

KATARZYNA WASILIK<sup>1</sup>

Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur w Warszawie

## IDEA FAIR TRADE. W KIERUNKU ODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI

### Streszczenie

Przez świadomy wybór produktów spełniających zasady idei Sprawiedliwego Handlu (Fair Trade) konsumenci w sposób pośredni wpływają na poprawę warunków pracy i życia osób zaangażowanych w ich wytwarzanie oraz przyczyniają się do rozwoju bardziej uczciwego handlu. W artykule dokonano analizy idei Sprawiedliwego Handlu, która jest jedną z form odpowiedzialnych zachowań konsumpcyjnych. Artykuł zawiera przegląd literatury przedmiotu, w tym najnowsze wyniki badań dotyczące tematyki odpowiedzialnej konsumpcji i idei Fair Trade.

**Słowa kluczowe:** odpowiedzialna konsumpcja, handel, Fair Trade, uczciwość, sprawiedliwość

### Wprowadzenie

Podczas dokonywania codziennych decyzji konsumpcyjnych wciąż niezwykle częstym kryterium wyboru jest cena. Jednak umieszczona na metce produktu cena nie jest jedynym kosztem ponoszonym przez konsumentów. Należy pamiętać, że każdy zakupiony produkt niesie za sobą koszty niewyrażone wprost w pieniądzu. Są to m.in. koszty związane z degradacją środowiska naturalnego, złymi warunkami pracy osób zaangażowanych w wytwarzanie produktów, niesprawiedliwymi płacami czy narażaniem zdrowia zarówno wytwórców, jak i konsumentów. Tanie produkty zalewające rynki krajów rozwiniętych są często wynikiem nieprzestrzegania przez producentów wielu społecznych i środowiskowych standardów. Przesadne stosowanie środków ochrony roślin w konwencjo-

---

<sup>1</sup> katarzyna.wasilik@ibrkk.pl.

nalnym rolnictwie, nieuzasadniona, nadmierna eksploatacja zasobów naturalnych, pokonywanie ogromnych odległości przy transportowaniu produktów, przemysłowe hodowle zwierząt stosujące niehumanitarne metody, jak również produkcja na masową skalę wysoko przetworzonej żywności, ubogiej w wartości odżywcze, to tylko niektóre efekty nadmiernej konsumpcji mające negatywny wpływ na środowisko naturalne i zdrowie konsumentów. Nie należy również zapominać o łamaniu praw człowieka przez zatrudnianie do pracy przekraczającej ludzkie możliwości, nieodpowiednie warunki grożące utratą zdrowia, a nawet życia, niewspółmierne do wkładu pracy pensje, które nie pozwalają na utrzymanie się, opiekę lekarską czy zapewnienie edukacji dla dzieci, jak również zastraszanie pracowników, zatrudnianie nieletnich czy dyskryminację ze względu na płeć. Te i inne skutki nadmiernej konsumpcji w krajach rozwiniętych doprowadziły do niesprawiedliwych podziałów zysków, dóbr i światowych zasobów, utrudniając tym samym rozwój krajów najuboższych.

Wśród dominujących trendów konsumpcyjnych, do których należą m.in. konsumpcjonizm, konsumpcja umasowiona, na kredyt czy postmodernistyczna (nietrwała, szybka, na pokaz), coraz częściej do głosu dochodzą zachowania idące w kierunku świadomej, zrównoważonej i odpowiedzialnej konsumpcji. Dekonsumpcja (konsumpcja ograniczona), ekokonsumpcja, etnocentryzm konsumentki (preferowanie produktów krajowych, lokalnych) stają się alternatywą dla współczesnych konsumentów. Celem artykułu jest przedstawienie koncepcji świadomej i odpowiedzialnej konsumpcji na przykładzie analizy idei Sprawiedliwego Handlu, będącej jedną z form odpowiedzialnych zachowań konsumpcyjnych.

### **W kierunku odpowiedzialnej konsumpcji**

Złożona sytuacja polityczna, ekonomiczna i społeczna doprowadziła do globalnego podziału na bogate kraje Północy i ubogie kraje Południa. Podział ten przyczynił się do powstania licznych problemów związanych z wymianą handlową między tymi krajami. Wśród największych problemów wymienia się:

1. Nieproporcjonalny i niesprawiedliwy podział zysków – według danych Oxfam z 2010 roku 97% zysków z obrotów handlowych trafia do krajów zamożnych, a jedynie pozostałe 3% przypada na kraje ubogie.
2. Dominacja wielkich korporacji – jest to szczególnie dotkliwe m.in. dla rynków kawy, kakao, bananów, na których dominuje zaledwie kilka korporacji. Przykładowo rynek bananów kontrolowany jest przez pięć korporacyjnych gigantów: Chiquita (USA), Dole (USA), Del Monte (Chile), Fyffes (Irlandia)

- oraz Noboa/Bonita (Ekwador), którzy stanowią 88% rynku<sup>2</sup>. Dla większości producentów jedyną możliwością zarobku jest sprzedaż towaru właśnie tym korporacjom po cenach przez nie ustalonych.
3. Duża liczba pośredników – brak infrastruktury komunikacyjnej, biurokratyczne bariery, brak środków transportu powodują mnożenie się podmiotów pośredniczących między producentem a rynkiem detalicznym. Finalna cena, za jaką towar jest sprzedawany, dzielona jest między wszystkich uczestników (producenta, kupca, eksportera, importera, przetwórcę, hurtownika, sprzedawcę detalicznego), z czego najmniejszą część otrzymuje pierwotny producent.
  4. Brak alternatywnej formy zarobku – dla większości mieszkańców najmniej rozwiniętych krajów, gdzie gospodarka opiera się na wytwarzaniu jednego bądź kilku produktów (np. Wybrzeże Kości Słoniowej – uprawa kakao, Kolumbia – kawa, trzcina cukrowa) jedyną możliwością zarobkową jest praca na plantacjach, wiążąca się z trudnymi warunkami, przy braku podstawowych narzędzi pracy (np. rękawic ochronnych, masek chroniących przed szkodliwymi pestycydami), przy nieustannie towarzyszącym strachu o utratę pracy. Duża podaż pracowników powoduje nadużycia ze strony pracodawców. Do najbardziej dotkliwych dla pracowników nadużyć należy zaniżanie wynagrodzeń. Przykładowy udział w zysku pracownika zatrudnionego na plantacji bananów w Ameryce Środkowej wynosi około 1,5% ceny sprzedaży w krajach rozwiniętych, a pracownik plantacji kawy w Etiopii otrzymuje 1,20 zł za kilogram zebranych ziaren, z którego można zaparzyć 80 filiżanek kawy wartych przynajmniej 500 zł w kawiarniach w krajach Północy.
- Odpowiedzialna konsumpcja oznacza świadome dokonywanie decyzji zakupowych w oparciu o informacje dotyczące miejsca i sposobu produkcji danego towaru i wybór takich produktów, których wytworzenie nie wiązało się z łamaniem praw człowieka, degradacją środowiska czy cierpieniem zwierząt. Odpowiedzialna konsumpcja to również czynny udział konsumentów w kształtowaniu postaw i praktyk producentów, dystrybutorów czy sprzedawców detalicznych, przez dialog, listy, petycje, apele czy uczestnictwo w akcjach organizowanych przez niezależne organizacje. Budowanie świadomości odpowiedzialnych zachowań ma na celu pokazanie konsumentom siły ich decyzji, którymi mogą oddzia-

---

<sup>2</sup> *Who's got the power? Tackling imbalances in agricultural supply chains*, Fair Trade Advocacy Office, Plate-Forme Francaise du Commerce Equitable, Traidcraft, Fairtrade Deutschland, Listopad 2014.

ływać na praktyki koncernów w dłuższym okresie i decydować o warunkach wymiany handlowej. Pieniądze konsumentów są jak głosy wyborcze. Podczas codziennych zakupów dokonywane wybory odzwierciedlają preferencje konsumentów i ich sposób postrzegania konsumpcji. Konsumenty mogą „oddać głos” na ochronę środowiska, kupując produkty z upraw ekologicznych, bądź na przestrzeganie praw człowieka, wybierając produkty wytworzone przez firmy społecznie odpowiedzialne. Odpowiedzialnych zakupów można dokonywać na cztery sposoby, przez<sup>3</sup>:

- a) wybór danej kategorii produktów, np. kupowanie energooszczędnych żarówek, ekologicznych środków czystości, mięsa z lokalnych hodowli;
- b) unikanie danej kategorii produktów, np. unikanie zakupu jaj z chowu klatkowego, produktów importowanych w przypadku kiedy dostępne są lokalne odpowiedniki, samochodów spalających dużą ilość paliwa;
- c) koncentrację na poszczególne firmy – ocenę działalności konkretnych firm oraz wybór firm etycznych, społecznie odpowiedzialnych i uwzględniających aspekt środowiskowy, a unikanie tych, które naruszają społeczne czy środowiskowe standardy;
- d) podejście całościowe – ocenę zarówno firm, jak i wytwarzanych przez nie produktów, mając na względzie przestrzeganie przez nie praw człowieka czy standardów środowiskowych.

Wybierając produkty w sposób odpowiedzialny, konsumenci mogą przyczynić się do poprawy standardów w fabrykach i zakładach pracy, co bezpośrednio przełoży się na poprawę sytuacji ich pracowników.

### **Idea Sprawiedliwego Handlu. Alternatywa dla tradycyjnego handlu**

W odpowiedzialnych zakupach pomocne dla konsumentów stają się niezależne organizacje określające zasady i standardy działań w poszczególnych dziedzinach i przyznające producentom czy produktom odpowiednie certyfikaty potwierdzające ich przestrzeganie. Należą do nich m.in. krajowe i zagraniczne organizacje Sprawiedliwego Handlu.

Zgodnie z oficjalną definicją, Sprawiedliwy Handel (Fair Trade) to: „partnerstwo handlowe, oparte na dialogu, przejrzystości i szacunku, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym. Przyczynia się on do zrównoważonego rozwoju przez oferowanie lepszych warunków handlowych oraz ochronę

---

<sup>3</sup> M. Huma, *Odpowiedzialna konsumpcja*, [http://ekonsument.pl/a105\\_odpowiedzialna\\_konsumpcja.html](http://ekonsument.pl/a105_odpowiedzialna_konsumpcja.html) (09.03.2015).

praw dla zmarginalizowanych producentów i pracowników najemnych, szczególnie w krajach Południa. Organizacje Sprawiedliwego Handlu (wspierane przez konsumentów) są aktywnie zaangażowane we wspieranie producentów, podnoszenie świadomości i kampanie na rzecz zmian zasad i praktyk konwencjonalnego handlu międzynarodowego<sup>4</sup>.

Na rysunku 1 przedstawiono certyfikat organizacji Fairtrade International, będący międzynarodowym znakiem umieszczanym na produktach wytwarzanych zgodnie z zasadami Sprawiedliwego Handlu. Certyfikat ten jest najczęściej stosowanym i jednocześnie najbardziej rozpoznawalnym znakiem ruchu Fair Trade wśród konsumentów w krajach rozwiniętych.



Rys. 1. Międzynarodowy certyfikat Fairtrade International przyznawany produktom wytwarzanym w oparciu o zasady Sprawiedliwego Handlu

Źródło: Fairtrade International, [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net).

Z założeń idei wynika, że Sprawiedliwy Handel jest<sup>5</sup>:

- modelem gospodarczym bazującym na współpracy i współczestnictwie, zapewniającym sprawiedliwy i zrównoważony łańcuch dostaw (począwszy od wytworzenia produktu aż do działań marketingowych),
- ruchem działającym na rzecz odpowiedzialnej gospodarki solidarnościowej, promującej aktywne zaangażowanie konsumentów oraz oddolne systemy gospodarcze,
- transparentnym podejściem do łańcucha dostaw, proponującym etyczne podejście na każdym jego etapie, co uwidacznia się m.in. w praktykach organizacji Sprawiedliwego Handlu, które upubliczniają strukturę swoich cen.

<sup>4</sup> Oficjalna definicja Fairtrade International, [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net), polskie tłumaczenie: *Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My”*, [www.sprawiedliwyhandel.pl](http://www.sprawiedliwyhandel.pl), (12.03.2015).

<sup>5</sup> *Etyczne finansowanie a Sprawiedliwy Handel. Przewodnik tematyczny*, Promoting Responsible Investment and Commerce in Europe (PRICE), 2014.

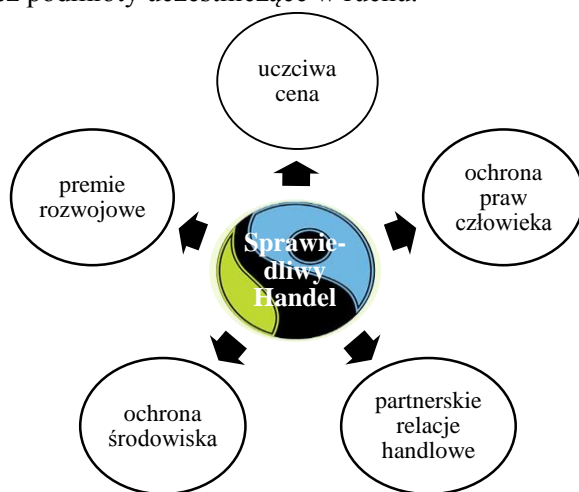
Do podstawowych zasad Sprawiedliwego Handlu należy gwarancja zapłaty odpowiednio wysokiej ceny za produkt, która nie tylko pokryje koszty jego wytworzenia, ale również zapewni pracownikowi możliwość utrzymania się i życia w godnych warunkach<sup>6</sup>. Godziwe wynagrodzenie za pracę jest podstawą wsparcia dla producentów i głównym celem, jaki przyświeca idei Fair Trade, gdyż, zgodnie z danymi ONZ, 1/5 światowej populacji żyje za mniej niż 1,25 dolara dziennie, a 1/4 mieszkańców słabo rozwiniętych krajów żyje w skrajnej nędzy. Ochrona praw człowieka, będąca kolejną zasadą ruchu Fair Trade, uwzględnia w szczególności prawa kobiet oraz dzieci. System zakazuje pracy niewolniczej i przymusowej. Gwarantuje równość statusową kobiet i mężczyzn w miejscu pracy, jednocześnie nie dopuszczając do nadużyć związanych z zatrudnianiem dzieci do pracy. Zabrania się zatrudniać do pracy dzieci, które nie ukończyły 15. roku życia, natomiast starsze są zatrudniane na ściśle określonych warunkach. Wykonywana przez nie praca nie może przede wszystkim zagrażać ich zdrowiu, co więcej, dzieci zatrudnione do pracy muszą mieć zapewniony czas wolny, który pozwoli na wypoczynek oraz naukę. Uczestnicy systemu Fair Trade muszą również przestrzegać zasad związanych z ochroną środowiska naturalnego. Produkcja musi odbywać się w sposób naturalny, bez wykorzystania chemicznych środków ochrony roślin, w oparciu o zrównoważone i tradycyjne metody produkcji. Wyklucza się również nadmierne zanieczyszczanie środowiska, eksploatację surowców naturalnych oraz wycinkę drzew. Większość produktów posiadających certyfikat Sprawiedliwego Handlu ma również certyfikat rolnictwa ekologicznego.

Kolejną zasadą praktykowaną przez ruch Sprawiedliwego Handlu jest przyznawanie premii na rozwój na rzecz społeczności lokalnej. Premia ta ma na celu poprawę warunków życia oraz rozwój poszczególnych regionów. Pieniądze przekazywane są m.in. na rozbudowę szpitali, szkół, budowę boisk czy placów zabaw. Decyzje dotyczące inwestycji zapadają w demokratycznym głosowaniu wśród jednostek reprezentacyjnych dany region. Ostatnią, jednak nie mniej istotną, zasadą Fair Trade jest nawiązywanie długoterminowych umów handlowych między producentami a kupcami. Dla producentów oznacza to stabilną sytuację finansową, umożliwiającą planowanie i rozwój swojej działalności. Dla kupców natomiast oznacza to pewne źródło i stałość w dostawach. Warto wspomnieć o bezpośrednich relacjach handlowych producentów z kupcami. Niesie to

---

<sup>6</sup> D. Ransom, *Comerç just: doble comerç*, Intermón Oxfam, Barcelona 2002, s. 20–22.

ze sobą korzyści dla producenta związane z drobnymi zaliczkami bądź płatnościami z góry na poczet przyszłych produkcji, gwarancją ceny minimalnej, czy poradami dotyczącymi sytuacji na rynku zbytu. Dla kupców mniejsza liczba pośredników oznacza zaś niższą cenę produktu na sklepowych półkach oraz gwarancję stałej, najwyższej jakości u sprawdzonego producenta<sup>7</sup>. Na rysunku 2 zaprezentowano zasady idei Sprawiedliwego Handlu, które muszą być przestrzegane przez podmioty uczestniczące w ruchu.



Rys. 2. Zasady idei Sprawiedliwego Handlu

Źródło: opracowane na podstawie Fairtrade International.

Zgodnie z najnowszym raportem Fairtrade International do ruchu Sprawiedliwego Handlu w 2013 roku należało ponad 1,4 mln plantatorów oraz pracowników zrzeszonych w organizacje producentów w 74 krajach na całym świecie<sup>8</sup>. Wśród dostępnych produktów certyfikowanych znakiem Fairtrade International znajdują się: kawa, kakao, herbata, orzechy, nasiona, świeże owoce (w tym: banany, cytrusy, ananasy, awokado, mango, jabłka, gruszki, śliwki, winogrona), miód, warzywa, owoce suszone, ryż, *quinoa* (komosa ryżowa), cukier trzcinowy, soki, napoje, lody, zioła i przyprawy oraz produkty niespożywcze, takie jak: piłki sportowe, bawełna i produkty z niej wytwarzane (odzież, tekstylia), cięte kwiaty, rośliny ozdobne, rękodzieła, kosmetyki, produkty z kauczuku, drewno oraz złoto.

<sup>7</sup> J. Kwiecień, *Dwie strony Fair Trade*, w: *Fair Trade w globalizującej się gospodarce*, red. K. Zukrowska, Oficyna Wyd. SGH, Warszawa 2010, s.163–166.

<sup>8</sup> *Strong producers, strong future*, Fairtrade International Annual Report 2013–14, Bonn 2014.

Konsumenci, którzy wybierają produkty oznaczone certyfikatem Sprawiedliwego Handlu, dokonują świadomego wyboru, który ma na celu poprawę warunków życia i gospodarowania zmarginalizowanych społeczności. Ceny certyfikowanych produktów są wyższe w porównaniu do średnich cen kształtujących się na rynku globalnym, co wynika z założeń idei Sprawiedliwego Handlu. W zamian za to konsument otrzymuje gwarancję godnego wynagrodzenia za pracę dla producenta czy pracownika zatrudnionego przy produkcji, która odbyła się w odpowiednich warunkach. Zgodnie z Raportem Eurobarometru, opublikowanego przez Komisję Europejską w styczniu 2015 roku, co drugi obywatel Europy jest skłonny zapłacić wyższą cenę za produkt wytworzony zgodnie z zasadami Sprawiedliwego Handlu. W Polsce co trzeci konsument gotowy jest płacić więcej. Odsetek Polaków akceptujących wyższe ceny jest większy wśród młodych konsumentów (15–24 lata) i wynosi 39%<sup>9</sup>. Dane przedstawione w raporcie pokazują wzrost skłonności do płacenia wyższej ceny za „etyczne” produkty w porównaniu do lat poprzednich. Wzrost ten związany jest w głównej mierze z coraz bardziej powszechną działalnością edukacyjną w zakresie świadomych zakupów i odpowiedzialnej konsumpcji.

### **Podsumowanie**

Idea Sprawiedliwego Handlu nie jest formą pomocy charytatywnej czy humanitarnej, lecz alternatywnym modelem handlu dążącym do trwałych i bezpośrednich relacji handlowych między lokalnymi wytwórcami z ubogich państw globalnego Południa a konsumentami z bogatych, uprzemysłowionych państw Północy. Działania ruchu Fair Trade prowadzone są na dwóch płaszczyznach. Pierwszą z nich jest działalność handlowa w krajach globalnego Południa spełniająca standardy idei. Druga polega na budowaniu świadomości konsumpcyjnej wśród obywateli krajów Północy przez działania promocyjne i edukacyjne prowadzące do bliższego zapoznania się z koncepcją ruchu Fair Trade. Świadomość decydowania o warunkach wymiany handlowej powoduje wśród konsumentów chęć wspierania działalności prowadzących do bardziej partnerskiej wymiany handlowej, co wpływa na wzrost znajomości takich koncepcji jak idea Sprawiedliwego Handlu, a tym samym ich dalszy rozwój.

---

<sup>9</sup> *Najważniejsze dane z kraju*, Eurobarometr, 2014, [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_421\\_fact\\_pl\\_pl.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_421_fact_pl_pl.pdf) (17.03.2015).



## Bibliografia

- Etyczne finansowanie a Sprawiedliwy Handel. Przewodnik tematyczny*, Promotiong Responsible Investment and Commerce in Europe (PRICE), 2014.
- Najważniejsze dane z kraju*, Eurobarometr, 2014, [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_421\\_fact\\_pl\\_pl.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_421_fact_pl_pl.pdf), (17.03.2015).
- Fairtrade International, [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net).
- Huma M., *Odpowiedzialna konsumpcja*, [http://ekonsument.pl/a105\\_odpowiedzialna\\_konsumpcja.html](http://ekonsument.pl/a105_odpowiedzialna_konsumpcja.html).
- Kwiecień J., *Dwie strony Fair Trade*, w: *Fair Trade w globalizującej się gospodarce*, red. K. Zukrowska, Oficyna Wyd. SGH, Warszawa 2010.
- Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My”*, [www.sprawiedliwyhandel.pl](http://www.sprawiedliwyhandel.pl).
- Ransom D., *Comerç just: doble comerç*, Intermón Oxfam, Barcelona 2002.
- Strong producers, strong future*, Fairtrade International Annual Report 2013–14, Bonn 2014.
- Who's got the power? Tackling Imbalances in Agricultural Supply Chains*, Fair Trade Advocacy Office, Plate-Forme Francaise du Commerce Equitable, Traidcraft, Fairtrade Deutschland, Listopad 2014.

## THE FAIR TRADE IDEA. TOWARDS RESPONSIBLE CONSUMPTION

### Summary

By consciously choosing to buy products, which fulfill the Fair Trade principles, consumers indirectly influence an improvement of the working and living conditions of people involved in the making of such products and contribute to the development of a more honest trade. The paper provides an analysis of the Fair Trade idea, which is one of the forms of responsible consumer behavior. The paper contains a review of literature on the subject and includes references to recent research results concerning responsible consumption and the idea of Fair Trade.

**Keywords:** responsible consumption, retail, Fair Trade, fairness, justice

*Translated by Katarzyna Wasilik*

