywane konsumentom i zakwalifikowane jako informacje ogólne i sprawy niekonsumenckie – 57.

Największa ilość porad w 2025 roku dotyczyła roszczeń wynikających z niezgodności towaru z umową lub nienależytego wykonania umowy – 1054, w tym dotyczących umów zawieranych w lokalu przedsiębiorcy - 781 i umów zawieranych na odległość – 240. Zgłoszeń

związanych z problemami w związku z rozwiązaniem, wypowiedzeniem lub odstąpieniem od umowy zarejestrowano 237, w tym najwięcej w sprawach umów zawartych na odległość 176.

W podziale na kategorie produktów lub usług, najwięcej zapytań dotyczyło umów sprzedaży urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych, w tym sprzętu komputerowego - 300 oraz mebli, artykułów wyposażenia wnętrz i utrzymania domu – 202, samochodów i innych środków transportu, w tym artykułów motoryzacyjnych – 111, odzieży i obuwia – 102.

Przedmiotem zapytań konsumentów były także roszczenia z tytułu nienależytego wykonania usługi. Największa ilość porad dotyczyła usług telekomunikacyjnych – 61, usług turystycznych i rekreacyjnych – 45 oraz związanych z bieżącą konserwacją i utrzymaniem domu – 41.

W stosunku do lat poprzednich zwiększyła się ilość zapytań w związku z reklamacjami dotyczącymi zakupu samochodów w komisach, a także nienależycie wykonanych usług motoryzacyjnych. Ponadto zgłaszane są również problemy związane z nienależytym wykonywaniem obowiązków przez pracowników salonów sprzedaży operatorów usług komunikacji elektronicznej. W dalszym ciągu zdarzają się zapytania konsumentów o możliwość zwrotu towaru w sklepach stacjonarnych, jeśli sprzedawca nie wyraża na taki zwrot zgody. Zgłaszają również zapytania o różnicę w dochodzeniu roszczeń na podstawie gwarancji a na podstawie odpowiedzialności sprzedawcy.

Załącznik z podziałem ilościowym udzielonych porad stanowi tabela nr 1.

1.2. Poradnictwo pisemne.

W przedmiotowej kategorii udzielono 48 porad pisemnych. Największa ilość porad w 2025 roku dotyczyła roszczeń wynikających z niezgodności towaru z umową lub nienależytego wykonania umowy – 29, w tym dotyczących umów zawieranych w lokalu przedsiębiorcy. Zgłoszeń związanych z problemami w związku z rozwiązaniem, wypowiedzeniem lub odstąpieniem od umowy zarejestrowano 12, w tym najwięcej w sprawach umów zawartych na odległość 8.

W podziale na kategorie produktów lub usług, najwięcej zapytań dotyczyło umów sprzedaży urządzeń gospodarstwa domowego, urządzeń elektronicznych, w tym sprzętu komputerowego - 9 oraz mebli, artykułów wyposażenia wnętrz i utrzymania domu – 9, samochodów i innych środków transportu, w tym artykułów motoryzacyjnych – 5, odzieży i obuwia – 7.

Odnośnie zapytań o dochodzenie roszczeń z tytułu nienależytego wykonania usługi, porady dotyczyły usług finansowych, transportowych oraz związanych z reklamacjami kierowanymi do przedsiębiorców z sektora energetycznego.

Załącznik z podziałem ilościowym udzielonych porad stanowi tabela nr 2.

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

W okresie sprawozdawczym do biura miejskiego rzecznika konsumentów wpłynęło 103 pisemne wnioski o interwencję. Skierowano 96 wystąpień do przedsiębiorców. W jednej sprawie konsumentka nie wyczerpała trybu postępowania reklamacyjnego i nie dostarczyła dokumentu potwierdzającego jego zakończenie. W trzech sprawach wniosek został przez konsumentów wycofany, z uwagi na spełnienie roszczenia przez przedsiębiorcę. W dwóch sprawach uznano wnioski za wycofane, ponieważ konsumenci nie uzupełnili

żądaney dokumentacji. W jednej sprawie zawieszono postępowanie do czasu rozpatrzenia reklamacji przez producenta. Konsument nie zawiadomił rzecznika o sposobie rozpatrzenia tej reklamacji, wobec czego złożony wniosek został uznany za wycofany.

Najwięcej wystąpień dotyczyło roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową lub nienależytego wykonania umowy 74, w tym z tytułu umów zawartych w lokalu przedsiębiorstwa - 49. Wystąpień w sprawach umów zawartych na odległość odnotowano 18. Wystąpień dotyczących rozwiązania, odstąpienia, wypowiedzenia, czy wygaśnięcia umowy odnotowano ogółem 21, w tym dotyczących umów zawartych w lokalu przedsiębiorstwa 7, zawartych na odległość 12, a poza lokalem przedsiębiorstwa 2.

Najwięcej wystąpień skierowano w sprawach w kategorii odzież i obuwie – 19, urządzenia gospodarstwa domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy - 28, meble i artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu – 11. Natomiast w kategorii usług najwięcej to: usługi ubezpieczeniowe – 5, telekomunikacyjne - 5, transportowe – 4.

Załącznik z podziałem ilościowym skierowanych wystąpień stanowi tabela nr 3.

3. Współdziałanie z UOKiK, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi i innymi instytucjami w zakresie ochrony konsumentów.

Miejski rzecznik konsumentów w ramach współdziałania z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów przesyła zawiadomienia o stosowaniu przez przedsiębiorców praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Ponadto rzecznik przekazuje do UOKiK żądane informacje w sprawach prowadzonych przez ten urząd postępowań. W roku 2025 skierowano do UOKiK jedno zawiadomienie o praktykach naruszających zbiorowe interesy konsumentów, dotyczące niedopełnienia obowiązku informacyjnego.

Współpraca z Inspekcją Handlową polega na podejmowaniu wspólnych przedsięwzięć związanych z upowszechnianiem praw konsumentów oraz na przekazywaniu informacji o wszelkich nieprawidłowościach stwierdzonych w placówkach handlu detalicznego i zakładach usługowych oraz na wymianie informacji i wzajemnych konsultacjach.

W 2025 r. odbyły się dwa spotkania w Zamojskiej Delegaturze Lubelskiego Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej z rzecznikami konsumentów z Miasta Zamość i Powiatów: Zamojskiego, Hrubieszowskiego i Tomaszowskiego, podczas którego omówiono dotychczasowe zasady współpracy oraz propozycje wspólnych przedsięwzięć w roku 2026.

Rzecznik utrzymuje stały kontakt z organami administracji rządowej oraz innymi instytucjami do zadań których należy ochrona praw konsumentów tj. Rzecznik Finansowy, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Urząd Regulacji Energetyki, Urząd Komunikacji Elektronicznej, z którymi konsultuje się w sprawach dotyczących ochrony interesów konsumentów i od których otrzymuje materiały edukacyjno-informacyjne.

Ponadto, w ramach współpracy rzecznik udziela informacji żądanych przez inne organy państwowe np. Policja, Prokuratura, Rzecznik Praw Obywatelskich. W 2025 r. udzielono wyjaśnień na żądanie Biura Rzecznika Praw Dziecka.

Rzecznik współpracuje także z organizacjami pozarządowymi do których zadań statutowych należy ochrona praw konsumentów. W 2025 r. współpracowano z Federacją Konsumentów oraz Stowarzyszeniem Euro-Concret, które zrzesza organizacje konsumenckie.

4. Sprawy sądowe.

W 2025 roku do biura miejskiego rzecznika konsumentów wpłynęło 8 zgłoszeń związanych z dochodzeniem roszczeń przez konsumentów na drodze sądowej. W siedmiu sprawach sporządziłam dla konsumentów projekty pozwów, a w jednej wytoczone zostało powództwo cywilne na rzecz konsumenta. Przedmiotem postępowania jest niewłaściwa jakość kostki brukowej. Sprawa jest w toku.

Odnosnie pozwów przygotowanych do samodzielnego dochodzenia roszczeń, jeden pozew dotyczył ustalenia nieistnienia stosunku prawnego, trzy pozwy odstąpienia od umowy sprzedaży zawartej w lokalu przedsiębiorstwa i trzy pozwy odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

5. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym.

W ramach działań edukacyjnych w 2025 roku:

- 1) Upowszechniano informacje o prawach konsumentów z okazji Światowego Dnia Konsumenta, który przypada 15 marca.
 - 2) Zorganizowano spotkanie edukacyjne dla słuchaczy Zamojskiego Uniwersytetu III Wieku z pracownikami Lubelskiej Delegatury Urzędu Komunikacji Elektronicznej, dotyczące bezpiecznego korzystania z Internetu i praw związanych z korzystaniem z usług telekomunikacyjnych, obecnie usług komunikacji elektronicznej.
 - 3) Udział w organizacji obchodów Światowego Dnia Konsumenta – we współpracy z Inspekcją Handlową oraz powiatowymi rzecznikami konsumentów z Zamościa, Hrubieszowa i Tomaszowa Lubelskiego zorganizowano obchody ŚDK w Galerii Handlowej Twierdza z udziałem pani Katarzyny Bosackiej, która przeprowadziła warsztaty konsumenckie z dziećmi oraz wygłosiła prelekcję na temat bezpiecznych zakupów. Ponadto konsumenci mogli skonsultować się z rzecznikami i uzyskać poradę.
 - 4) Skierowano do organizacji pozarządowych z terenu miasta Zamościa informację Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego o webinarium dla seniorów i ich opiekunów na temat „Bezpieczne płatności w Internecie dla seniorów”.
 - 5) W kwietniowym wydaniu Kroniki Tygodnia opublikowano rozmowę z miejskim rzecznikiem konsumentów.
 - 6) Cykliczne zamieszczanie na stronie internetowej miasta Zamość informacji dla konsumentów: „Dzień Bezpiecznego Internetu”, „Kuszące wyprzedaże”, „Bezpieczny Black Friday”.
 - 7) Zorganizowano spotkanie edukacyjne dla słuchaczy Zamojskiego Uniwersytetu III Wieku z pracownikami Biura Terenowego Rzecznika Finansowego w Lublinie na temat „Senior w świecie finansów”.
 - 8) Upowszechniono informację Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego o możliwości zgłoszenia się na webinarium online na temat „Cyberbezpieczeństwo - metody ataków na środki finansowe klientów bankowości internetowej stosowane przez cyberprzestępców”.
 - 9) Skierowano do szkół ponadpodstawowych z terenu miasta Zamościa informację o możliwości zorganizowania spotkania z pracownikami Biura Terenowego Rzecznika Finansowego w Lublinie.
 - 10) Upowszechniono informację Urzędu Komisji Nadzoru Finansowego o możliwości zgłoszenia się na webinarium online na temat „Najnowsze sposoby działania cyberoszustów – czyli jak nie dać się okraść w Internecie”.
- Rzecznik stale współpracuje z lokalnymi rozgłośniami radiowymi, portalami internetowymi oraz prasą i telewizją w celu upowszechniania informacji o prawach konsumentów.

Ponadto na bieżąco podczas wizyty konsumenta w biurze rzecznika przekazywane są broszury z aktualnymi uregulowaniami prawnymi w zakresie ochrony praw konsumentów z różnych dziedzin. Rzecznik korzysta z bezpłatnych publikacji przygotowanych przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz przez inne instytucje.

6. Inne sprawy.

W 2025 roku:

1) skierowano 4 zawiadomienia do Komendy Miejskiej Policji w Zamościu o popełnieniu wykroczenia przez przedsiębiorców, które dotyczyły popełnienia wykroczenia z art. 114 ustawy o ochronie konkurencji konsumentów tj. nieudzielenia rzecznikowi wyjaśnień i informacji będących przedmiotem wystąpienia oraz nieustosunkowania się do uwag i opinii rzecznika, co podlega karze grzywny nie mniejszej niż 2.000 zł. W dwóch sprawach sąd wydał wyroki nakazowe i zasądził grzywnę w kwocie 2.000 zł;

2) skierowano 1 zawiadomienie do Wydziału Gospodarczego Krajowego Rejestru Sądowego Sądu Rejonowego dla m. st. Warszawy o naruszeniu przez przedsiębiorcę obowiązków rejestrowych;

3) przekazano według właściwości miejscowej 10 zgłoszeń od konsumentów.

W 2025 r. do Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Zamościu wpłynął jeden wniosek od Stowarzyszenia Euro-Concret o udostępnienie informacji publicznej, który dotyczył ilości załatwianych spraw w latach od 2020 do 2024.

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

1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów.

Pomimo, w mojej ocenie, dość intensywnej edukacji, konsumenci w wielu przypadkach nie znają swoich praw, co w dużej mierze wpływa na świadomość o możliwości ich wyegzekwowania. Przedsiębiorcy wykorzystują swoją przewagę rynkową. Nadal wykorzystują fakt braku świadomości konsumentów. Nie wykształciła się odpowiednia kultura rynkowa. Często spotykam się z sytuacją, że to przedsiębiorca decyduje w jakim trybie ma być rozpatrywana reklamacja i wpisuje w formularzu zgłoszenia, że konsument dochodzi roszczeń na podstawie gwarancji, i nawet wtedy, gdy gwarancja nie została udzielona. Sprzedawcy informują konsumentów, że to faktura lub paragon jest dokumentem na podstawie którego można korzystać z gwarancji. W niektórych przypadkach tak, bo gwarant tego paragonu wymaga, ale konsument powinien mieć wiedzę na jakich warunkach gwarancja działa. Bardziej świadomy, młodszy konsument jest niekiedy w stanie poradzić sobie z takim sprzedawcą, ale starsza osoba już nie.

Dużo nieprawidłowości występuje w działaniach pracowników salonów sprzedaży usług komunikacji elektronicznej. Osoby starsze (ale nie tylko one) nakłaniane są do składania podpisu na urządzeniach elektronicznych np. na ekranie tabletu, bez otrzymania dokumentów w formie papierowej. Zakładane są konsumentom, bez ich wiedzy i zgody konta w poczcie elektronicznej, na które wysyłane są dokumenty, do których starszy konsument nie ma dostępu, bo albo nie otrzyma hasła, albo nie potrafi się nim posłużyć.

Wobec powyższego zasadnym byłoby wprowadzenie do ustawy Prawo komunikacji elektronicznej, przepisu zakazującego przedsiębiorcom proponującym zawarcie umowy w salonie operatora, odbierania od konsumentów podpisów na urządzeniach elektronicznych.

Pragnę też zwrócić uwagę na art. 7ab ust. 3, art. 17a, art. 15 ust. 3, oraz art. 21 ust. 2 ustawy o prawach konsumenta. Treść art. 7ab ust. 3 w praktyce powoduje, że wyrażony w tym artykule (w ustępach 1 i 2) zakaz zawierania umów dotyczących usług finansowych na pokazach przestaje działać. Przedsiębiorcy wpisują do umowy paragraf, w którym zawierają oświadczenie konsumenta, że pokaz odbył się w jego miejscu zamieszkania na jego zaproszenie.

Odnosnie art. 17a - przedsiębiorcy umieszczają w umowach oświadczenie konsumenta, że pokaz odbył się w jego miejscu zamieszkania na jego zaproszenie. Przeważnie nie jest to prawda, ponieważ umowa zawierana jest np. na pokazie, a następnie przedsiębiorca przywozi towar do mieszkania konsumenta i pobiera jego cenę, łamiąc tym prawo.

Postanowienia z art. 15 ust. 3 oraz art. 21 ust. 2 wykorzystywane są przez przedsiębiorców do pozbawienia konsumentów prawa do odstąpienia od umowy. Zgodnie z tymi artykułami sformułowanie o rezygnacji z okresu na odstąpienie od umowy opatrzone jest żądaniem konsumenta. Konsumenty często nie mają świadomości, że zażądali natychmiastowego przystąpienia przedsiębiorcy do wykonywania umowy, ale taka treść wynika z punktu pierwszego obu przepisów.

Sytuacje te w głównej mierze dotyczą osób starszych, które z uwagi na wiek, stan zdrowia i częste zagubienie w dzisiejszych warunkach cywilizacyjnych padają ofiarą mniej i bardziej nieuczciwych przedsiębiorców. Owi przedsiębiorcy wykorzystują powyżej cytowane artykuły, dlatego celowym jest dokonanie zmian w ustawie o prawach konsumenta, by wyeliminować, a przynajmniej utrudnić niewłaściwe praktyki.

Ponadto, zasadnym byłoby również wprowadzenie zmian w ustawie Prawo bankowe i w przepisach dotyczących ubezpieczeń w postaci poszerzenia kręgu podmiotów uprawnionych do uzyskania informacji objętych tajemnicą bankową i ubezpieczeniową o instytucję rzecznika konsumentów, a także wprowadzenie dla potrzeb rzecznika możliwości uzyskania bezpłatnej opinii rzeczoznawcy wpisanego na listę Inspekcji handlowej oraz wyeliminowanie zgody przedsiębiorcy na udział w postępowaniu w sprawie pozasądowego rozwiązywania sporów.

2. Wnioski dotyczące pracy/funkcjonowania rzeczników konsumentów.

W roku 2025 Miejski Rzecznik Konsumentów w Zamościu, analogicznie jak w latach poprzednich, realizował swoje ustawowe zadania podejmując działania adekwatne do specyfiki zgłaszanej sprawy. Konieczność rzetelnego badania każdego przypadku nie pozwala na skrócenie czasu, który trzeba poświęcić każdemu konsumentowi. Często stopień skomplikowania sprawy wymaga dogłębnej analizy przepisów z różnych aktów prawnych, jak też orzecznictwa sądów. Taka sytuacja wymaga stałego pogłębiania wiedzy i doskonalenia metod działania. Dlatego wszystkie szkolenia, warsztaty czy konferencje są bardzo ważne i cenne z uwagi na możliwość pozyskania dodatkowej wiedzy zarówno teoretycznej jak i praktycznej.

Sporządził:



Krzysztof Kucharski

Tabela nr 1 - Poradnictwo bezpośrednie: osobiste i telefoniczne.

Liczba z C. główny problem	Etykiety kolumn										
	1. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie			1. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie Suma	2.wady towarów nienależyte wykonanie umowy			2.wady towarów nienależyte wykonanie umowy Suma	4. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr	4. nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr Suma	Suma końcowa
Etykiety wierszy	1. w lokalu / bez znaczenia	2. na odległość	3. poza lokalem		1. w lokalu / bez znaczenia	2. na odległość	3. poza lokalem		1. w lokalu / bez znaczenia		
1. art. żywnościowe					23	3		26			26
10. związane z rynkiem nieruchomości	3			3	3			3			6
11. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja					35		6	41			41
12. czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia					14			14			14
13. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu	1			1	35			35			36
14. finansowe	7	1		8	23	4		27			35
15. ubezpieczeniowe	4	7		11	17	6		23			34
16. pocztowe i kurierskie		1		1	17	14		31			32
17. telekomunikacyjne	17	29		46	9	6		15			61
18. transportowe	1	2		3	13	20		33			36
19. turystyka i rekreacja	6	2		8	16	21		37			45
2. odzież i obuwie	2	34		36	34	32		66			102
20. sektor energetyczny i wodny			1	1	21		11	32			33
21. związane z opieką i opieką zdrowotną					11			11			11
22. edukacyjne	1	13		14	2	5		7			21
23. inne		1		1	13	1	11	25			26

3. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu		22	2	24	148	25	5	178			202
4. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	2	25	5	32	199	69		268			300
5. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria	1	16		17	83	11		94			111
6. kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące		2		2	1			1			3
7. produkty związane z opieką zdrowotną	1	3	7	11	21			21			32
8. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci		14		14	22	15		37			51
9. inne		4		4	21	8		29	1	1	34
Suma końcowa	46	176	15	237	781	240	33	1054	1	1	1292

Miejski Rzecznik Konsumentów

Krzysztof
Krzysztof Kuczyński

Tabela nr 2 - Poradnictwo pisemne.

Liczba z C. główny problem	Etykiety kolumn																
	1. rozwiąza nie umowy odstąpie nie, wypowie dzenie, wygaśnię cie			1. rozwiąza nie umowy odstąpie nie, wypowie dzenie, wygaśni ęcie Suma	2.wady towaró w nienależ yte wkona nie umowy			2.wady towarów nienależy te wykonan ie umowy Suma	3. warunki umowy, niedozwo lone postanow ienia umowne	3. warunki umowy, niedozwo lone postanow ienia umowne Suma	4. nieucz ciwe praktyk i rynkow e, wady czynno ści pr		4. nieuczci we praktyki rynkowe, wady czynność i pr Suma	5. inne	5. inne Suma	Suma końcowa	
Etykiety wierszy	1. w lokalu / bez znaczenia	2. na odległo ść	3. poza lokałem		1. w lokalu / bez znaczenia	2. na odległ ość	3. poza lokałem		1. w lokalu / bez znaczenia		1. w lokalu / bez znaczenia	2. na odległość		2. na odległość			
14. finansowe					1	1		2	1	1						3	
18. transportowe					1	1		2								2	
2. odzież i obuwie		4		4	1	1		2				1	1			7	
20. sektor energetyczny i wodny			1	1			1	1								2	
21. związane z opieką i opieką zdrowotną					1			1								1	
22. edukacyjne						1		1								1	
23. inne	1			1	2			2						1	1	4	
3. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu	1	1		2	4	2	1	7								9	
4. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy		1		1	4	1	1	6			2		2			9	

5. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria					4			4				1	1			5
7. produkty związane z opieką zdrowotną	1			1												1
9. inne		2		2	1			1				1	1			4
Suma końcowa	3	8	1	12	19	7	3	29	1	1	2	3	5	1	1	48

Miejski Związek Konsumentów
Katarzyna Mazur
 Katarzyna Mazur

Tabela nr 3 - Wystąpienia do przedsiębiorców.

Liczba z C. główny problem	Etykiety kolumn										
	1. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie			1. rozwiązanie umowy odstąpienie, wypowiedzenie, wygaśnięcie	2.wady towarów nienależyte wykonanie umowy			2.wady towarów nienależyte wykonanie umowy	5. inne	5. inne Suma	Suma końcowa
Etykiety wierszy	1. w lokalu / bez znaczenia	2. na odległość	3. poza lokalem		1. w lokalu / bez znaczenia	2. na odległość	3. poza lokalem		1. w lokalu / bez znaczenia		
11. bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja					1		1	2			2
13. konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu					1			1			1
14. finansowe					2			2			2
15. ubezpieczeniowe					5			5			5
16. pocztowe i kurierskie						1		1			1
17. telekomunikacyjne	1	1		2	2	1		3			5
18. transportowe					2	2		4			4
19. turystyka i rekreacja	2	1		3							3
2. odzież i obuwie		4		4	14	1		15			19
20. sektor energetyczny i wodny	1			1							1
22. edukacyjne		1		1							1
23. inne	1	1		2	1		5	6			8
3. meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu					8	2	1	11			11
4. urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy	1	1	2	4	8	6		14			18
5. samochody i środki transportu osobistego, części i akcesoria		1		1	3	2		5			6

7. produkty związane z opieką zdrowotną	1	1		2	1			1			3
8. art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci					1	1		2			2
9. inne		1		1		2		2	1	1	4
Suma końcowa	7	12	2	21	49	18	7	74	1	1	96

Miejski Ośrodek Kultury i Sportu
 w Warszawie
Małgorzata Mazur
 Małgorzata Mazur