

Mira Malczyńska-Biały*

Ruch Konsumencki jako przejaw społeczeństwa obywatelskiego w Polsce

Consumer movement as a manifestation of civil society in Poland

Abstract: The aim of the article is to analyze the consumer movement as a manifestation of civil society in Poland. The consumer movement in Europe was synthesized and the freedom of association in consumer organizations was indicated as an element of civil society. While implementing the undertaken research problem, were used the important for the field of social sciences research methods and techniques. The basic research method used in the article is the method of dogmatic analysis. It was used to analyze the legal acts regulating the discussed issues. The article also uses the comparative method to compare selected aspects of the activities of consumer organizations in Poland. As a result of the research, it was indicated that the idea of civil society in Poland was implemented through the development of the consumer movement and the right of consumers to associate in consumer organizations. The consumer movement in Poland developed much later than in Western European countries – in the 1980s. It was caused by the unpopularity and the minimization of the need for real consumer protection in the face of the realities of the socio-economic system in force in the People’s Republic of Poland. After 1989, despite the existence of relevant legal regulations in this area, the existence of a demand for the creation of consumer organizations (due to the need to protect consumers in the field of health, economic interests, redress, information and education), this did not translate into the multiplicity of these entities.

Keywords: consumer organizations, consumer rights, consumer movement, civil society

Streszczenie: Celem artykułu jest analiza ruchu konsumenckiego jako przejawu społeczeństwa obywatelskiego w Polsce. Dokonano syntezy ruchu konsumenckiego w Europie, wskazano na wolność zrzeszania się w organizacje konsumenckie jako element charakterystyczny dla społeczeństwa obywatelskiego. Przy realizacji podjętego problemu badawczego sięgnięto

* Mira Malczyńska-Biały – dr, Uniwersytet Rzeszowski, Rzeszów, Polska, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3083-800X>, e-mail: miramb@ur.edu.pl.

do ważnych dla dziedziny nauk społecznych metod i technik badawczych. Podstawową metodą badawczą zastosowaną w artykule jest metoda analizy dogmatycznej. Wykorzystano ją do analizy aktów prawnych regulujących omawianą problematykę. W artykule zastosowano również metodę komparatystyczną w celu porównania wybranych aspektów działalności organizacji konsumenckich w Polsce. W konsekwencji przeprowadzonych badań wskazano, że idea społeczeństwa obywatelskiego w Polsce realizowana była poprzez rozwój ruchu konsumenckiego oraz prawa konsumentów do zrzeszania się w organizacjach konsumenckich. Ruch konsumencki w Polsce rozwijał się znacznie później niż w państwach Europy Zachodniej – w latach 80. XX w. Spowodowane było to niepopularnością i minimalizacją potrzeby realnej ochrony konsumentów w konfrontacji z realiami obowiązującego systemu społeczno-gospodarczego w Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej. Po 1989 r. rozwój systemu wolnorynkowego i obowiązywanie odpowiednich regulacji prawnych w tym zakresie oraz istnienie zapotrzebowania na tworzenie organizacji konsumenckich (w związku z potrzebą ochrony konsumentów w zakresie zdrowia, interesów ekonomicznych, dochodzenia roszczeń, w zakresie informacji i edukacji) nie przekładały się na wielość tych podmiotów.

Słowa kluczowe: organizacje konsumenckie, prawa konsumenta, ruch konsumencki, społeczeństwo obywatelskie

Wstęp

Przedmiotem niniejszego artykułu jest charakterystyka ruchu konsumenckiego w Polsce. Ruch ten związany był przede wszystkim z rozwojem konsumenckich organizacji pozarządowych. Warto na tym etapie zaznaczyć, że w Europie można wyróżnić cztery modele instytucjonalnej ochrony konsumenta: model ombudsmana (np. Szwecja), model administracyjny (np. Francja), model sądowy (np. Wielka Brytania) oraz model niemiecki (np. Niemcy). O kategoryzacji danego państwa w tym zakresie decydowała dominująca rola instytucji konsumenckich o charakterze sądowym, administracyjnym czy pozarządowym w kreowaniu i realizacji polityki ochrony konsumentów. W Polsce występuje administracyjny model instytucjonalnej ochrony konsumenta, gdzie prowadzenie polityki konsumenckiej spoczywa głównie w ręku jednego centralnego organu administracji rządowej, tj. Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Rozwój ruchu konsumenckiego w Polsce można analizować w kontekście społeczeństwa obywatelskiego. W społeczeństwie obywatelskim jednostki nie tylko są świadome, że realizacja własnego interesu wymaga współpracy z innymi, ale także kierują się zasadami dobrowoli i solidarności oraz przekonaniem, że dobro indywidualne

zależy od dobra wspólnego¹. Zrzeszenia są jednym z fundamentów każdego państwa demokratycznego oraz społeczeństwa obywatelskiego. Umożliwiają wyrażenie określonych celów i służą realizacji ludzkich dążeń oraz działań na rzecz określonej sprawy². Stanowią skuteczne narzędzie wpływu obywateli na rządzących oraz niosą pomoc państwu przy realizacji niektórych jego zadań³.

W artykule krytycznej weryfikacji zostały poddane następujące hipotezy badawcze: po pierwsze, że idea społeczeństwa obywatelskiego w Polsce realizowana była przez rozwój ruchu konsumenckiego oraz prawa konsumentów do zrzeszania się w organizacjach konsumenckich, po drugie: ruch konsumencki w Polsce (tak jak i w innych państwach Europy Środkowo-Wschodniej) rozwijał się znacznie później niż w państwach Europy Zachodniej. Było to spowodowane brakiem tradycji konsumenckiej w tym zakresie oraz obowiązującym systemem społeczno-gospodarczym. Po trzecie: łatwość tworzenia organizacji konsumenckich, ich ochrona prawna oraz liczne kompetencje nie przekładają się na wielość tych podmiotów i ich zakres działania.

Przy realizacji podjętego problemu badawczego, o interdyscyplinarnym charakterze, sięgnięto do ważnych dla dziedziny nauk społecznych metod i technik badawczych. Podstawową metodą badawczą zastosowaną w artykule jest metoda analizy dogmatycznej. Wykorzystano ją do analizy aktów prawnych regulujących omawianą problematykę. W artykule zastosowano również metodę komparatystyczną w celu porównania wybranych aspektów działalności organizacji konsumenckich w Polsce.

- 1 Wolność zrzeszania się stanowi niezwykle ważny element wśród praw i wolności politycznych. Jej geneza w Europie sięga XVIII w., a wiąże się z przemianami, jakie przyniosła Wielka Rewolucja Francuska. Od tego czasu na gruncie prawodawstwa europejskiego zaczęto pracować nad unormowaniem kwestii związanej z wolnością zrzeszania się. Skutkiem tego już w następnym stuleciu przepis ten trafił do systemów prawnych większości państw europejskich. Zob. szerzej: M. Chmaj, *Wolność zrzeszania się*, [w:] *Konstytucyjne wolności i prawa w Polsce. Wolności i prawa polityczne*, t. 3, M. Chmaj i in. (red.), Kraków 2002, s. 51.
- 2 Zob. P. Sarnecki, *Wolność zrzeszania się*, Warszawa 1998, s. 11.
- 3 W. Studziński, *Wolność zgromadzeń i stowarzyszania się*, [w:] *Prawa i wolności I i II generacji*, A. Florczak, B. Bolechów (red.), Toruń 2006, s. 189-196.

1. Początki ruchu konsumenckiego w Europie

● Ruch konsumencki jako ruch społeczny i ideologiczny w Europie zaczął rozwijać się wraz z postępowaniem industrializacji w XIX w. Utożsamiany był ze zorganizowanym wysiłkiem znacznej grupy osób na rzecz zmian określonego aspektu życia społecznego. Wyróżnikiem ruchu społecznego był sposób organizacji wysiłku zbiorowego, podporządkowany orientacji na realizację zamierzonego celu, czyli wywołanie konkretnej zmiany⁴.

W Europie pierwsze społeczne organizacje konsumenckie oraz ustawodawstwo chroniące interesy konsumentów powstały pod koniec XIX w. Powołanie fundamentalnych instytucji, do zadań których należała ochrona konsumenta, miało miejsce w pierwszej połowie XX w.⁵ Ruch konsumencki utożsamiany był z rozwojem ruchu spółdzielczego. Spółdzielczość jako ruch zorganizowany powstał w Europie pod koniec XIX w. U jego podstaw leżały przesłanki zarówno ekonomiczne, społeczne, jak i ideologiczne, charakterystyczne dla poszczególnych państw. Od początku swego istnienia był on ruchem społeczno-ekonomicznym, którego celem było ograniczenie wyzysku warstw najuboższych i średnich oraz ochrona i reprezentacja interesów swoich członków, które były naruszane przez rozwój prywatnej własności środków produkcji. Spółdzielczość była organizacją słabszych ekonomicznie konsumentów oraz drobnych i średnich producentów. Warstwy te poprzez grupową koncentrację szukały możliwości realizacji swoich interesów ekonomicznych i aspiracji społecznych⁶.

Kolebką zorganizowanego ruchu działającego na rzecz konsumentów była Wielka Brytania. W 1844 r. w Rochdale w hrabstwie Lancaster założono Rochdale Equitable Pioneers' Society⁷. Stało się ono prototypem towarzystw spółdzielczych na całym świecie. Było reakcją klasy pracującej na rosnące ceny i niską jakość towarów, głównie żywności⁸.

4 T. Paleczny, *Nowe ruchy społeczne*, Kraków 2010, s. 15-17.

5 A. Jawłowska, *Ruch konsumentów*, Warszawa 1981, s. 203.

6 T. Tokarzewski, *Ruch spółdzielczy i spółdzielnie w państwach Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej*, Lublin 1990, s. 10-11.

7 Zob. statut *Laws and Objects of the Rochdale Society of Equitable Pioneers: Enrolled According to the Acts, 10th, George IV, and 4th and 5th, William IV*, Rochdale 1844.

8 Zob. szerzej: M. Malczyńska-Biały, *Polityka konsumencka Unii Europejskiej po 2002 roku*, Rzeszów 2021, s. 51-56.

Rozwój organizacji konsumenckich w Europie od początku XX w. związany był z przekonaniem, że ruch spółdzielczy nie jest w stanie w pełni reprezentować interesów konsumenta. Powodem była konieczność podejmowania działań biznesowych w celu sprostowania konkurencji rynkowej. Spółdzielcy zaczęli identyfikować się bardziej z rolą producentów niż konsumentów⁹. Dlatego w poszczególnych państwach nastąpił dalszy rozwój organizacji konsumenckich mających na celu reprezentowanie interesów konsumenta. Jak zauważa Gudrun M. König, w Europie Zachodniej powstawały sformalizowane towarzystwa konsumentów. Pierwsze zostało założone w 1902 r. w Paryżu we Francji¹⁰, następnie w Szwajcarii (1906), Niemczech (1907) i Austrii (1908). Zjawisko przybrało masowy charakter, szczególnie w Niemczech¹¹.

W połowie lat 30. XX w. sytuacja polityczna w Europie utrudniała rozwój działalności konsumenckiej. Europejski handel kartelowy rozwijał się na szeroką skalę. Jego rozwój połączony ze zbliżającym się nieuchronnie niebezpieczeństwem konfliktu zbrojnego pozostawiał niewielką przestrzeń rozwoju dla sprawy ochrony interesów konsumentów¹². W związku z tym, że większa część państw świata borykała się z kryzysem gospodarczym, zapewnienie miejsc pracy było ważniejszą kwestią niż poprawianie losu konsumentów¹³.

2. Wolność zrzeszania się w Polsce

Wolność zrzeszania się uregulowana jest w prawie zarówno międzynarodowym, jak i krajowym. Warto wskazać na art. 20, ust. 1 Powszechnej deklaracji praw człowieka¹⁴, zgodnie z którym każdy człowiek ma prawo do spokojnego zgromadzania i stowarzyszania się.

9 A. Jawłowska, *Ruch konsumentów...*, s. 220-222.

10 Zob. szerzej: M.-E. Chessel, *Consommateurs engagés à la Belle Époque. La Ligue sociale des acheteurs*, Paris 2012.

11 G.M. König, *Konsumkompetenz und Geschlechterpolitik vor dem Ersten Weltkrieg*, [w:] *Verbrauchen in Geschichte und Gegenwart. Wandel und Konfliktfelder in der Verbraucherpolitik*, C. Bala i in. (red.), „Beiträge zur Verbraucherforschung” 2007, z. 7, s. 71-85.

12 M. Kitchen, *Historia Europy 1919-1939*, Wrocław – Warszawa – Kraków 1992, s. 292-294.

13 J.D. Forbes, *The consumer interest*, London – New York – Sydney 1987, s. 5.

14 Dokument uchwalony przez Zgromadzenie Ogólne Organizacji Narodów Zjednoczonych (ONZ) 10 grudnia 1948 r. Tekst deklaracji dostępny na stronie Ośrodka Informacji ONZ w Warszawie: <http://www.unic.un.org.pl/> [17.07.2021].

Powyższe prawo regulowała również europejska Konwencja o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności¹⁵. W myśl art. 12, ust. 2 Konwencji „każdy ma prawo do swobodnego, pokojowego zgromadzania się oraz do swobodnego stowarzyszania się, łącznie z prawem tworzenia związków zawodowych i przystępowania do nich dla ochrony swoich interesów”. Współczesnym fundamentalnym zbiorem praw człowieka, uchwalonym i podpisanym 7 grudnia 2000 r. podczas szczytu Rady Europejskiej w Nicei, regulującym również kwestię wolności zrzeszania się, jest Karta praw podstawowych Unii Europejskiej¹⁶.

W polskich ustawach zasadniczych po raz pierwszy prawo do zrzeszania się uregulowano w konstytucji marcowej z 1921 r.¹⁷ W art. 108 określono, że „obywatele mają prawo do koalicji, zgromadzenia się i zawiązywania stowarzyszeń i związków. Wykonanie tych praw określają ustawy”¹⁸. Konstytucja kwietniowa z 1935 r.¹⁹ w art. 5 zastrzegła, że „państwo zapewnia obywatelom możliwość rozwoju ich wartości osobistych oraz wolności sumienia, słowa i zrzeszeń. Granicą tych wolności jest dobro powszechne”. Z kolei Konstytucja Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej z 22 lipca 1952 r.²⁰ ujęła prawo zrzeszania się w sposób bardzo represyjny. W jej art. 72 zaznaczono, że „w celu rozwoju aktywności politycznej, społecznej, gospodarczej i kulturowej ludu pracującego miast i wsi, Polska Rzeczpospolita Ludowa zapewnia obywatelom prawo zrzeszania się”. W art. 72, ust. 3 jednocześnie zastrzeżono, że zakazane jest tworzenie zrzeszeń i udział w stowarzyszeniach, których cel lub działalność godzą w ustrój polityczny i społeczny albo w porządek prawny Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej. Oznaczało to dopuszczenie do objęcia stowarzyszeń pełną kontrolą ze strony organów państwa.

Obecne uregulowania dotyczące wolności zrzeszania się w Rzeczypospolitej Polskiej można odnaleźć zarówno w Konstytucji

15 Polska ratyfikowała Konwencję praw człowieka i podstawowych wolności 26 listopada 1991 r., Dz.U. z 1993 r. Nr 61, poz. 248.

16 Karta praw podstawowych Unii Europejskiej, Dz.Urz. UE C 326, 26.10.2012. Zob. M. Dobijański, *Prawa i wolności człowieka w systemie Unii Europejskiej*, Siedlce 2006, s. 61.

17 Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 17 marca 1921 r., Dz.U. Nr 44, poz. 267.

18 Zob. L. Wiśniewski, *Wolność zrzeszania się obywateli w stowarzyszeniach. Materiały prawnoporównawcze*, Warszawa 1988, s. 17a.

19 Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 23 kwietnia 1935 r., Dz.U. Nr 30, poz. 227.

20 Konstytucja Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej z 22 lipca 1952 r., Dz.U. Nr 33, poz. 232.

Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 r., jak i w aktach niższego rzędu. W art. 12 Konstytucji wolność zrzeszania się została podniesiona do rangi zasady ustrojowej. Stanowi on, że „Rzeczpospolita Polska zapewnia wolność tworzenia i działania związków zawodowych, organizacji społeczno-zawodowych rolników, stowarzyszeń, ruchów obywatelskich, innych dobrowolnych zrzeszeń oraz fundacji”. W art. 58, ust. 1 Konstytucji wskazano, że „każdemu zapewnia się wolność zrzeszania się”²¹. Konstytucja nie przesądza formy zrzeszeń, nie przewiduje także żadnych warunków formalnych warunkujących ich powstanie czy istnienie, zezwala natomiast na regulowanie w drodze ustawy rodzajów zrzeszeń podlegających sądowej rejestracji i nadzorowi nad nimi. Zakazuje tworzenia zrzeszeń, których cel lub działalność są sprzeczne z Konstytucją lub ustawą (art. 58, ust. 2)²². Dla praktyki realizowania wolności zrzeszania się w organizacjach konsumenckich istotne są przede wszystkim regulacje zawarte w ustawie prawo o stowarzyszeniach²³.

3. Rozwój ruchu konsumenckiego w Polsce

Ruch konsumencki w Polsce w porównaniu z innymi państwami europejskimi zaczął rozwijać się stosunkowo późno, tj. od lat 80. XX w. Związane jest to z faktem, że ochrona konsumentów w gospodarce państw Europy Środkowo-Wschodniej przybierała zdecydowanie inny wymiar niż w kapitalistycznych państwach Europy Zachodniej. Nakazowy system gospodarki centralnie sterowanej Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej nie uwzględniał istnienia konkurencji wśród podmiotów podaży dóbr i usług, ani też możliwości wyboru towarów spośród różnorodnej oferty handlowej. Zakładał trwałą przewagę popytu nad podażą towarów konsumpcyjnych. Niewielkie różnicowanie oferty rynkowej, niska jakość produktów i nagminne niedobory dóbr konsumpcyjnych sprawiały, że nabywcy ponaglani pilnością zaspokojenia potrzeb bytowych przeważnie rezygnowali

21 Zob. M. Chmaj, *Prawnomiędzynarodowe i konstytucyjne podstawy wolności zrzeszania się*, [w:] *Wolność zrzeszania się w Polsce*, M. Chmaj (red.), Warszawa 2008, s. 11.

22 P. Winczorek, *Komentarz do Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r.*, Warszawa 2000, s. 78; G. Górecki, *Polskie prawo konstytucyjne*, Warszawa 2008, s. 93.

23 Ustawa z 7 kwietnia 1989 r. prawo o stowarzyszeniach, Dz.U. z 2001 r. Nr 79, poz. 855 ze zm.

ze stawiania wymagań jakościowych, jednocześnie tolerując nieuczciwość i oszustwa podmiotów związanych z dystrybucją dóbr i usług²⁴. W wyniku tych zjawisk społeczeństwo zaczęło dążyć do upodmiotowienia ochrony konsumenta w ramach tworzonego ruchu konsumenckiego²⁵.

Ruch konsumencki w Polsce utożsamiany był głównie z inicjatywą obywatelską w zakresie tworzenia organizacji konsumenckich. Stanowią one ważne narzędzie wpływu obywateli na rządzących oraz pomagają państwu przy realizacji jego zadań²⁶. Tworzone są i mają możliwość funkcjonowania przede wszystkim w oparciu o przepisy ustawy prawo o stowarzyszeniach²⁷. Posiadają charakter prawny stowarzyszenia, które w myśl ustawy jest organizacją społeczną, niepaństwową, dobrowolną, trwałą, dążącą do zadośćuczynienia szczególnym upodobaniom i zapotrzebowaniom jej członków. Mając charakter niezarobkowy (art. 2, ust. 1), służą szerszym interesom społecznym, będąc swoistą formą kontroli społecznej²⁸.

W Polsce nadrzędne znaczenie odgrywiają dwie organizacje konsumenckie: Federacja Konsumentów (FK) oraz Stowarzyszenie Konsumentów Polskich (SKP).

Federacja Konsumentów jest najstarszą nadal działającą organizacją konsumencką w Europie Środkowo-Wschodniej. Powstała jako konsekwencja porozumień sierpniowych z 1980 r.²⁹, a w szczególności porozumienia gdańskiego. Zorganizowany ruch konsumencki stał się wówczas ważnym elementem demokratyzacji podejmowania i realizowania na wszystkich szczeblach gospodarczych decyzji dotyczących zaspokajania potrzeb ludzkich³⁰. Idea tworzenia ruchu konsumenckie-

24 G. Świątowy, *Ochrona konsumenta w procesie urynkwienia gospodarki polskiej i jej integracji z Unią Europejską*, [w:] *Socjoekonomiczna i prawna sytuacja konsumentów w obliczu integracji z Unią Europejską*, K. Gutkowska, I. Ozimek (red.), Warszawa 1998, s. 131.

25 M. Malczyńska-Biały, *Wolność zrzeszania się na przykładzie organizacji konsumenckich w Polsce*, [w:] *Wolność i odpowiedzialność. Wymiar ekonomiczny, społeczny i polityczny*, J. Osiński (red.), Warszawa 2009, s. 61-68.

26 Zob. szerzej; W. Studziński, *Wolność zgromadzeń...*, s. 189.

27 Ustawa z 7 kwietnia 1989 roku prawo o stowarzyszeniach...

28 P. Winczorek, *Komentarz do Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej...*, s. 93.

29 Mianem porozumień sierpniowych określa się cztery porozumienia zawarte przez rząd Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej z komitetami strajkowymi powstałymi w sierpniu 1980 r. w Szczecinie, Gdańsku, Jastrzębiu-Zdroju oraz Dąbrowie Górniczej.

30 T. Sztucki, *Reprezentacja potrzeb i ochrona konsumentów*, „Życie Gospodarcze” 1981, nr 7, s. 12.

go zrodziła się niemal jednocześnie w Warszawie, Wrocławiu i Łodzi. Grupa „warszawska” dążyła do stworzenia jednej silnej ogólnopolskiej organizacji mającej szansę funkcjonowania w zderzeniu z ówczesnym otoczeniem. Zwolennicy takiego rozwiązania stawiali na dużą samodzielność oddziałów terenowych, przy jednoczesnym silnym związku z centralą. Koncepcja grup „pozawarszawskich” kreowała teorię tzw. tratw. Polegać ona miała na absolutnej niezależności organizacji konsumenckich działających na szczeblu województw, zajmujących się jedynie sprawami lokalnymi. „Tratwy”, czyli lokalne organizacje konsumenckie, miały funkcjonować całkowicie swobodnie i niezależnie aż do momentu wystąpienia ogólnopolskiego zagrożenia³¹.

Inicjatywę stworzenia niezależnej organizacji konsumenckiej od początku wspierało czasopismo „Życie Gospodarcze”. Zachęcało do tworzenia społecznej organizacji konsumentów pod wstępną nazwą „Federacja Konsumentów” lub „Związek Konsumentów Polskich”, wywierającej presję na poprawę sytuacji rynkowej, unormowanie pozycji konsumenta i walkę o jego prawa. Czasopismo pełniło funkcję ogniwa wiążącego jej zwolenników i działaczy, było miejscem wymiany poglądów, pomysłów i doświadczeń. Zgodnie z promowanym hasłem „Nie bądź bierny, wstępuj do Federacji Konsumentów” stworzono listę członków założycieli organizacji spośród dobrowolnie zgłaszających się czytelników tygodnika³².

Inicjatorzy Federacji Konsumentów nie mieli jasno sprecyzowanych pomysłów co do jej kształtu organizacyjnego. Uważali, że zasady funkcjonowania i organizacja będą się kształtować sukcesywnie, a najistotniejszą kwestią było samo powołanie organizacji³³. Początkowo w ramach FK powstawały liczne „kluby ekspertów”³⁴. W kwietniu 1981 r. zrezygnowano z koncepcji ustawowej³⁵ i zdecydowano o utworzeniu FK jako stowarzyszenia zarejestrowanego³⁶. Dnia 6 maja

31 J. Dąbrowski, *Co dalej z ochroną konsumenta*, „Życie Gospodarcze” 1981, nr 3, s. 4.

32 Zob. szerzej: A. Nałęcz-Jawecki, *Federacja Konsumentów*, „Życie Gospodarcze” 1981, nr 4, s. 1, 8; A. Nałęcz-Jawecki, *Dziękujemy*, „Życie Gospodarcze” 1981, nr 7, s. 12.

33 A. Nałęcz-Jawecki, *Miejsce Fachowców*, „Życie Gospodarcze” 1981, nr 10, s. 12.

34 Jako pierwszy rozpoczął swoją działalność „Klub Ekspertów Żywności”.

35 Pierwszy projekt ustawy autorstwa A. Małkiewicza i T. Sztuckiego opublikowany został na łamach czasopisma „Życie Gospodarcze” 1981, nr 7, s. 13.

36 Podstawę prawną do jego powołania stanowiło Rozporządzenie Prezydenta Rzeczypospolitej z 27 października 1932 roku – Prawo o stowarzyszeniach, Dz.U. Nr 94, poz. 808, z późn. zm.

1981 r. wyłoniony komitet założycielski złożył wniosek o rejestrację FK jako stowarzyszenia o zasięgu ogólnokrajowym. Statut organizacji został zarejestrowany 7 lipca 1981 r. wpisem do rejestru stowarzyszeń i związków Urzędu Miasta Stołecznego Warszawy pod numerem 1052.

Federacja Konsumentów obejmuje swoim zasięgiem całe terytorium Polski poprzez sieć 48 oddziałów terenowych, które wykonują pracę poradni konsumenckich oraz zrzeszają wolontariuszy. Statutowym zadaniem FK³⁷ jest tworzenie systemu ochrony interesów konsumentów indywidualnych. Zmierza on do zapewnienia należnych im praw do wyboru towarów i usług o jakości odpowiadającej cenom, dostępu do rzetelnej informacji o towarach i usługach, ochrony przed produktami i usługami niebezpiecznymi dla życia i zdrowia, zaspokajania podstawowych potrzeb, wyrażania opinii o polityce konsumenckiej państwa oraz działaniach producentów i handlowców, pozytywnego załatwienia uzasadnionych reklamacji, edukacji konsumenckiej, życia w zdrowym środowisku naturalnym. W ramach swej działalności FK prowadzi bezpłatne poradnictwo i pomoc prawną w zakresie uprawnień konsumentów oraz dochodzenia ich roszczeń. Ponadto działalność FK wiąże się z oddziaływaniem na politykę konsumencką państwa. FK jest inicjatorem prokonsumenckich zmian w przepisach prawnych. Tworzy lobby na rzecz polityki konsumenckiej, szczególnie intensywnie zabiega o poparcie dla idei ochrony konsumenta wśród parlamentarzystów polskich. Kształtuje rynek konsumenta korzystającego z przysługujących mu praw oraz prowadzi edukację konsumencką w szkołach³⁸. Od 1 czerwca 2004 r. FK ma status organizacji pożytku publicznego. Jest pełnoprawnym członkiem Międzynarodowej Organizacji Związków Konsumentów (Consumers International)³⁹ i Europejskiej Organizacji Konsumentów (Bureau Europeen des Unions de Consommateurs)⁴⁰.

37 Tekst Statutu Federacji Konsumentów dostępny na stronie: <http://www.federacja-konsumentow.org.pl/> [19.02.2022].

38 A. Dąbrowska, M. Janoś-Kreśło, I. Ozimek, *Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej*, Warszawa 2005, s. 80-83.

39 Consumers International (CI) – światowa federacja ugrupowań konsumentów – jest niezależnym i autorytatywnym globalnym głosem konsumentów. CI dążyło do zapewnienia sprawiedliwej, bezpiecznej i stałej przyszłości wszystkim konsumentom na świecie. Zob. szerzej: <http://www.consumersinternational.org/> [10.12.2021].

40 Głównym zadaniem BEUC jest obrona i promocja interesów europejskich konsumentów jako nabywców i użytkowników dóbr i usług w europejskim procesie politycznym. Zob. Bureau

Drugą, obok Federacji Konsumentów, działającą organizacją konsumencką jest Stowarzyszenie Konsumentów Polskich. W momencie powołania SKP ruch konsumencki w Polsce funkcjonował formalnie już od 13 lat, ale inicjatorzy nowej organizacji uważali, że interesy konsumenta nie są wystarczająco reprezentowane. Stowarzyszenie Konsumentów Polskich zostało powołane uchwałą programową z 15 grudnia 1994 r. oraz zarejestrowane przez Sąd Wojewódzki w Warszawie 14 marca 1995 r. Dnia 12 września 2008 r. przyznano mu natomiast status organizacji porządku publicznego⁴¹. Zebranie 22 członków założycieli SKP odbyło się 15 grudnia 1995 r. w Warszawie. Zaakceptowali oni jednogłośnie przedstawione tezy i założenia programowe oraz przyjęły propozycję statutu⁴². Konieczność powołania SKP upatrywano w rozwijającej się gospodarce rynkowej. Według założycieli w latach 90. XX w. polski konsument znalazł się w nowej sytuacji, w której ochrona prawna jego interesów, po pierwsze, była dalece niewystarczająca, a po drugie, odbiegała od standardów europejskich. Wskazywano ponadto na niedostateczny stopień zaspokojenia potrzeb konsumentów w zakresie obiektywnej, pełnej informacji. Podkreślano, że nabywcy dóbr i usług nie mogą w pełni korzystać z dostępnej informacji ze względu na ogólnie niski poziom świadomości konsumenckiej.

Podstawowym zadaniem Stowarzyszenia Konsumentów Polskich było wywieranie nacisku na decydentów w kierunku uznania ochrony konsumentów za element polityki państwa. SKP określało siebie jako sojusznika wszystkich, którzy w poszczególnych dziedzinach chronią, edukują i rzetelnie informują konsumentów. Wskazywało na konieczność dalszej edukacji i informacji, w szczególności w zakresie popularyzacji przepisów prawa, rozwoju rynku i ochrony konkurencji, jakości towarów i usług oraz ochrony zdrowia i praw konsumenta. W założeniu wszelkie działania edukacyjne i informacyjne miały na celu

European des Unions de Consommateurs, [http://www.beuc.org/Content/Default.asp/\[06.03.2022\]](http://www.beuc.org/Content/Default.asp/[06.03.2022]).

41 Wyszukiwarka podmiotów w Krajowym Rejestrze Sądowym: <http://krs.cors.gov.pl/> [03.02.2022].

42 Uchwała nr 1 z 15 grudnia 1994 r. członków założycieli stowarzyszenia „Stowarzyszenie Konsumentów Polskich” w sprawie uchwalenia Statutu Stowarzyszenia Konsumentów Polskich, materiał niepublikowany, uzyskany w siedzibie SKP, ul. Gizów 6, Warszawa.

upodmiotowienie konsumenta oraz umożliwienie mu dokonywania świadomych i racjonalnych wyborów⁴³.

Zgodnie z art. 1 statutu Stowarzyszenie Konsumentów Polskich jest dobrowolnym, samorządnym i trwałym zrzeszeniem konsumentów, posiadającym osobowość prawną. Zakres działania SKP obejmuje całe terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, a jego siedzibą jest Warszawa. Władzami SKP, określonymi w statucie, są Zjazd Członków (Zjazd Delegatów), Zarząd oraz Rada Nadzorcza, powoływane na 4-letnią kadencję (art. 10).

Zwoływany przez Zarząd Zjazd Członków jest naczelną władzą Stowarzyszenia Konsumentów Polskich (art. 11). Do jego kompetencji należy działalność uchwałodawcza w zakresie zmian statutu SKP, rozwiązania SKP i sposobu podziału jego majątku. Zjazd Członków zajmuje się ustalaniem wieloletnich programów działania oraz składek członkowskich. Podejmuje decyzje w zakresie zarówno wyboru prezesa i pozostałych członków Zarządu oraz Rady Nadzorczej, jak również ich odwoływania. Rozpatruje wszystkie zgłoszone na piśmie sprawy sporne powstałe między członkami SKP lub między członkami a Zarządem (art. 13).

Zarząd jest organem wykonawczym i kieruje całokształtem prac Stowarzyszenia Konsumentów Polskich, przewidzianym w statucie oraz uchwałach Zjazdu Członków (art. 16). Do zadań Zarządu należy wykonywanie uchwał Zjazdu Członków, prowadzenie spraw bieżących SKP oraz reprezentowanie go na zewnątrz. Ponadto uchwała okresowe plany działalności programowej i finansowej oraz plan wydatków i dochodów SKP. Podejmuje uchwały o przystąpieniu do fundacji, spółek, krajowych i zagranicznych organizacji oraz innych podmiotów prawa lub wystąpieniu z nich. Jest właściwym organem decyzyjnym w sprawach podjęcia działalności gospodarczej przez SKP, a także zarządza jego majątkiem. Zwołuje Zjazd Członków oraz inicjuje i przygotowuje na jego obrady projekty uchwał i analizy dotyczące działalności SKP. Decyduje również o ewentualnym wykluczeniu członków z jego struktur (art. 17).

43 Zob. Protokół Zebrania Członków Założycieli Stowarzyszenia Konsumentów Polskich z 15 grudnia 1994 r., przy ul. Puławskiej 43, Warszawa, sporządzone przez J. Rybnik (materiał niepublikowany).

Rada Nadzorcza jest organem kontrolnym SKP (art. 18). Przynajmniej raz w roku dokonuje kontroli działalności organizacji w zakresie racjonalnego gospodarowania funduszami i majątkiem, szczególnie pod względem zgodności z przepisami, postanowieniami statutu oraz uchwałami Zjazdu Delegatów (art. 19).

Głównym zadaniem Stowarzyszenia Konsumentów Polskich, zgodnie ze statutem, jest kształtowanie i rozwijanie świadomości konsumentów w zakresie prawa do bezpieczeństwa, ochrony zdrowia, ochrony interesów ekonomicznych, informacji i edukacji, ochrony prawnej, reprezentacji oraz prowadzenia działań zmierzających do ochrony powyższych praw (art. 3). Cel ten zasadniczo jest realizowany na trzech płaszczyznach (art. 4). Pierwsza dotyczy działalności badawczo-kontrolnej i sprowadza się do przeprowadzania i zlecania niezależnym placówkom badań towarów i usług oraz badań rynkowych. Kolejna płaszczyzna działań SKP związana jest z aktywnością edukacyjno-informacyjną. Trzecia kategoria działań SKP dotyczy reprezentowania opinii swoich członków wobec władz i innych instytucji, organizacji gospodarczych, środków masowego przekazu oraz w organizacjach społecznych.

Funkcja reprezentacyjna Stowarzyszenia Konsumentów Polskich wyraża się w szerokiej współpracy z organizacjami międzynarodowymi.

Uwagi końcowe

Powstanie organizacji konsumenckich w Polsce to praktyczny wyraz realizacji idei społeczeństwa obywatelskiego, tzn. prawa do zrzeszania się, reprezentowania i wyrażania swojej opinii.

Rozwój ruchu konsumenckiego stanowi przeciwwagę dla silnej pozycji podmiotów gospodarczych, a także przyczynia się do promocji interesów konsumentów. Głos indywidualnego konsumenta nie ma takiej siły przebicia, jak siła ogółu zrzeszonego w stowarzyszeniu. Dlatego państwo, zapewniając konsumentom wolność zrzeszania się, umożliwi im wyrażanie w ramach dobrowolnych zrzeszeń konsumenckich własnego stanowiska w różnego rodzaju sprawach dotyczących ich interesów.

W oparciu o przedstawioną analizę i podane przykłady uzasadnione wydają się hipotezy, że idea społeczeństwa obywatelskiego w Pol-

sce realizowana była przez rozwój ruchu konsumenckiego oraz prawa konsumentów do zrzeszania się w organizacjach konsumenckich. Po drugie potwierdzono, że ruch konsumencki w Polsce (tak jak i w innych państwach Europy Środkowo-Wschodniej) zaczął rozwijać się znacznie później niż w państwach Europy Zachodniej. Powstanie pierwszej organizacji konsumenckiej w 1981 r. było spowodowane niepopularnością i minimalizacją potrzeby ochrony konsumentów w konfrontacji z realiami obowiązującego systemu społeczno-gospodarczego. Po trzecie, łatwość tworzenia organizacji konsumenckich po 1989 r., odpowiednie regulacje prawne w tej dziedzinie, zapotrzebowanie na ich tworzenie w związku z potrzebą ochrony konsumentów w odniesieniu do zdrowia, interesów ekonomicznych, dochodzenia roszczeń, informacji i edukacji nie przekładają się na wielość tych podmiotów i zakres ich działania. Liczba organizacji konsumenckich w państwie, w którym rynek rozwija się intensywnie, a krajowa polityka konsumencka powinna być tożsama z polityką konsumencką Unii Europejskiej, jest zdecydowanie za mała. Taki stan rzeczy może wynikać z trudności finansowych organizacji, ich niezarobkowego charakteru, a co za tym idzie – z problemów lokalowych i braków kadrowych. Polityka konsumencka państwa powinna w szerszym zakresie wspierać organizacje konsumenckie, stawiać na ich rozwój, umożliwiać im wykonywanie zadań związanych np. z edukowaniem konsumentów, dochodzeniem roszczeń finansowanych przez państwo. Konieczne wydaje się popularyzowanie ich działalności wśród konsumentów, rozwinięcie szerszej współpracy organizacji konsumenckich z instytucjami edukacyjnymi, realizowanie wspólnych przedsięwzięć i projektów badawczo-naukowych.

Polskie organizacje konsumenckie zaliczają się do europejskich organizacji konsumenckich BEUC oraz ANEC. Z kolei te podmioty należą do Grupy III⁴⁴ Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego będącego zasadniczym forum przedstawicielskim i dyskusyjnym zorganizowanego społeczeństwa obywatelskiego i uprzywilejowanym miejscem wymiany poglądów oraz debat między nim a instytucjami

44 Komitet składa się z trzech grup członków reprezentujących odpowiednio pracodawców (grupa I: Pracodawców), pracowników (grupa II: Pracowników) i inne podmioty społeczno-gospodarcze zorganizowanego społeczeństwa obywatelskiego (grupa III: Różnorodność Europy).

Unii Europejskiej. Dzięki temu reprezentacje polskich konsumentów mają realny wpływ na wskazywanie na konieczność wprowadzania właściwych z punktu widzenia bezpieczeństwa konsumentów rozwiązań prawnych⁴⁵. Dlatego im większa liczba krajowych konsumentkich organizacji pozarządowych, tym lepiej reprezentowany jest interes polskich konsumentów i rozwijana idea społeczeństwa obywatelskiego nie tylko w Polsce, ale również w Unii Europejskiej.

Bibliografia

- Chessel M.-E., *Consommateurs engagés à la Belle Époque. La Ligue sociale des acheteurs*, Paris 2012.
- Chmaj M., *Prawnomiędzynarodowe i konstytucyjne podstawy wolności zrzeszania się*, [w:] *Wolność zrzeszania się w Polsce*, M. Chmaj (red.), Warszawa 2008.
- Chmaj M., *Wolność zrzeszania się*, [w:] *Konstytucyjne wolności i prawa w Polsce. Wolności i prawa polityczne*, t. 3, M. Chmaj i in. (red.), Kraków 2002.
- Dąbrowska A., Janoś-Kresło M., Ozimek I., *Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej*, Warszawa 2005.
- Dąbrowski J., *Co dalej z ochroną konsumenta*, „Życie Gospodarcze” 1981, nr 3.
- Dobijański M., *Prawa i wolności człowieka w systemie Unii Europejskiej*, Siedlce 2006.
- Forbes J.D., *The consumer interest*, London – New York – Sydney 1987.
- Górecki G., *Polskie prawo konstytucyjne*, Warszawa 2008.
- <http://www.beuc.org/Content/Default.asp>.
- <http://www.consumersinternational.org>
- <http://www.federacja-konsumentow.org.pl>
- <http://www.unic.un.org.pl>.
- Jawłowska A., *Ruch konsumentów*, Warszawa 1981.
- Karta praw podstawowych Unii Europejskiej, Dz.Urz. UE C 326, 26.10.2012.
- Kitchen M., *Historia Europy 1919-1939*, Wrocław – Warszawa – Kraków 1992.
- König G.M., *Konsumkompetenz und Geschlechterpolitik vor dem Ersten Weltkrieg*, [w:] *Verbrauchen in Geschichte und Gegenwart. Wandel und Konfliktfelder in der Verbraucherpolitik*, C. Bala, C. Kleinschmidt, K. Rick, W. Schuldziński (red.), „Beiträge zur Verbraucherforschung” 2007, z. 7.
- Konstytucja Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej z 22 lipca 1952 r., Dz.U. Nr 33, poz. 232.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 23 kwietnia 1935 r., Dz.U. Nr 30, poz. 227.

45 M. Malczyńska-Biały, *Polityka konsumentka...*, s. 86-101.

- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 17 marca 1921 r., Dz.U. Nr 44, poz. 267.
- Konwencja Praw Człowieka i Podstawowych Wolności z 26 listopada 1991 r., Dz.U. z 1993 r. Nr 61, poz. 248.
- Kosiński K., *Ku rejestracji NSZZ Solidarność. Kalendarium wydarzeń 1980 r.*
- Kuisz J., *Charakter prawny porozumień sierpniowych 1980-1981*, Warszawa 2009.
- Laws and Objects of the Rochdale Society of Equitable Pioneers: Enrolled According to the Acts, 10th, George IV, and 4th and 5th, William IV, Rochdale 1844.*
- Malczyńska-Biały M., *Polityka konsumencka Unii Europejskiej po 2002 roku*, Rzeszów 2021.
- Malczyńska-Biały M., *Wolność zrzeszania się na przykładzie organizacji konsumenckich w Polsce*, [w:] *Wolność i odpowiedzialność. Wymiar ekonomiczny, społeczny i polityczny*, J. Osiński (red.), Warszawa 2009.
- Nałęcz-Jawecki A., *Dziękujemy*, „Życie Gospodarcze” 1981, nr 7.
- Nałęcz-Jawecki A., *Federacja Konsumentów*, „Życie Gospodarcze” 1981, nr 4.
- Nałęcz-Jawecki A., *Miejsce Fachowców*, „Życie Gospodarcze” 1981, nr 10.
- Palczyński T., *Nowe ruchy społeczne*, Kraków 2010.
- Rozporządzenie Prezydenta Rzeczypospolitej z 27 października 1932 roku – Prawo o stowarzyszeniach, Dz.U. Nr 94, poz. 808 z późn. zm.
- Sarnecki P., *Wolność zrzeszania się*, Warszawa 1998.
- Studziński W., *Wolność zgromadzeń i stowarzyszenia się*, [w:] *Prawa i wolności I i II generacji*, A. Florczak, B. Bolechów (red.), Toruń 2006.
- Sztucki T., *Reprezentacja potrzeb i ochrona konsumentów*, „Życie Gospodarcze” 1981, nr 7.
- Światowy G., *Ochrona konsumenta w procesie urynkowienia gospodarki polskiej i jej integracji z Unią Europejską*, [w:] *Socjoekonomiczna i prawna sytuacja konsumentów w obliczu integracji z Unią Europejską*, K. Gutkowska, I. Ozimek (red.), Warszawa 1998.
- Tokarzewski T., *Ruch spółdzielczy i spółdzielnie w państwach Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej*, Lublin 1990.
- Ustawa z 7 kwietnia 1989 r. prawo o stowarzyszeniach, Dz.U. z 2001 r. Nr 79, poz. 855 ze zm.
- Winczorek P., *Komentarz do Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r.*, Warszawa 2000.
- Wiśniewski L., *Wolność zrzeszania się obywateli w stowarzyszeniach. Materiały prawno-porównawcze*, Warszawa 1988.