ПОЛІС

Электронная библиотека
Гражданское общество в России

А. А. БАтейнова

Движение потребителей (КонфОП)

Электронный ресурс

URL: http://www.civisbook.ru/files/File/Baitenova_1992_5.pdf

URL:http://www.civisbook.ru

Элементы гражданского общества в России существовали уже на рубеже нашего века, но процесс его формирования был прерван большевистской диктатурой. Сегодня, по мере развития страны к демократии, у нас появляются первые, еще очень робкие, ростки гражданского общества. Наш журнал придает важное значение этому процессу и считает необходимым знакомить читателя с некоторыми его проявлениями. В данном номере читателю предлагается материал о деятельности двух организаций - Конфедерации обществ потребителей (КонфОП) и Совета трудовых коллективов (СТК). Эти организации полностью вписываются в понятие гражданского общества, под которым понимается система самостоятельных и независимых от государства общественных институтов и межличностных отношений.

ДВИЖЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ (КонфОП)

Движение потребителей изначально складывалось из жителей крупных городов. В сентябре 1988 г. появился Ленинградский клуб потребителей; затем возникли подобные объединения в Москве, Новосибирске, Свердловске, Челябинске. Сегодня на территории бывшего СССР действуют около 120 областных и городских организаций потребителей, 86 из них - в России. Сперва в движении участвовала преимущественно интеллигенция: журналисты, экономисты, социологи, товароведы. Они пропагандировали достижения западного консьюмеризма, его идеи, выраженные в принятых Генеральной Ассамблеей ООН "Руководящих принципах для защиты прав потребителей" (право гражданина на безопасность и надлежащее качество товаров и услуг, на безопасность среды обитания, на информацию о товаре или услуге и т.д.). Несколько позже в создании потребительских организаций приняли участие профсоюзы, с их помощью возникли объединения потребителей в Саратове, Тюмени.

В декабре 1989 г. 40 организаций потребителей объединились, создав Федерацию обществ потребителей СССР. Возглавил ее А. Собчак. С самого начала Федерация зая-

вила, что не преследует политических целей. Ее цель - зап^ита прав и интересов потребителей, координация усилий их организаций. Свою деятельность она сразу стала строить на конфедеративных началах: решения ее руководящих органов и разработки профессиональных служб носили исключительно рекомендательный, а не директивный характер для местных обществ.

Многое сделала для пропаганды консьюмеристских идей газета "В защиту прав потребителя", которая начала издаваться в 1988 г. как спецвыпуск "Советской торговли", а в дальнейшем выходила самостоятельно под названием "Честное слово (В защиту прав потребителя)". Правда, в мае 1992 г. редакция по финансовым причи-нам вынуждена была приостановить выпуск газеты: потребительское издание не публиковало рекламы, за достоверность которой не могли поручиться, а без этого оказалось не под силу выдержать дороговизну типографских и экспедиционных услуг, бумаги. Но свою роль в изменении общественного мнения газета сыграла: слово "потребитель" уже не несет негативной окраски: возникло известное понимание того, что "потребитель" - это основной адресат политических и социальных программ, разрабатываемых на правительственном и местном уровнях. Вокруг газеты сплотились наиболее активные силы движения.

Немногие общественные организации выдержали испытание "парадом суверенитетов", но оставшиеся пока доказывают свою жизнеспособность. Потребительское движение не было расколото распадом Союза. Около 60 региональных организаций восьми республик бывшего СССР подтвердили свое намерение работать вместе: ведь потребителям нечего делить, кроме трудностей, их межгосударственное объединение - не политическая партия, а способ защиты интересов своих сторонников в условиях перехода к рынку. Такое единство помогает выжить потребительским ассоциациям - подлинным структурам нарождающегося гражданского общества - во имя обеспечения даже в тяжелейшей кризисной экономической ситуации возможно лучших жизненных стандартов.

21-22 февраля 1992 г. на Ш конференции ФОП делегаты, исходя из общеполитической и экономической ситуации на территории деятельности федерации, приняли решение о реорганизации ФОП СССР в Международную конфедерацию обществ потребителей (КонфОП) и провозгласили эту конференцию первым конгрессом КонфОП. Конгресс - собрание всех входящих в КонфОП местных обществ потребителей - провозглашен высшим органом Международной конфедерации. Он собирается раз в три года. В период между заседаниями конгресса работает Координационный совет, состоящий из представителей национальных организаций потребителей государств - членов КонфОП. Он собирается раз в полгода. Оперативное руководство деятельностью КонфОП осуществляют президент, первый вице-президент и вице-президент.

Ввиду занятости А. Собчака на посту мэра Санкт-Петербурга и по его личной просьбе конгресс КонфОП освободил его от обязанностей президента. Президентом избран доктор экономических наук, профессор МГУ А. Аузан, ранее бывший первым вице-президентом; Г. Шевченко, глава Одесского регионального союза защиты прав потребителей, стал первым вице-президентом; М. Полячек, председатель Информационно-издательского центра "Консум-инфо" - вице-президент. Президент, по уставу, формирует состав высшего исполнительного органа КонфОП - правления, утверждаемого координационным Советом; первый вице-президент осуществляет связи с КС, вице-президент курирует работу правления. Свои обязанности руководство Конфедерации исполняет на общественных началах. Каждый из членов правления ведет отдельное направление: жилищное, качества товаров и услуг, информационное, юридическое, социологическое, организационное, экономическое и т.д.

В структуре КонфОП шесть профессиональных служб. В основном они расположены в Москве, Санкт-Петербурге, Минске, Ашгабате. Это две службы качества, информационно-издательский центр "Консум-инфо", социологическая фирма "Консул", юридическая фирма, программно-аналитическая служба, преобразующаяся сейчас в Институт консьюмеристской политики (здесь сосредоточены кадры экономистов). Практически те же основные направления прослеживаются и в работе региональных обществ потребителей.

Поначалу не существовало единого мнения относительно структуры обществ: должны ли они быть большими или немногочисленными - с фиксированным или нефиксированным членством и т.д. Пришли к плюрализму: сейчас есть союзы самые разные по организационному устройству, по численности и направлениям деятельности. Волгодонский, например, контролирует политику городских властей по многим вопросам, относящимся к своей компетенции, и власти это принимают. Иркутский ведет большую юридическую деятельность: выиграно свыше трех десятков судебных дел по искам потребителей, включая дело против "павловского" обмена денежных купюр. Запорожский организует свой испытательный центр, уже подписаны и выполняются договоры по аэрокосмическому, экологи-

уже вышел. В нем рейтинги видеокассет, видеомагнитофонов, цветных телевизоров - тех, которые котируются на мировом рынке, и других, заполнивших прилавки. В ближайшее время читателям будет предложен Справочник-каталог по рейтингам 6-8 групп товаров. В 199? г. планируются четыре выпуска журнала "Су-пер-Тест", содержащих обобщающие материалы исследований "Штифтунг Варентеста" за 1992-92 гг. В перспективе - постоянно выходящий потребительский журнал (возможно - совместно с ФРГ). КонфОП имеет предложение Американского потребительского движения издавать журнал "Малтинэшинал Монитор'* на русском языке. Увидело свет уже немало чисто отечественных изданий, например, брошюр для потребителей о правилах рационального поведения в магазинах, общения со службой быта. Издается весьма популярная газета для садоводов "Ваши 6 соток". Восемь региональных обществ потребителей имеют собственные газеты. Кроме того, активисты обществ очень часто привлекаются к сотрудничеству с другими средствами массовой информации, которым не безразлично качество жизни своих читателей. Сейчас контакты со СМИ продолжают расширяться: есть предложения вести свои радио- и телепередачи, специальные рубрики в газетах. Для пропаганды идей движения, обучения навыкам рационального потребительского поведения в Одессе создается (по типу зарубежных) международная школа консьюмеризма.

Интерес к потребительскому движению растет. Сегодня наибольшим спросом пользуются конкретные *экономические* проекты КонфОП. Их разрабатывает Институт консьюмеристской политики - группа профессиональных экономистов, докторов и кандидатов наук, аспирантов, студентов экономического факультета МГУ. Так, на "шоковое" внедрение рынка институт ответил программой "26 уколов против бешенства цен", опубликованной во многих популярных массовых изданиях. Эта программа содержит 26 методов борьбы с дороговизной, от индивидуальной самозащиты до взаимодействия объединений потребителей с деловыми и властными структурами. Предлагается, в частности, несколько моделей экономических объединений потребителей: независимые потребительские кооперативы (они заключают прямые договоры с производителями), кредитные союзы (по сути - финансовые кооперативы, дающие своим пайщикам более высокий, нежели в банках, процент по вкладам и ссуды на льготных условиях), оплаченный потребительский заказ (как форма объединения, означающая договор с предприятием под гарантированный конкретный заказ), создание специальных предприятий.

Безопасность и качество товаров и услуг - четвертое направление в работе КонфОП. Еще в период дефицитов общества потребителей предупреждали людей о товарах, опасных для употребления: это китайское мясо с большим количеством ДДТ, батарейки в игрушках, которые взрываются и ранят детей, детские коляски из материалов, дающих ядовитые испарения. Сейчас эта проблема особенно актуальна и ею активно занимается КонфОП.

КонфОП организовала Московский центр ассортимента и качества (более 50 специалистов). Его цели: просвещение потребителя, гармонизация отношений между потребителем, производителем и продавцом. Центр помогает конверсионным предприятиям формировать ассортиментный ряд с учетом конъюнктуры, разрабатывает методы экспертизы потребительских свойств товаров с повышенной экологической критичностью и уровнем безопасности, а также предупреждения и изъятия товаров с критическими параметрами. Свой опыт центр передает обществам потребителей. Вторая служба качества - в Ашгабате - выросла из подразделения Туркменского общества потребителей. Здесь накоплен большой опыт в исследовании проблем нитратов и пестицидов в продуктах питания.

Качество строительных и ремонтных работ, безопасность стройматериалов, возможности жилищных объединений потребителей - это сфера интересов жилищной коллегии КонфОП. Есть успех и в борьбе за качество услуг: типовой проект соглашения с транспортными организациями был разработан Петербургским союзом потребителей. КонфОП предлагает также систему сертификации и лицензирования ряда других услуг, например, такси, коммерческого образования.

Но для успеха любого направления нужен учет аудитории. Его обеспечивает *социологическая служба* КонфОП. Она уже имеет систему мониторинга потребительского поведения, методики альтернативных Госкомстату расчетов минимальных потребительских бюджетов, организации наблюдения за уровнем цен, оценки качества обслуживания населения. Проводится сопоставительный анализ уровня жизни по государствам и регионам.

Основные источники финансирования деятельности КонфОП - сама ее деятельность: разработки профессиональных служб, договоры о совместной деятельности и т.д.

Будучи неполитической организацией, КонфОП открыта тем не менее для совместных действий с любыми партиями и движениями. В Томске потребители хорошо сотрудничают с анархистами, в Петербурге с социал-демократами и т.д. Часто спраши-

вают: ну а если вам предложит сотрудничество общество "Память"? Что же, если оно создаст, например, общество любителей русского кваса, - здесь интересы его и КонфОП пересекутся. Когда речь идет о конкретном полезном деле, КонфОП готова идти на контакты. Но пока Конфедерация сознательно держит дистанцию относительно партий. Их интерес к движению понятен: здесь можно найти свежие и популярные идеи и тем самым повысить свой рейтинг. Взамен партии обещают КонфОП поддержку в парламенте. Но выбора в пользу каких-либо конкретных политических сил КонфОП делать не намерена. Охотнее КонфОП идет на сотрудничество с неполитическими организациями: союзами предпринимателей, трудовых коллективов и т.д. КонфОП давно предлагает для решения насущных потребительских проблем создать специальный совет при высших исполнительских структурах из предпринимателей, потребителей, "зеленых", всех заинтересованных организаций и движений. Пока позитивной реакции со стороны властей нет. Между тем подобные образования хорошо проявили себя в США, других государствах. Такой опыт есть и у нас - например, в Волгодонске.

Активисты КонфОП понимают, что высокоразвитое гражданское общество невозможно создать, если граждане по прежнему будут проявлять пассивность в общественных и частных делах, непосредственно затрагивающих интересы каждой семьи, если активно не распространять работу самых разнообразных ассоциаций, подобных обществам потребителей. Все мы и всегда, поскольку живем, являемся и гражданами, и потребителями.

Л. Байтенова,
пресс-секретарь КонфОП

Адрес Международной Конфедерации обществ потребителей:
103690, Москва, ул. Варварка, 14.
Телефоны: 298-49-75, 298-46-49.