

Mira Malczyński-Biały¹

Wolność zrzeszania się w organizacje konsumenckie na przykładzie Rzeczypospolitej Polskiej

Słowa kluczowe: Federacja Konsumentów, organizacje konsumenckie, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, wolność zrzeszania się

Keywords: Consumer Federation, consumer organizations, Association of Polish Consumers, freedom of association

Streszczenie

Artykuł ma na celu analizę wolności zrzeszania w Rzeczypospolitej Polskiej w kontekście działalności organizacji konsumenckich. Rozważania koncentrują się w szczególności na analizie prawodawstwa w tym zakresie. W artykule dokonano syntezy wybranych aktów prawa międzynarodowego i krajowego w zakresie działania organizacji konsumenckich. Przedstawiono ewolucję ustaw zasadniczych i aktów niższego rzędu w kontekście wolności zrzeszania się w organizacje konsumenckie. Wskazano również na istotę i ideę zrzeszeń mających charakter stowarzyszeń. Ostatnia część artykułu pełni rolę konkluzji, zawiera rozważania na temat rzeczywistej roli organizacji konsumenckich oraz potrzeby realizacji konstytucyjnego prawa wolności zrzeszania.

¹ ORCID ID: 0000-0003-3083-800X, doktor, Zakład Polityki Bezpieczeństwa, Instytut Nauk o Polityce, Kolegium Nauk Społecznych, Uniwersytet Rzeszowski. E-mail: mira19@interia.pl.

Abstract**Freedom of association in consumer organizations
on the example of the Republic of Poland**

The article aims to analyze the freedom of association in the Republic of Poland in the context of the activities of consumer organizations. The considerations focus in particular on the analysis of legislation in this area. The article synthesizes selected acts of international and national law in the field of the operation of consumer organizations. The article presents the evolution of the basic laws and acts of a lower level in the context of the freedom of association in consumer organizations. The essence and idea of associations having the character of associations was also indicated. The last part of the article serves as a conclusion and includes considerations on the real role of consumer organizations and the need to implement the constitutional right of freedom of association.

✱

I. Uwagi wstępne

Wolność zrzeszania się stanowi niezwykle ważny element spośród praw i wolności politycznych². Jej geneza w Europie sięga XVIII w., a wiąże się z przemianami jakie przyniosła Wielka Rewolucja Francuska. Od tego momentu 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 europejskich³. Zrzeszenia są jednym z fundamentów każdego państwa de-

² Prawa i wolności polityczne należą do pierwszej generacji praw człowieka. Do katalogu praw i wolności politycznych zalicza się: prawo głosowania w wyborach i referendach, prawo do kandydowania w wyborach, prawo inicjatywy ustawodawczej, prawo dostępu do służby publicznej, prawo do uzyskania informacji o działalności organów władzy publicznej oraz osób pełniących funkcje publiczne, prawo składania petycji, wniosków i skarg, wolność zgromadzeń, wolność zrzeszania się, L. Garlicki, *Polskie prawo konstytucyjne. Zarys wykładu*, Warszawa 2007, s. 108–109.

³ Zob. szerzej: M. Chmaj, *Wolność zrzeszania się*, [w:] *Konstytucyjne wolności i prawa w Polsce. Wolności i prawa polityczne*, t. 3, red. M. Chmaj i in., Kraków 2002, s. 51.

mokratycznego oraz społeczeństwa obywatelskiego. Umożliwiają wyrażenie określonych celów i służą realizacji ludzkich dążeń oraz działania na rzecz określonej sprawy⁴. Stanowią skuteczne narzędzie wpływu obywateli na rządzących oraz niosą pomoc państwu przy realizacji niektórych jego zadań⁵.

Przedmiotem niniejszego artykułu jest analiza konstytucyjnej wolności zrzeszania |w kontekście działania organizacji konsumenckich w Rzeczypospolitej Polskiej. Rozważania koncentrują się na syntezie prawodawstwa regulującego idee i zakres działalności organizacji konsumenckich w RP. Krytycznej weryfikacji zostały poddane następujące hipotezy badawcze: po pierwsze, prawo międzynarodowe i krajowe reguluje kwestię wolności zrzeszania jako jednej z podstawowych wolności przysługujących obywatelowi. Tym samym przekazuje narzędzie prawno-instytucjonalne do realizacji tej wolności. Po drugie przyjęto hipotezę, iż realizacja prawa do wolności zrzeszania w organizacjach konsumenckich w Rzeczypospolitej Polskiej jest wykorzystana w sposób minimalny i nie stanowi szerokiego spektrum działania. Po trzecie, łatwość tworzenia organizacji konsumenckich, ich ochrona prawna oraz liczne kompetencje nie przekładają się na wielość tych podmiotów.

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 międzynarodowych i krajowych aktów prawnych regulujących problematykę wolności zrzeszania się. W artykule zastosowano również metodę komparatystyczną w celu porównania wybranych aspektów działalności organizacji konsumenckich w Rzeczypospolitej Polskiej.

W Rzeczypospolitej Polskiej wolność zrzeszania się jest prawem podmiotowo uniwersalnym, przysługującym każdemu człowiekowi⁶. Oznacza zarówno nieskrępowaną możliwość założenia nowego zrzeszenia, jak i przystąpienia do już istniejącego. Zgodnie ze standardami konstytucyjnymi zrzeszeniem, którego dotyczy powyższy przepis, mogą być: partie polityczne, związki za-

⁴ Zob. P. Sarnecki, *Wolność zrzeszania się*, Warszawa 1998, s. 11.

⁵ W. Studziński, *Wolność zgromadzeń i stowarzyszania się*, [w:] *Prawa i wolności I i II generacji*, red. A. Florczak, B. Bolechów, Toruń 2006, s. 189–196.

⁶ Art. 58 ust.1 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. Nr 78 poz. 483).

wodowe, stowarzyszenia i inne organizacje społeczne, pod warunkiem, że ich cel lub działalność nie są sprzeczne z konstytucją lub ustawą⁷.

II. Podstawa prawna

Wolność zrzeszania się uregulowana jest zarówno w prawie międzynarodowym jak i krajowym. Według art. 20 ust. 1 Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka⁸, każdy człowiek ma prawo spokojnego zgromadzania i stowarzyszania się. Powyższe prawo regulowała również zawarta w 1950 r. przez państwa członkowskie Rady Europy Europejska Konwencja o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności⁹. 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”. Wspomnieć także należy o znaczeniu dla rozwoju prawa do zrzeszania się dwóch aktów prawa międzynarodowego, które zostały uchwalone podczas konferencji Organizacji Narodów Zjednoczonych w Nowym Jorku w 1966 r. Pierwszy to Międzynarodowy Pakt Praw Obywatelskich i Politycznych¹⁰. W myśl art. 22 ust. 1 Paktu każdy ma prawo do swobodnego stowarzyszania się z innymi, włącznie z prawem do tworzenia i przystępowania do związków zawodowych w celu ochrony swych interesów. Drugi, Międzynarodowy Pakt Praw Gospodarczych, Społecznych i Kulturalnych¹¹ w art. 8 ust. 1 lit. a stanowi, że każdy ma prawo do tworzenia i przystępowania do związków zawodowych według własnego wyboru, w celu popierania i ochrony swych interesów gospodarczych i społecznych. Współczesnym fundamentalnym zbiorem praw człowieka, uchwalonym i podpisanym 7 grudnia

⁷ Zob. B. Gronowska, *Wolności, prawa i obowiązki człowieka i obywatela*, [w:] *Prawo konstytucyjne*, red. Z. Witkowski, Toruń 2006, s. 190–191.

⁸ Dokument uchwalony przez Zgromadzenie Ogólne Organizacji Narodów Zjednoczonych (ONZ) dnia 10 grudnia 1948 r., <http://www.unic.un.org.pl> (17.07.2020).

⁹ Polska ratyfikowała Konwencję Praw Człowieka i Podstawowych Wolności 26 listopada 1991 r. (Dz.U. 1993, Nr 61 poz. 248).

¹⁰ Międzynarodowy Pakt Praw Obywatelskich i Politycznych otwarty do podpisu w Nowym Jorku dnia 19 grudnia 1966 r. (Dz.U. 1977, Nr 38 poz. 167).

¹¹ Międzynarodowy Pakt Praw Gospodarczych, Społecznych i Kulturalnych otwarty do podpisu w Nowym Jorku dnia 19 grudnia 1966 r. (Dz.U. 1977, Nr 38 poz. 169).

2000 r. podczas szczytu Rady Europejskiej w Nicei, regulującym również kwestię wolności zrzeszania się jest Karta Praw Podstawowych Unii Europejskiej¹².

W polskich ustawach zasadniczych po raz pierwszy prawo do o zrzeszania się uregulowano w Konstytucji marcowej z 1921 r.¹³ W art. 108 określono, że „obywatele mają prawo koalicji zgromadzenia się i zawiązywania stowarzyszeń i związków. Wykonanie tych praw określają ustawy”¹⁴. Konstytucja kwietniowa z 1935 r.¹⁵, 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.¹⁶ ujęła prawo zrzeszania się w sposób bardzo represyjny. W artykule 72 określono, że „w celu rozwoju aktywności politycznej, społecznej, gospodarczej i kulturowej ludu pracującego miast i wsi, Polska Rzeczpospolita Ludowa zapewnia obywatelom prawo zrzeszania się”. W artykule 72 ust. 3 zastrzeżono jednocześnie, że zakazane było 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 z 1997 r., jak i aktach niższego rzędu. W artykule 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 Konstytucji w art. 58 ust. 1 wskazano iż „każdemu zapewnia się wolność zrzeszania się”¹⁷. Konstytu-

¹² Karta praw podstawowych Unii Europejskiej (Dz. Urz. UE C 326, 26 października 2012 r.). Zob. też M. Dobijański, *Prawa i wolności człowieka w systemie Unii Europejskiej*, Siedlce 2006, s. 61.

¹³ Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 17 marca 1921 r. (Dz.U. Nr 44 poz. 267).

¹⁴ Zob. L. Wiśniewski, *Wolność zrzeszania się obywateli w stowarzyszeniach. Materiały prawnoporównawcze*, Warszawa 1988, s. 17.

¹⁵ Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 23 kwietnia 1935 r. (Dz.U. Nr 30 poz. 227).

¹⁶ Dz.U. Nr 33 poz. 232.

¹⁷ Zob. M. Chmaj, *Prawnomiędzynarodowe i konstytucyjne podstawy wolności zrzeszania się* [w:] *Wolność zrzeszania się w Polsce*, red. M. Chmaj, Warszawa 2008, s. 11.

cja nie przesądza formy zrzeczeń, nie przewiduje także żadnych warunków formalnych warunkujących ich powstanie czy istnienie, zezwala natomiast na regulowanie w drodze ustawy rodzajów zrzeczeń podlegających sądowej rejestracji i nadzoru nad nimi. Zakazuje tworzenia zrzeczeń, których cel lub działalność są sprzeczne z Konstytucją lub ustawą (art. 58, ust. 2)¹⁸. Dla praktyki realizowania wolności zrzeszania się w organizacjach konsumenckich istotne są przede wszystkim regulacje zawarte w ustawie prawo o stowarzyszeniach¹⁹.

III. Działalność organizacji konsumenckich w Rzeczypospolitej Polskiej

Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów, jednym z podmiotów ochrony konsumentów w Polsce są organizacje konsumenckie²⁰. Zgodnie z art. 45 reprezentują one interesy konsumentów wobec organów administracji rządowej i samorządowej oraz mogą uczestniczyć w realizacji rządowej polityki konsumenckiej. Ustawa o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie²¹ wskazuje na kompetencje organizacji konsumenckich w zakresie realizowania polityki rządowej państwa. Organizacje konsumenckie, współpracując z Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, wykonują zadania publiczne, do których ustawodawca zalicza upowszechnienie oraz ochronę praw konsumentów (art. 4 ust. 1 pkt 21). Współpraca ta odbywa się na zasadach pomocniczości. Przejawia się w szczególności w zlecaniu organizacjom pozarządowym realizacji zadań publicznych, wzajemnego informowania się o planowanych kierunkach działalności i współdziałania w celu zharmonizowania tych kierunków, konsultowania projektów aktów normatywnych w dziedzinach dotyczących działalności statutowej tych organizacji, tworzenia wspólnych zespołów o charakterze doradczym i inicjatywnym zło-

¹⁸ Por. 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.

¹⁹ Ustawa z 7 kwietnia 1989 r. prawo o stowarzyszeniach (Dz.U. 2001, Nr 79 poz. 855 ze zm.).

²⁰ Art. 37 ustawy z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. Nr 331 poz. 50 ze zm.).

²¹ Ustawa z 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie (Dz.U. Nr 96 poz. 873, ze zm.).

żonych z przedstawicieli organizacji pozarządowych oraz przedstawicieli właściwych organów administracji publicznej. Zlecenie realizacji zadań publicznych może polegać na powierzaniu wykonywania zadań publicznych, wraz z udzieleniem dotacji na finansowanie ich realizacji, lub wspieraniu takich zadań, poprzez udzielenie dotacji na dofinansowanie ich realizacji (art. 5 ust. 1, 2). Generalnie przyjmuje się zasadę, iż organizacje konsumenckie są wiarygodne jeśli nie są subsydiowane przez przedsiębiorców²². Mają prawo do wyrażania opinii o projektach aktów prawnych i innych dokumentów dotyczących praw i interesów konsumentów. Ustawodawca w art. 45 ust. 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przyznaje również organizacjom konsumenckim prawo do opracowania i upowszechniania konsumenckich programów edukacyjnych (pkt 2), wykonywania testów produktów i usług wraz z publikowaniem ich wyników (pkt 3) oraz wydawaniem czasopism, opracowań badawczych, broszur i ulotek (pkt 4). Organizacje mogą zajmować się prowadzeniem nieodpłatnego poradnictwa konsumenckiego oraz udzielaniem nieodpłatnej pomocy konsumentom w dochodzeniu ich roszczeń, chyba, że statut organizacji stanowi inaczej (pkt 5). Biorą ponadto udział w pracach normalizacyjnych (pkt 6). Organizacje, których statutowym celem jest ochrona interesów konsumenta, posiadają swoich przedstawicieli w Radzie Normalizacyjnej działającej przy Polskim Komitecie Normalizacyjnym – PKN²³.

Organizacje konsumenckie w Polsce są tworzone i mają możliwość funkcjonowania przede wszystkim w oparciu o przepisy ustawy prawo o stowarzyszeniach. Mają one charakter prawny stowarzyszenia, które w myśl ustawy jest organizacją społeczną, niepaństwową, dobrowolną, trwałą, dążącą do zadośćuczynienia szczególnym upodobaniom i zapotrzebowaniom jej członków. Jednocześnie organizacje konsumenckie służą szerszym interesom społecznym, stanowią formę kontroli społecznej nad realizacją zależności od państwa i mającą charakter niezarobkowy²⁴. W zakresie swoich celów statutowych reprezentują interesy zbiorowe swoich członków wobec organów władzy publicznej. Zgodnie z art. 2 ust. 2. analizowanej ustawy, stowarzysze-

²² A. Powałowski, S. Koroluk, *Prawo ochrony konsumentów*, Warszawa 2002, s. 192.

²³ Art. 19 pkt 4 ustawy z 12 września 2002 r. o normalizacji (Dz.U. Nr 169 poz. 1386 ze zm.).

²⁴ Art. 2 ust. 1 ustawy prawo o stowarzyszeniach. Por. L. Wiśniewski, *Wolność zrzeszania...*, s. 5.

nie samodzielnie określa swoje cele, programy działania i struktury organizacyjne oraz uchwała akty wewnętrzne dotyczące jego funkcjonowania. Swoją działalność opiera na pracy społecznej członków, natomiast do prowadzenia swych spraw może zatrudniać pracowników (art. 2 ust. 3). Do założenia stowarzyszenia rejestrowanego a takim właśnie są organizacje konsumenckie zgodnie z art. 9 prawa o stowarzyszeniach, wymaga się porozumienia 15 osób posiadających pełną zdolność do czynności prawnych i nie pozbawionych praw publicznych²⁵. Osoby uprawnione pragnące założyć stowarzyszenie, muszą porozumieć się w tym celu, wybrać komitet założycielski stworzyć statut i w trakcie zebrania założycielskiego, uchwalić go. Organem nadzorującym działalność stowarzyszeń w Rzeczypospolitej jest wojewoda, który może żądać dostarczenia przez władze stowarzyszenia, w wyznaczonym terminie, odpisów uchwał walnego zebrania członków (zebrania delegatów) oraz niezbędnych wyjaśnień (art. 25)²⁶.

W Polsce funkcjonują dwie organizacje konsumenckie o zasięgu ogólnokrajowym dla których działalnością statutową jest ochrona konsumentów. Należą do nich Federacja Konsumentów (FK) oraz Stowarzyszenie Konsumentów Polskich (SKP). Federacja Konsumentów jest pierwszą organizacją konsumencką powstałą w Europie Środkowo-Wschodniej. Została wpisana do rejestru stowarzyszeń i związków Urzędu Miasta Stołecznego Warszawa 7 listopada 1981 r. FK jest niezależną i największą organizacją pozarządową, której głównym celem jest ochrona indywidualnego konsumenta w Polsce. Obejmuje swoim zasięgiem całe terytorium Polski poprzez sieć czterdziestu ośmiu oddziałów terenowych, które wykonują pracę poradni konsumenckich oraz zrzeszają wolontariuszy. Statut²⁷ definiuje FK jako dobrowolne, samorządne i trwałe stowarzyszenie konsumentów, samodzielnie określające swoje cele, program i struktury organizacyjne. Określa również strukturę wewnętrzną FK. Władzami Federacji są Krajowy Zjazd Delegatów, Zarząd Federacji zwany Radą Krajową, Główna Komisja Rewizyjna oraz Sąd Koleżeńcki (art. 14). Ich kadencja trwa cztery lata (art. 15 pkt 1).

²⁵ Art. 3 ust. 1. ustawy prawo o stowarzyszeniach.

²⁶ Zob. szerzej: P. Sarnecki, *Wolność zrzeszania...*, s. 69, 78.

²⁷ Statut Federacji Konsumentów uchwalony 13 listopada 1981 r. przez I Krajowy Zjazd Delegatów, ze zmianami dokonanymi przez kolejne Zjazdy, <http://www.federacja-konsumentow.org.pl> (19.06.2020).

Federacja Konsumentów realizuje zasadniczo dwa podstawowe statutowe cele. Pierwszym z nich jest tworzenie systemu ochrony interesów konsumentów indywidualnych. Drugi cel związany jest z oddziaływaniem na politykę konsumencką państwa. Powyższe zadania FK realizuje na pięciu płaszczyznach swojej działalności²⁸. Pierwsza płaszczyzna dotyczy reprezentowania potrzeb i wymagań konsumentów oraz wskazania warunków ich sprawnego zaspokajania. Związana jest z uprawnieniami uzyskanymi przez FK w zakresie sądowego postępowania cywilnego, uprawniającymi do wstępowania do procesu w sprawach konsumentów w imieniu powoda bądź we własnym imieniu jako organizacji społecznej²⁹. Reprezentuje ponadto potrzeby konsumentów polskich poprzez współpracę z międzynarodowymi organizacjami³⁰. Druga płaszczyzna działań Federacji związana jest z oddziaływaniem na podwyższanie jakości dóbr i usług poprzez informowanie konsumentów o walorach użytkowych towarów znajdujących się na rynku i nowo projektowanych. Trzecia płaszczyzna działań FK polega na zapobieganiu naruszania praw i interesów konsumenta oraz zapewnieniu im ochrony, jak również podejmowaniu konkretnych czynności w ramach ochrony prawnej konsumentów. Opiera się głównie na prowadzeniu bezpłatnego poradnictwa prawnego na rzecz indywidualnych konsumentów w formie telefonicznej, bezpośredniej lub pisemnej. Czwarta sfera działań Federacji opiera się na ocenie działalności podmiotów gospodarczych w zakresie jakości produkcji, kultury sprzedaży towarów i świadczenia usług oraz reklamy i informacji. Ostatnią, określoną w statucie, płaszczyzną działań organizacji jest informowanie i edukowanie konsumentów, ze szczególnym uwzględnieniem młodzieży. W tym celu FK opracowuje i upowszechnia konsumenckie programy edukacyjne, wykonuje testy produktów i usług oraz publikuje ich wyniki, a także wydaje czasopisma, opracowania badawcze, broszury i ulotki³¹.

²⁸ Art. 6–7 statutu FK.

²⁹ Zob. art. 4 zarządzenia Ministra Sprawiedliwości z 27 czerwca 1985 r. w sprawie ustalenia wykazu organizacji społecznych (M.P. Nr 22 poz. 167, ze. zm.).

³⁰ Od maja 1999 r. FK jest członkiem międzynarodowej organizacji konsumenckiej Bureau Européen des Unions de Consommateurs – BEUC mającej siedzibę w Brukseli.

³¹ Zob. S. Wymysłowski, *Poradnictwo prawne jako forma edukacji konsumenckiej Federacji Konsumentów* [w:] *Edukacja konsumencka: Cele, instrumenty, dobre praktyki*, red. A. Lewicka-Strzałecka, Warszawa 2006, s. 244–245.

Drugą obok Federacji Konsumentów, współcześnie działającą organizacją konsumencką jest Stowarzyszenie Konsumentów Polskich. Zostało powołane uchwałą programową z 15 grudnia 1994 r. oraz zarejestrowane przez Sąd Wojewódzki w Warszawie 14 marca 1995 r. 12 września 2008 r. przyznano mu status organizacji porządku publicznego³². 15 grudnia 1995 r. w Warszawie odbyło się zebranie 22 członków założycieli SKP. Zaakceptowali oni jednogłośnie przedstawione tezy i założenia programowe oraz przyjęły propozycję statutu³³. Konieczność powołania Stowarzyszenia 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 była dalece niewystarczająca i odbiegała od standardów europejskich. Wskazywano ponadto na niedostateczny stopień zaspokojenia potrzeb konsumentów w zakresie obiektywnej, pełnej informacji. Podkreślano, iż nabywcy dóbr i usług nie mogli w pełni korzystać z dostępnej informacji ze względu na ogólny niski poziom świadomości konsumenckiej.

Zgodnie z artykułem 1 statutu SKP jest dobrowolnym, samorządnym i trwałym zrzeszeniem konsumentów, posiadającym osobowość prawną. Zakres działania SKP obejmuje całe terytorium Rzeczypospolitej Polskiej a jej siedzibą jest Warszawa. Władzami Stowarzyszenia, określonymi w statucie, są Zjazd Członków (Zjazd Delegatów), Zarząd oraz Rada Nadzorcza, powoływane na cztero letnią kadencję (art. 10). Głównym zadaniem SKP, 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 zlecenia niezależnym placówkom badań towarów i usług oraz badań rynkowych. Kolejna płaszczyzna działań SKP związana jest z aktywnością edukacyjno-informacyjną. Przejawia się ona głównie w opracowywaniu

³² Wyszukiwarka podmiotów w Krajowym Rejestrze Sądowym: <https://ekrs.ms.gov.pl/web/wyszukiwarka-krs/strona-glowna/index.html> (3.07.2020).

³³ Uchwała nr 1 z 15 grudnia 1994 r. członków założycieli stowarzyszenia „Stowarzyszenie Konsumentów Polskich” w sprawie uchwalenia Statutu Stowarzyszenia Konsumentów Polskich, archiwum siedzibie SKP, Warszawa.

i rozpowszechnianiu materiałów oraz wydawaniu ulotek i innych publikacji o tematyce konsumenckiej. Trzecia kategoria działań SKP dotyczy reprezentowania opinii swoich członków wobec władz i innych instytucji, organizacji gospodarczych, środków masowego przekazu oraz w organizacjach społecznych. Stowarzyszenie Konsumentów Polskich występuje również w sprawach ochrony konsumentów przed władzami i organami wymiaru sprawiedliwości. Funkcja reprezentacyjna SKP wyraża się w szerokiej współpracy z organizacjami międzynarodowymi³⁴.

IV. Uwagi końcowe

Funkcjonowanie organizacji konsumenckich stanowi praktyczny wyraz realizacji jednego z fundamentalnych praw konsumenta, to znaczy prawa do zrzeszania się, do reprezentowania i wyrażania swojej opinii.

Rozwój organizacji konsumenckich 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 procesie prawodawczym organizacje konsumenckie pełnią funkcję opiniodawczą. Zrzeszenia konsumenckie poprzez działalność edukacyjną i informacyjną przyczyniają się do podnoszenia świadomości konsumentów na rzecz eliminacji nieracjonalnych i błędnych zakupów oraz upowszechnienia praw przysługujących konsumentom. Konsument znający swoje prawa, umiejący korzystać z nich samodzielnie lub przy wsparciu instytucji wyspecjalizowanej w dochodzeniu roszczeń, będzie partnerem dla producentów i sprzedawców, wymuszając na nich zachowanie zgodne z wzorcami dobrych praktyk kupieckich i zasadami etycznego biznesu.

W wyniku przeprowadzonych badań wskazano, że zasadniczy wpływ na kwestię wolności zrzeszania miało prawo międzynarodowe i krajowe, po-

³⁴ Od 2004 r. jest członkiem międzynarodowej organizacji European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardisation – ANEC, a od 2005 r. członkiem międzynarodowej organizacji Bureau Européen des Unions de Consommateurs- BEUC.

przez przekazanie narzędzi prawno-instytucjonalnych do realizacji tej wolności. W oparciu o przedstawioną analizę i podane przykłady uzasadnione wydają się być hipotezy iż realizacja prawa do wolności zrzeszania w organizacjach konsumenckich w Rzeczypospolitej Polskiej była wykorzystana w sposób minimalny i nie stanowiła szerokiego spektrum działania, a łatwość tworzenia organizacji konsumenckich, ich ochrona prawna oraz liczne kompetencje nie przekładały się na wielość tych podmiotów.

Konkludując, polscy konsumenci zostali wyposażeni w odpowiednie instrumenty prawne umożliwiające im zrzeszanie się w organizacjach broniących ich praw. Jednak znajomość tych praw i świadomość możliwości działania jest wśród nich nadal bardzo niska³⁵. Polscy konsumenci nie znają przepisów dotyczących warunków sprzedaży, nie czytają umów, które podpisują, niechętnie składają reklamację produktów, które nie spełniają wartości użytkowych, z góry zakładając, że nie mają szans wobec silnych producentów, lub że procedura sądowa jest zbyt kosztowna, czasochłonna i zawiła. Nie znają również instytucji i organizacji działających na rzecz ochrony i edukacji konsumentów, a także nie posiadają wiedzy o funkcjonowaniu sądów polubownych³⁶.

Ostatecznie należy stwierdzić, że ilość organizacji konsumenckich w kraju, w którym rynek rozwija się intensywnie, w związku z ciągłym dostosowaniem do funkcjonowania w ramach systemu wspólnotowego jest zdecydowanie za mała. Taki stan rzeczy może wynikać z trudności finansowych organizacji, ich niezarobkowego charakteru, a co za tym idzie problemów lokalowych i braków kadrowych. Nie ulega wątpliwości jednak wątpliwości, że im większa liczba pozarządowych organizacji tym lepiej chroniony jest interes konsumenta.

Literatura

Chmaj M., *Wolność zrzeszania się*, [w:] *Konstytucyjne wolności i prawa w Polsce. Wolności i prawa polityczne*, t. 3, red. M. Chmaj i in., Kraków 2002.

³⁵ *Opinie i doświadczenia polskich konsumentów w zakresie występowania podwójnej jakości produktów Raport Kantar Public dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów*, Warszawa 2017, s. 9–17.

³⁶ A. Dąbrowska, M. Janoś-Kresło, I. Ozimek, *Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej*, Warszawa 2005, s. 162.

- Chmaj M., *Prawnomiędzynarodowe i konstytucyjne podstawy wolności zrzeszania się* [w:] *Wolność zrzeszania się w Polsce*, red. M. Chmaj, Warszawa 2008.
- Dąbrowska A., Janoś-Kresło M., Ozimek I., *Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej*, Warszawa 2005.
- Dobjański M., *Prawa i wolności człowieka w systemie Unii Europejskiej*, Siedlce 2006.
- Gronowska B., *Wolności, prawa i obowiązki człowieka i obywatela*, [w:] *Prawo konstytucyjne*, red. Z. Witkowski, Toruń 2006.
- Górecki G., *Polskie prawo konstytucyjne*, Warszawa 2008.
- Opinie i doświadczenia polskich konsumentów w zakresie występowania podwójnej jakości produktów Raport Kantar Public dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów*, Warszawa 2017.
- Powałowski A., Koroluk S., *Prawo ochrony konsumentów*, Warszawa, 2002.
- Sarnecki P., *Wolność zrzeszania się*, Warszawa 1998.
- Studziński W., *Wolność zgromadzeń i stowarzyszenia się*, [w:] *Prawa i wolności I i II generacji*, red. A. Florczak, B. Bolechów, Toruń 2006.
- 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.
- Wymysłowski S., *Poradnictwo prawne jako forma edukacji konsumenckiej Federacji Konsumentów* [w:] *Edukacja konsumencka: Cele, instrumenty, dobre praktyki*, red. A. Lewicka-Strzałecka, Warszawa 2006.