

Załącznik do zarządzenia  
nr 70/2020 Starosty  
Nowomiejskiego z dnia  
1 czerwca 2020 r.

**Sprawozdanie z działalności  
Powiatowego Rzecznika Konsumentów  
w Nowym Mieście Lubawskim  
za rok 2019**

## Spis treści

I. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów .....	3
II. Realizacja zadań rzeczników konsumentów .....	4
1. Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów .....	4
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 .....	11
5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i występowanie do toczących się postępowań .....	11
6. Działania o charakterze edukacyjno-informacyjnym .....	11
7. Podejmowanie działań wynikających z: .....	12
– ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, .....	12
– ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym, .....	12
– 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 .....	13
1. Wnioski rzeczników dotyczące polepszenia standardów ochrony konsumentów .....	13
2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników .....	13
IV. Tabele .....	14
Tabela nr 1: Zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów .....	14
Tabela nr 2: Wystąpienia do przedsiębiorców w sprawie ochrony interesów konsumentów .....	15
Tabela nr 3: Współdziałanie z innymi instytucjami .....	16
Tabela nr 4: Pomoc na drodze sądowej .....	17

# I. Wstęp i uwagi ogólne dotyczące działalności powiatowego (miejskiego) rzecznika konsumentów

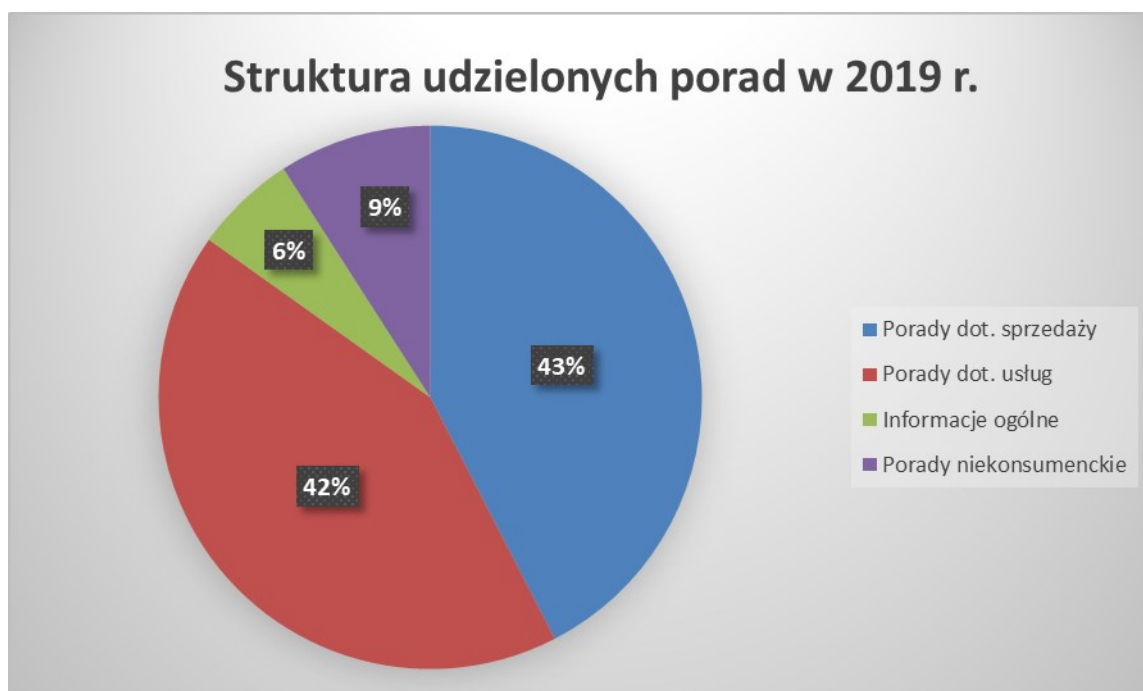
Struktura biur Rzecznika, stan kadrowy.

1. Województwo	Warmińsko - mazurskie
2. Miasto /Powiat	Powiat nowomiejski
3. Liczba mieszkańców miasta/powiatu	43 900 (wg miejsca zamieszkania na 30 czerwca 2019 r. - stat.gov.pl)
4. Imię i nazwisko rzecznika konsumentów	Małgorzata Jeda
5. Wykształcenie (np. wyższe prawnicze)	Wyższe ekonomiczne
6. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w pełnym wymiarze czasu pracy (1 etat). Proszę napisać TAK lub NIE.	NIE
NIE DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI „TAK” NA PYT. 6	- ½ etatu
7. Funkcja Rzecznika Konsumentów jest wykonywana w niepełnym wymiarze czasu pracy. Proszę zaznaczyć odpowiednią odpowiedź.	
DOTYCZY TYCH RZECZNIKÓW, KTÓRZY ODPOWIEDZIELI NA PYT. 7	20 godzin w tygodniu
8. Liczba dni/godzin w tygodniu, w których wykonywane są zadania Rzecznika Konsumentów (np. 5 razy w tygodniu po 3 godziny).	środa 11:15-15:15 czwartek 7:15 – 15:15 piątek 7:15 – 15:15
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.	NIE
10. Rzecznik Konsumentów w ramach działalności Rzecznika korzysta z pomocy innych osób. Proszę napisać TAK lub NIE.	NIE
11. Liczba osób, która stale pomaga Rzecznikowi Konsumentów w wykonywaniu obowiązków Rzecznika (jeśli liczba nie jest stała, to wpisać średnią liczbę).	0
12. Budżet biura. Jeśli rzecznik nie ma własnego budżetu, proszę wpisać koszt zadania własnego „ochrona konsumentów” w budżecie powiatu. Jeśli podanie dokładnych kosztów jest niemożliwe proszę je oszacować.	31000 (kwota oszacowana)

## II. Realizacja zadań rzeczników konsumentów

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

W 2019 roku Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Nowym Mieście Lubawskim udzielił 277 porad. Porady prawne i informacje udzielane były w zarówno w biurze rzecznika, jak i telefonicznie. Konsumenty zwracali się sporadycznie z pytaniami w formie wiadomości elektronicznych, jednak z uwagi na stopień skomplikowania spraw czy też chęć udzielenia jak najbardziej wyczerpującej odpowiedzi, na tak zainicjowany kontakt odpowiedź udzielana była ustnie bądź też konsument składał wniosek o podjęcie interwencji przez rzecznika w danej sprawie.

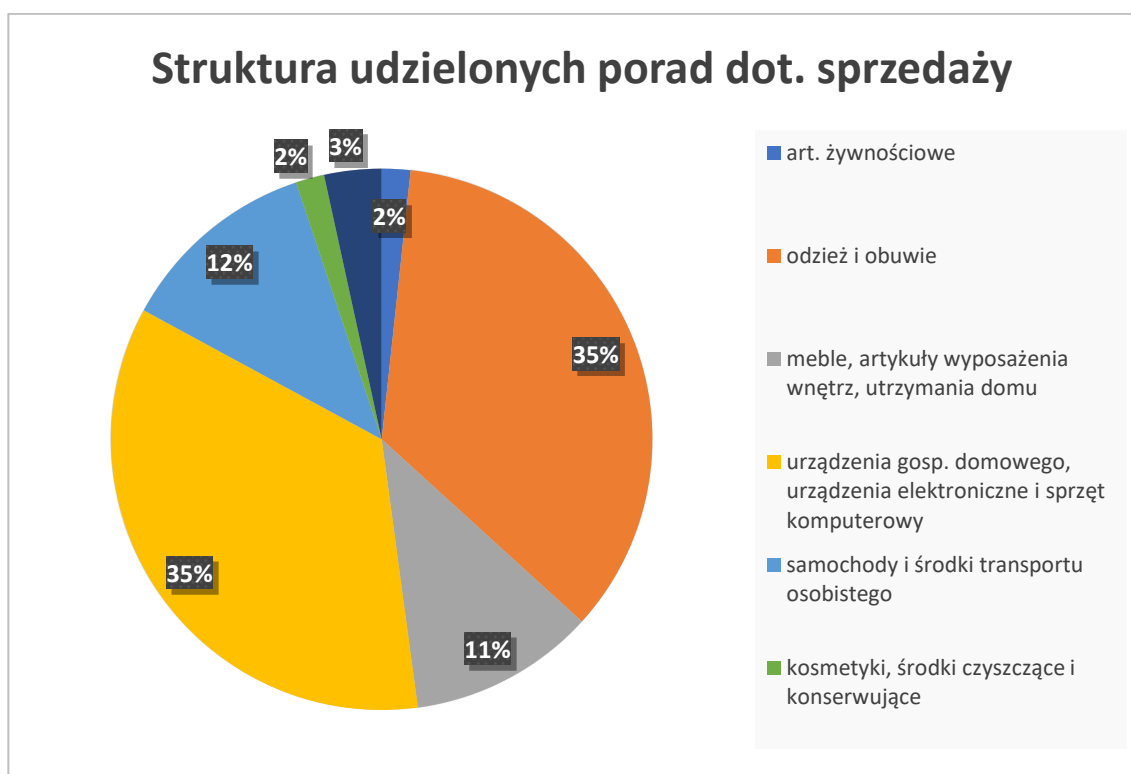


Źródło: opracowanie własne

Spośród wszystkich udzielonych przez rzecznika konsumentów porad 18 miało charakter ogólny, dotyczyły np. obowiązujących przepisów, gwarancji, procedury reklamacyjnej, czasu sprzedawcy na odpowiedź. 25 spraw dotyczyło tematyki niekonsumenckiej np. odwołań od decyzji ZUS, prawa pracy czy pomocy społecznej. Część spraw w grupie porad konsumenckich zawierała również pomoc w prawidłowym zredagowaniu pisma reklamacyjnego w toku prowadzonej reklamacji lub przed jej złożeniem. Wśród często pojawiających się pytań o charakterze ogólnym są te dotyczące możliwości zwrotu towaru pełnowartościowego (niewadliwego) kupionego w

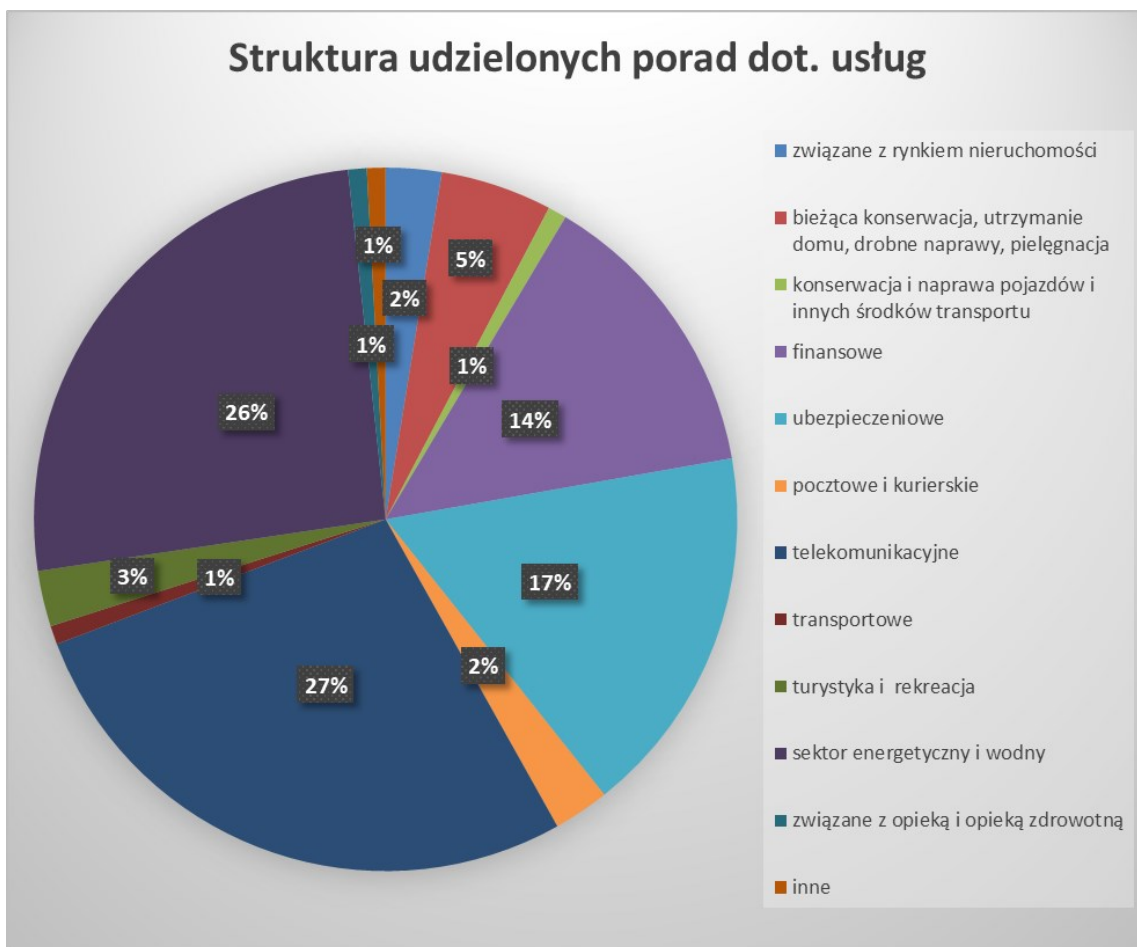
sposób tradycyjny. Niektórzy konsumenci tkwią w błędnym przekonaniu, że takie prawo im przysługuje, przyzwyczajeni przez sklepy sieciowe (zwłaszcza obuwnicze i odzieżowe) do takich praktyk. Ponadto rzecznik odpowiadał na pytania przedsiębiorców, którzy zwracali się z prośbą o pomoc w sprawach rozwiązywania problemów konsumenckich.

W dalszym ciągu część konsumentów nie jest w stanie odróżnić uprawnień gwarancyjnych od zawartej w kodeksie cywilnym rękojmi. Rzecznik konsumentów w ramach prowadzonej działalności stara się edukować konsumentów w tej dziedzinie, poświęcając czas nie tylko na udzielenie porady związanej z konkretną sytuacją, ale także przedstawiając różnice w sposobie dochodzenia roszczeń łącznie z przekazywaniem materiałów edukacyjnych w formie papierowej.



Źródło: opracowanie własne

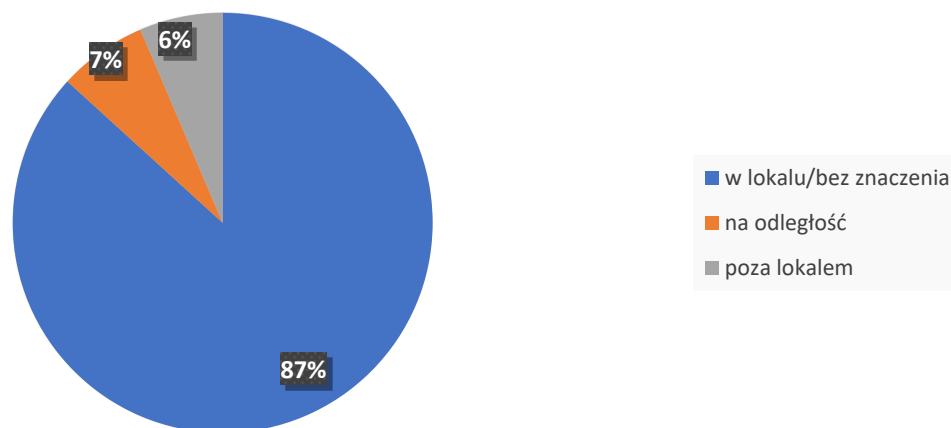
Wśród porad dotyczących umów sprzedaży dominowały sprawy dotyczące reklamacji odzieży i obuwia (41 porad) oraz urządzeń gospodarstwa domowego i sprzętu komputerowego (41 porad). Kolejnymi pod względem ilości były porady dotyczące mebli i wyposażenia wnętrza (13 porad) oraz samochodów (14 porad).



Źródło: opracowanie własne

W grupie porad dotyczących usług dominowały sprawy związane z umowami telekomunikacyjnymi (32 porady), umowami energetycznymi (30 porad), ubezpieczeniami (20 porad) oraz sprawami finansowymi (16 porad).

## Struktura udzielonych porad w zależności od sposobu zawarcia umowy



Źródło: opracowanie własne

Średnio co ósma porada dotyczyła spraw związanych z zawarciem umowy na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. W miarę upływu czasu rośnie poziom świadomości konsumentów w zakresie uprawnień związanych z tymi formami zawarcia umów. Niemniej jednak część z konsumentów zgłasza się do rzecznika, aby skonfrontować znalezione w internecie informacje z faktycznymi uprawnieniami, bądź potwierdzić pouczenia przekazane konsumentom w trakcie telefonicznych rozmów sprzedażowych.

W ramach poradnictwa konsumenci otrzymywali wzory pism, oświadczeń i zgłoszeń reklamacyjnych oraz teksty / wyciągi z odpowiednich aktów prawnych. Rzecznik udzielając porad informuje konsumentów o ich prawach i obowiązkach, analizuje zapisy umów, kart gwarancyjnych, regulaminów. Pomaga redagować pisma m.in. oświadczenia o odstąpieniu od umowy, oświadczenia o uchyleniu się od skutków prawnych umowy zawartej pod wpływem błędu.

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

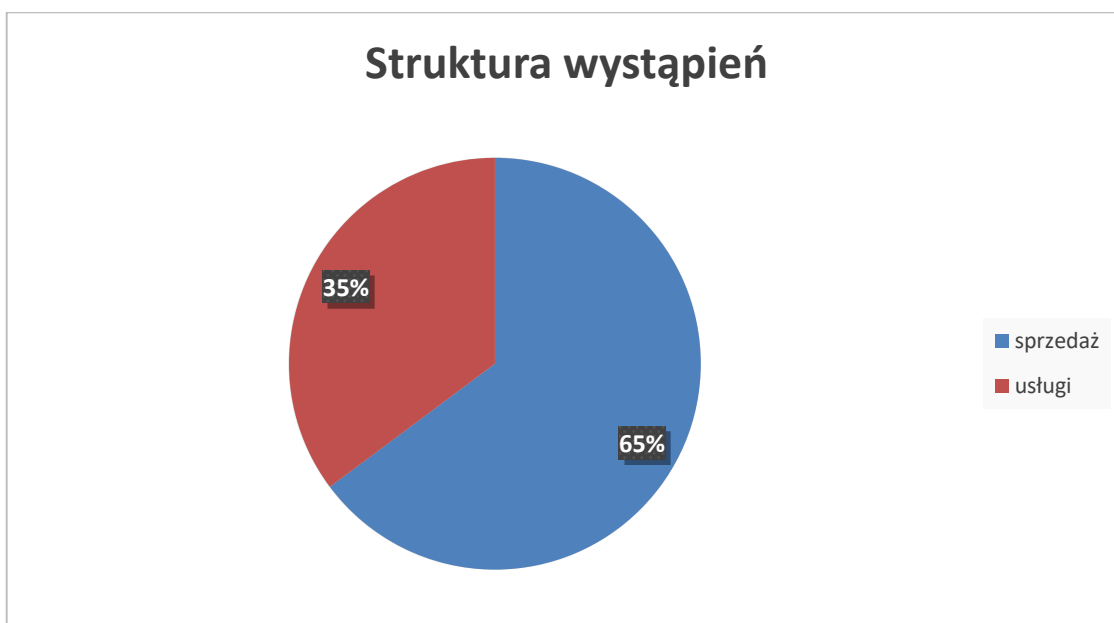
Rzecznik Konsumentów ma prawo składania wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów. Przysługuje mu inicjatywa zgłaszania propozycji i zmian legislacyjnych dotyczących przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów.

W roku 2019 rzecznik nie składał takich wniosków.

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

Podstawowym instrumentem prawnym wykorzystywanym w wykonywaniu ustawowych zadań przez rzecznika konsumentów są wystąpienia do przedsiębiorców podejmowane na skutek wnoszonych przez konsumentów wniosków i skarg dotyczących naruszeń ich praw i interesów. Instytucja rzecznika konsumentów cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem. Wynika to prawdopodobnie ze zwiększonego stanu świadomości konsumenckiej, jak również oferowania konsumentom towarów złej jakości czy niewłaściwej postawy sprzedawców, którzy nie wywiązują się z obowiązków nałożonych na nich przez ustawodawcę.

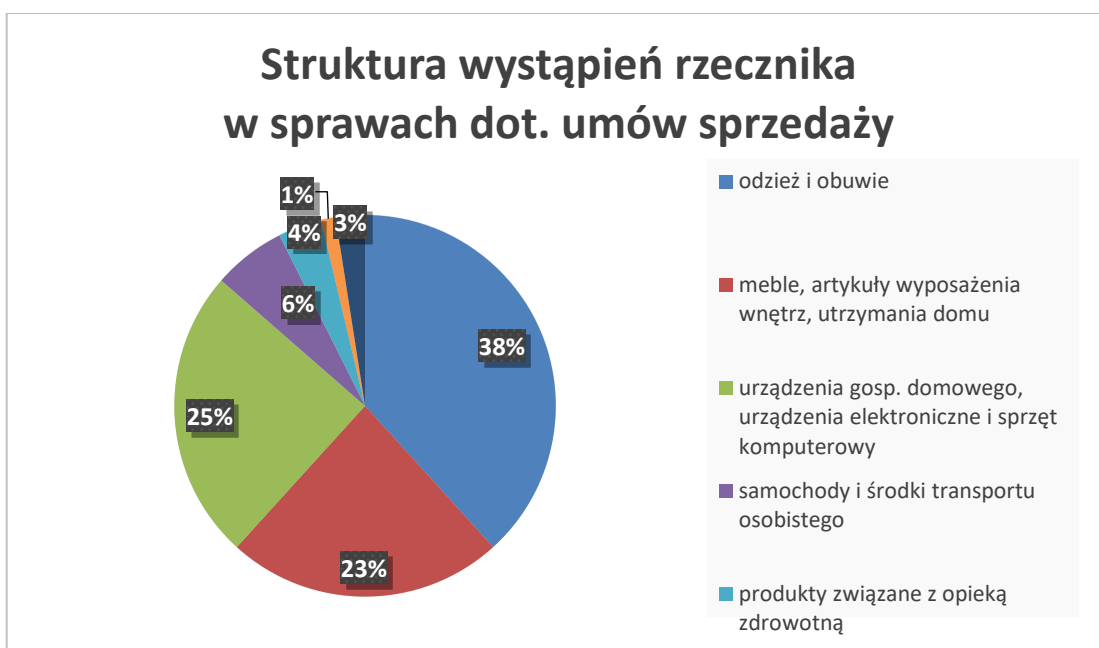
W 2019 roku do Powiatowego Rzecznika Konsumentów w Nowym Mieście Lubawskim wpłynęło 125 pisemnych wniosków od konsumentów. Strukturę wystąpień w roku 2019 przedstawia poniższy wykres.





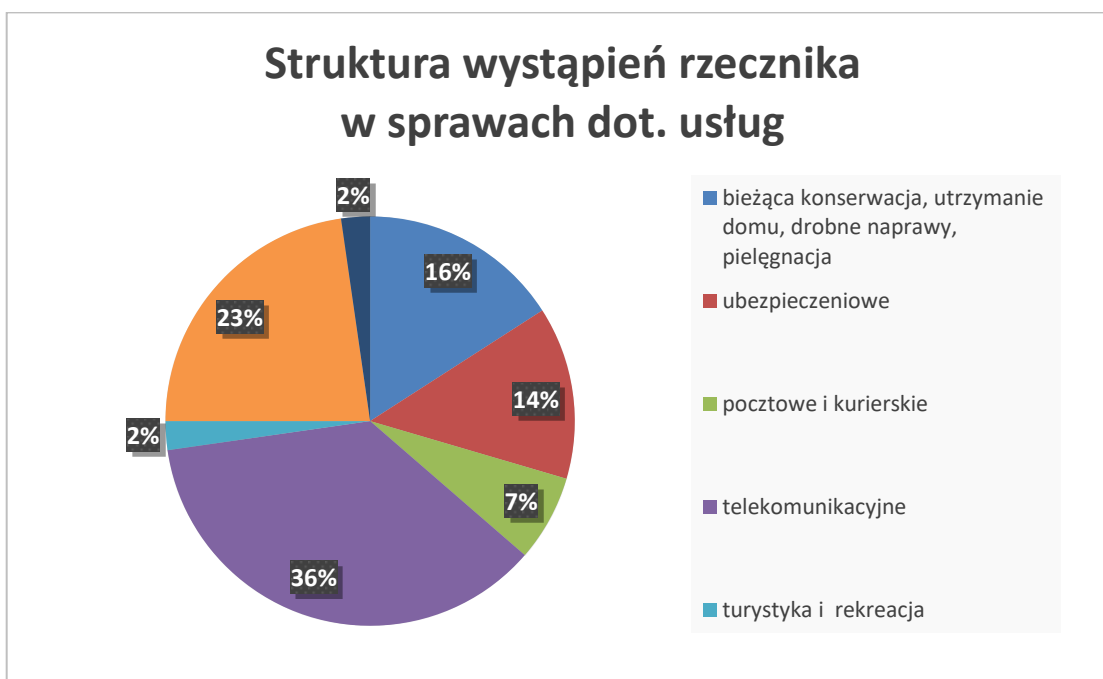
Źródło: opracowanie własne

W 2019 roku 2/3 podejmowanych pisemnie spraw dotyczyła umów sprzedaży (81 wystąpień).



Źródło: opracowanie własne

Konsumenci wnioskowali o podjęcie interwencji przez rzecznika zwłaszcza w sprawach dotyczących reklamacji obuwia i odzieży (31 wniosków), wyposażenia gospodarstw domowych oraz urządzeń i sprzętu komputerowego (odpowiednio 19 i 21 wniosków).



Źródło: opracowanie własne

Wśród sporów dotyczących usług dominowały zaś sprawy z dziedziny telekomunikacyjnych (16 wniosków) oraz z sektora energetycznego (10 wniosków).



Źródło: opracowanie własne

Zdecydowana większość interwencji w sprawach konsumenckich nie miała bezpośredniego związku ze sposobem zawarcia umowy, spowodowana była istotnymi wadami towarów lub niewłaściwym realizowaniem usług. W 10 przypadkach rzecznik podejmował interwencję w sprawie związanej z zawarciem umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, w 2 w związku z zawarciem umowy na odległość.

Rzecznik prowadząc sprawę na wniosek konsumenta opisuje stan faktyczny przedstawiony przez konsumenta i wynikający z posiadanych dokumentów, podaje podstawę prawną roszczeń i wzywa do zajęcia stanowiska w danej sprawie. Na uwagę zasługuje fakt, iż rzecznik podejmując interwencję zna stan sprawy przedstawiony przez wnioskodawcę i zdarza się, że po otrzymaniu stanowiska przedsiębiorcy okazuje się, że okoliczności sprawy są inne i nie zachodzi naruszenie prawa konsumenta.

W wielu przypadkach rzecznik podejmował polemikę z przedsiębiorcą, nie zgadzając się z jego argumentacją. Pomimo tego część przedsiębiorców nie zmieniała swojego stanowiska. Ponieważ rzecznik ma ograniczone możliwości wpływu na decyzję przedsiębiorcy w tych przypadkach konsumenci byli informowani o dochodzeniu swoich praw przed sądem powszechnym lub polubownym. Konsumenci (m.in. z uwagi na niską wartość przedmiotu sporu,

długość prowadzonego postępowania oraz niepewność rozstrzygnięcia) nie są skłonni do kierowania spraw na drogę sądową.

Zgodnie z art. 42 ust. 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przedsiębiorca, do którego zwrócił się rzecznik konsumentów, obowiązany jest udzielić rzecznikowi wyjaśnień i informacji, będących przedmiotem wystąpienia oraz ustosunkować się do uwag i opinii rzecznika. Niestety, w praktyce przedsiębiorcy nie zawsze, pomimo ponagleń udzielają odpowiedzi na wystąpienia. W tej sytuacji rzecznikowi przysługuje uprawnienie do zawiadomienia policji o popełnieniu wykroczenia. Policja po przeprowadzeniu postępowania wyjaśniającego kieruje do sądu rejonowego wnioski o ukaranie przedsiębiorcy grzywną.

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

Rzecznik w miarę możliwości finansowych i czasowych uczestniczył w spotkaniach i konferencjach, podczas których prezentowana jest rola instytucji konsumentckich w rozwiązywaniu sporów konsument – przedsiębiorca, jak również w spotkaniach dotyczących stosowania obowiązujących przepisów konsumentckich.

W okresie sprawozdawczym rzecznik współpracował z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów (różne delegatury) oraz organami Inspekcji Handlowej.

#### **5. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów i wstępowanie do toczących się postępowań**

Do zadań rzecznika należy wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie za ich zgodą od już toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów.

W roku 2019 rzecznik nie występował samodzielnie z powództwem do sądu. W związku z prowadzonymi sprawami rzecznik pomaga w przygotowaniu pozwów w postępowaniu przed Stałym Polubownym Sądem Konsumentckim w Olsztynie oraz sądami powszechnymi.

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

Rzecznik w ramach działań edukacyjno – informacyjnych udostępnia broszury i poradniki, jak również rozpowszechnia informacje o mających miejsce zmianach przepisów konsumentckich poprzez wywieszanie plakatów

informacyjnych. Ponadto prowadzi bezpośrednią edukację poprzez krótkie wystąpienia dla młodzieży szkół podstawowych powiatu nowomiejskiego odwiedzających Starostwo Powiatowe w Nowym Mieście Lubawskim.

**7. Podejmowanie działań wynikających z:**

- ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,
- ustawy o dochodzeniu roszczeń w postępowaniu grupowym,
- art. 42 ust. 1 pkt 3 uokik (występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów)
- art. 42 ust. 5 uokik w zw. z art. 63 Kpc (przedstawianie sądowi istotnego poglądu dla sprawy)

W roku 2019 Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Nowym Mieście Lubawskim nie podejmował ww. działań.

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

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

Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Nowym Mieście Lubawskim proponuje polepszenie standardów ochrony konsumentów poprzez wprowadzenie dla potrzeb rzecznika bezpłatnych opinii rzeczoznawców wpisanych na listę Inspekcji Handlowej.

#### **2. Wnioski dotyczące pracy rzeczników**

Na podstawie powyższego sprawozdania stwierdzić można, że rośnie świadomość konsumentów dotycząca ich praw w relacji z przedsiębiorcą. Zmieniające się mechanizmy sprzedaży (rozwój e-zakupów, zawieranie umów przez telefon itp.) wymagają aktywnej postawy słabszych uczestników rynku i pogłębiania wiedzy.

W celu zapewnienia skutecznej realizacji zadania polegającego na udzielaniu bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów oraz podejmowaniu działań edukacyjno – informacyjnych istotne jest ciągle wyposażanie stanowiska w odpowiednie publikacje o tematyce konsumenckiej. Pozwala to na znaczną oszczędność czasu rzecznika oraz dotarcie do szerszego kręgu odbiorców.

Wielość spraw, ich różnorodność oraz stopień skomplikowania powoduje, iż rzecznik konsumentów jest zobowiązany do ciągłego podnoszenia poziomu swojej wiedzy. Należy pozytywnie ocenić rosnącą ilość szkoleń i konferencji o tematyce konsumenckiej. Niestety udział w szkoleniach (z uwagi na ich lokalizację i konieczność dojazdu) odbywa się kosztem dnia pracy. Pełnienie obowiązków na część etatu i udział w szkoleniu powoduje konieczność wyboru między obsługą klientów, a uzupełnianiem wiedzy. Brak rzecznika powoduje niezadowolenie po stronie klientów oraz nawarstwianie się pracy po powrocie oraz przyczynia się do obniżenia wizerunku urzędu, jako instytucji, która ma służyć obywatelom. Częściowo przydatnym byłoby ustalenie właściwego zastępstwa w strukturze jednostki organizacyjnej. Zwiększenie liczby szkoleń (organizowanych regionalnie ze względu na łatwość dojazdu) z zakresu realizowanych przez rzeczników zadań pozwoliłoby na skuteczniejsze podnoszenie wiedzy, wymianę doświadczeń i wpłynęłoby na większą integrację środowiska rzeczników konsumentów.

## IV. Tabele

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

Tabela 1. udzielanie porad i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów																																
	1.1.osobiście i telefonicznie															razem	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 pr.			inne				rozwiązanie umowy			wady towarów i nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			
	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie		w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez znaczenia		na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalnie
	<b>SPRZEDAŻ:</b>																															
a	15	11	12	72	3	0	2	0	0	0	0	0	2	0	0	117																
b	5	1		34			1						1			2																
c	1	1	3	6	1		1									13																
d	6	6	9	20												41																
e	2	2		8	2											14																
f				2												2																
g																0																
h	1	1		2												4																
i																0																
	<b>USŁUGI:</b>																															
j	31	2	3	52	0	0	20	0	0	0	0	0	9	0	0	117																
k	2						1									3																
l	1			5												6																
m	1															0																
n	5			4			1						6			16																
o	1			12			7									20																
p				3												3																
r	9	2	2	16			3									32																
s				1												1																
t	3															3																
u	9		1	10			8						2			30																
v				1												1																
w																0																
x																0																
y													1			1																
	<b>RAZEM</b>																															
	46	13	15	124	3	0	22	0	0	0	0	0	11	0	0	234																
	informacje ogólne															18																
	niekonsumenckie															25																
																277	razem:															

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

Tabela 2. występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów																
	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności pr.			inne			RAZEM
	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	w lokalu bez znaczenia	na odległość	poza lokalem	
	9	1	10	100	0	0	4	1	0	0	0	0	0	0	0	125
<b>SPRZEDAŻ:</b>	1	1	5	74	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	81
a art. żywnościowe																0
b odzież i obuwie				31												31
c meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu			2	17												19
d urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy			3	17												20
e samochody i środki transportu osobistego		1		4												5
f kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																0
g produkty związane z opieką zdrowotną	1			2												3
h art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci				1												1
i inne				2												2
<b>USŁUGI:</b>	8	0	5	26	0	0	4	1	0	0	0	0	0	0	0	44
j związane z rynkiem nieruchomości																0
k bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja			1	6												7
l czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																0
m konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																0
n finansowe																0
o ubezpieczeniowe	1			5												6
p pocztowe i kurierskie				3												3
r telekomunikacyjne	5			7			3	1								16
s transportowe																0
t turystyka i rekreacja	1															1
u sektor energetyczny i wodny	1		4	4			1									10
w związane z opieką i opieką zdrowotną																0
x edukacyjne																0
y inne				1												1
<b>RAZEM</b>	9	1	10	100	0	0	4	1	0	0	0	0	0	0	0	125
informacje ogólne																0
niekonsumentckie																0
	razem:															125

Tabela nr 3: Współdziałanie z innymi instytucjami

Tabela 3. współdziałanie z innymi instytucjami																
	rozwiązanie umowy			wady towarów nienależyte wykonanie umowy			warunki umów, w tym nieuczciwe postanowienia umowne			nieuczciwe praktyki rynkowe, wady czynności			inne			RAZEM
	w lokalu bez	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez	na odległość	poza lokalnie	w lokalu bez	na odległość	poza lokalnie	
<b>SPRZEDAŻ:</b>																
art. żywnościowe																
odzież i obuwie																
meble, artykuły wyposażenia wnętrz, utrzymania domu																
urządzenia gosp. domowego, urządzenia elektroniczne i sprzęt komputerowy																
samochody i środki transportu osobistego																
kosmetyki, środki czyszczące i konserwujące																
produkty związane z opieką zdrowotną																
art. rekreacyjne, zabawki i art. dla dzieci																
inne																
<b>USŁUGI:</b>																
związane z rynkiem nieruchomości																
bieżąca konserwacja, utrzymanie domu, drobne naprawy, pielęgnacja																
czyszczenie i naprawa odzieży i obuwia																
konserwacja i naprawa pojazdów i innych środków transportu																
finansowe																
ubezpieczeniowe																
pocztowe i kurierskie																
telekomunikacyjne																
transportowe																
turystyka i rekreacja																
sektor energetyczny i wodny																
związane z opieką zdrowotną																
edukacyjne																
inne																
niekonsumenckie																
	razem:															



