Krzysztof Zajączkowski
Uniwersytet Wrocławski, NKE

Znaczenie idei sprawiedliwego handlu dla krajów rozwijających się

Wstęp

Obserwacja rozwoju wielu gospodarek narodowych pozwala pozytywnie ocenić wpływ handlu międzynarodowego na wzrost gospodarczy. Pogłębiający się we współczesnym świecie proces globalizacji i integracji gospodarki światowej unaocznia, iż ekspansywna działalność w sferze międzynarodowej wymiany handlowej przyczynia się do wzmożonego rozwoju gospodarczego. Z kolei kraje izolowane lub przyjmujące postawę pasywną w handlu międzynarodowym wykazują spowolnienie we wzroście gospodarczym. Podstawowy model gospodarczy zakłada, iż handel przyczynia się do dobrobytu, gdyż dzięki temu każdy kraj może specjalizować się w dobrach, które potrafi wytworzyć stosunkowo efektywnie. Ta zasada komparatywnych korzyści ustalona przez Davida Ricardo, będąca podstawą teorii handlu, stanowi argument na rzecz słuszności koncepcji wolnego handlu. Współcześnie proces liberalizacji międzynarodowego handlu dobrami i usługami nadzoruje Światowa Organizacja Handlu (WTO), powołana w trakcie Rundy Urugwajskiej przez państwa – układające się strony Układu Ogólnego w sprawie Taryf Celnych i Handlu. Funkcjonowanie WTO zakłada w procesie liberalizacji handlu międzynarodowego preferencyjne traktowanie krajów rozwijających się, aby skutecznie umożliwić podjęcie przez nie konkurencji na rynkach międzynarodowych, a przez to pełniejsze włączenie się w wymianę międzynarodową. Przeszło dziesięcioletnia działalność WTO nie pozwala pozytywnie ocenić rezultatów dotychczasowych starań zmierzających do włączenia krajów najsłabiej rozwiniętych w międzynarodowy podział pracy, który przyczyniłby się do pozyskania środków niezbędnych do trwałego i zrównoważonego rozwoju. Nieskuteczność wysiłków WTO sprawia, że poszukiwane są alternatywne rozwiązania, mające pomóc krajom zacofanym wejść na drogę rozwoju. Inicjatywą pozarządową, która w sposób całościowy koncentruje się na osiągnięciu tego celu, jest idea sprawiedliwego handlu (*Fair Trade*), jako dążenie do nadania relacjom handlowym między krajami bogatej Północy i biednego Południa cech dialogu, przej-

Studenckie Prace Prawnicze, Administratywistyczne i Ekonomiczne 6, 2009
© for this edition by CNS

rzystości i wzajemnego poszanowania[1]. Celem niniejszej pracy jest przybliżenie koncepcji sprawiedliwego handlu oraz wykazanie tezy, że *Fair Trade* jest szansą na szybszy rozwój dla krajów rozwijających się.

Ewolucja ruchu sprawiedliwego handlu

Początki idei sprawiedliwego handlu zrodziły się w latach 40. XX w. w Stanach Zjednoczonych, gdy organizacje Ten Thousand Villages oraz SERRV nawiązały kontakty handlowe z biednymi spółdzielniami z krajów Południa. W Europie ideę *Fair Trade* rozpowszechniła brytyjska organizacja pozarządowa Oxfam, rozpoczynając w latach 50. XX w. sprzedaż wyrobów rękodzielniczych chińskich uchodźców. W 1964 r. Oxfam założył pierwszą organizację alternatywnego handlu (*Alternative Trade Organization* – ATO). Równocześnie nowa inicjatywa zaczęła rozwijać się w Holandii, gdzie powstała kolejna organizacja *S.O.S. Wereldhandel*, oraz Danii, gdzie zaczęto sprzedawać cukier trzcinowy pod hasłem: „Kupując cukier trzcinowy, pomagasz biednym krajom w dążeniu do dobrobytu". Ważnym momentem w rozwoju ruchu sprawiedliwego handlu było powstanie w 1969 r. pierwszego Sklepu Trzeciego Świata (*Third World Shop*). Z czasem powstawały kolejne *Fair Trade Shops*, stanowiąc nie tylko punkt dystrybucyjny towarów sprawiedliwego handlu, lecz także miejsce prowadzenia kampanii oraz podnoszenia świadomości społeczeństwa w zakresie idei *Fair Trade*[2].

Równolegle do ruchu społecznego kraje rozwijające się, korzystając z międzynarodowych spotkań politycznych, chciały zwrócić uwagę na niesprawiedliwe stosunki handlowe łączące ich z krajami Północy. Tak było np. w 1968 r. podczas Konferencji Narodów Zjednoczonych do spraw Handlu i Rozwoju (UNCTAD) w Delhi. Państwa rozwijające się promowały tam hasło „Handel, nie Pomoc" (*Trade not Aid*), by wskazać na problem niewspółmiernego udziału w korzyściach płynących z handlu międzynarodowego, w którym największe profity osiągają kraje rozwinięte, niewielką tylko ich część przekazując krajom rozwijającym się w postaci tzw. pomocy rozwojowej[3].

W ciągu lat ewolucji uległ asortyment produktów w ramach ruchu *Fair Trade*, znacząco rozszerzając początkową ofertę obejmującą jedynie wyroby rękodzielnicze. Już w 1973 r. holenderska FTO importowała i dystrybuowała zgodnie z zasadami *Fair Trade* kawę z plantacji w Gwatemali. W ciągu lat kawa stała się czymś więcej niż tylko towarem. Obecnie stanowi nową koncepcję i zara-

[1] *What is Fair Trade?*, http://www.ifat.org/index.php?option=com_content&task=view&id=1&Itemid=13.

[2] W. Niemiec, *Wolny handel czy handel sprawiedliwy?*, [w:] *Regionalizacja a globalizacja we współczesnym świecie*, red. J. Rymarczyk, B. Drelich-Skulska, W. Michalczyk, t. II, Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wrocław 2007, s. 70.

[3] M. Kocken, *Fifty years of Fair Trade. A brief history of the Fair Trade movement*, s. 2, http://www.fair-trade-hub.com/support-files/brief_history_of_fair_trade.pdf.

© for this edition by CNS

zem symbol ruchu sprawiedliwego handlu. Do asortymentu *Fair Trade* włączono również kakao, herbatę, cukier, czekoladę, przyprawy, ryż, banany i wiele innych produktów. Zmieniły się także kanały dystrybucji „sprawiedliwych towarów". Obecnie produkty te oferowane są w tysiącach Sklepów Sprawiedliwego Handlu, marketach, sklepach ze zdrową żywnością, a także w coraz częściej powstających sklepach internetowych. Powszechnie powstają organizacje importowe, skupujące produkty bezpośrednio od zrzeszeń producentów z Południa, które następnie sprzedają przez różne kanały zbytu[4].

W 1989 r. powstała *International Federation for Alternative Trade* (IFAT), która zrzesza grupy producentów, organizacje alternatywnego handlu i innych uczestników *Fair Trade* z Europy, Azji, Ameryki Północnej i Południowej, Afryki, Japonii i Australii. Obecnie IFAT skupia ponad 300 organizacji z 60 krajów. W 1990 r. powstała EFTA (*European Fair Trade Association*) skupiająca 12 organizacji importowych *Fair Trade* w 9 krajach Europy, które są głównym europejskim importerem „sprawiedliwych towarów". W 1994 r. utworzono sieć europejskich Sklepów Świata – NEWS! (*Network of European World Shops*), która reprezentuje 2700 sklepów zrzeszonych w 15 organizacjach krajowych, w 13 państwach Europy. Z kolei 20 instytucji certyfikujących zrzeszonych jest w ramach utworzonej w 1997 r. organizacji FLO (*International Fair Trade Labelling Organisation*), która ujednoliciła kryteria przyznawania znaków *Fair Trade* w 14 krajach Europy, a także w Stanach Zjednoczonych, Kanadzie, Meksyku, Japonii oraz Australii i Nowej Zelandii[5].

Wszystkie cztery organizacje współpracują ze sobą w ramach utworzonego w 1998 r. nieformalnego zrzeszenia FINE (akronim od pierwszych liter tych organizacji). Przez regularne spotkania FINE koordynuje prace poszczególnych organizacji oraz propaguje, monitoruje i umacnia ideę sprawiedliwego handlu na arenie międzynarodowej. W 2004 r. za pośrednictwem FINE utworzono w Brukseli Biuro Obrony Sprawiedliwego Handlu (*Fair Trade Advocacy Office*), którego zadaniem jest koordynacja działań promocyjnych ruchu sprawiedliwego handlu oraz zapewnienie wsparcia dla tej idei[6].

W Polsce w ruch *Fair Trade* zaangażowane są obecnie dwie organizacje: Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu „Trzeci Świat i My" z Gdańska oraz Sprawiedliwy Handel z Wrocławia, które koncentrują się na działalności informacyjno-edukacyjnej, przygotowywaniu materiałów promocyjnych oraz sprzedaży „sprawiedliwych towarów" za pośrednictwem Internetu[7].

---

[4] W. Niemiec, *op. cit.*, s. 71–72.

[5] *Ponad 50 lat Sprawiedliwego Handlu*, http://www.sprawiedliwyhandel.pl/artykuly/2003/50lat.html.

[6] J.-M. Krier, *Fair Trade 2007: new facts and figures from an ongoing success story*, s. 34–35, http://www.fairtrade-advocacy.org/documents/FairTrade2007_newfactsandfigures.pdf.

[7] *Ibidem*, s. 92.

© for this edition by CNS

Zasady działania ruchu *Fair Trade*

Definicja sprawiedliwego handlu według organizacji FINE w jej ostatecznym kształcie została sformułowana w 2001 r. Nowa definicja podkreśla, iż koncepcja *Fair Trade* to nie tylko sam handel, lecz także rozwój zarówno producentów, jak i konsumentów. Określa się w niej, że *Fair Trade* to partnerstwo w handlu opierające się na dialogu, przejrzystości i szacunku, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym. Sprawiedliwy handel przyczynia się do zrównoważonego rozwoju przez oferowanie lepszych warunków handlowych dla marginalizowanych producentów i pracowników, szczególnie na Południu. Organizacje Sprawiedliwego Handlu (FTO), wspomagane przez konsumentów, aktywnie angażują się we wspieranie producentów, podnoszenie świadomości oraz kampanie na rzecz zmian zasad i praktyki konwencjonalnego handlu międzynarodowego[8].

Działalność Organizacji Sprawiedliwego Handlu nakierowana jest na realizację 10 celów – standardów sprawiedliwego handlu, które obejmują trzy najważniejsze obszary aktywności. Pierwszy to działania bezpośrednio na rzecz producentów i pracowników z Południa. *Fair Trade* ma być strategią zmniejszania ubóstwa i zrównoważonego rozwoju dla marginalizowanych producentów przez tworzenie środków i możliwości w celu poprawy ich warunków życia i pracy. Działalność FTO ma przyczyniać się do rozwoju obustronnie korzystnych relacji między sprzedawcami i nabywcami. Cena towarów oferowanych w ramach *Fair Trade* ma zapewniać producentom sprawiedliwy dochód za ich pracę oraz akceptowalny zwrot kosztów dla organizacji marketingowej. Drugi obszar działalności dotyczy sfery związanej z warunkami pracy, równością płci oraz wykorzystywaniem dzieci jako siły roboczej. W tym względzie FTO dążą do wzrostu świadomości na temat sytuacji kobiet i mężczyzn jako producentów i handlowców, ochrony dzieci przed eksploatacją w procesie produkcyjnym oraz osiągnięcia równych szans dla kobiet. Ostatni obszar działalności FTO koncentruje się na ochronie środowiska naturalnego przez promocję pozytywnych ekologicznych zachowań oraz zachęcanie do stosowania odpowiedzialnych metod produkcji[9].

W praktyce działalność FTO polega na sprowadzaniu produktów ze spółdzielni zrzeszających drobnych rolników. Wspólnoty te zwiększają siłę przetargową swoich członków na rynku lokalnym i regionalnym, a ich współpraca z ruchem sprawiedliwego handlu pozwala uzyskiwać wyższe dochody niż poprzez tradycyjne kanały handlowe. Co ważniejsze, taka współpraca gwarantuje większą stabilność, gdyż Organizacje Sprawiedliwego Handlu zapewniają utrzymywanie

[8] *Fair Trade definition and principles*, http://www.fairtrade-advocacy.org/documents/fairtradedefinitionnewlayout2.pdf.

[9] *The 10 Standards of Fair Trade*, http://www.ifat.org/index.php?option=com_content&task=view&id=2&Itemid=14.

© for this edition by CNS

trwałych relacji ze swoimi producentami, często zobowiązując się do płatności z góry za określony towar[10].

Specjalne traktowanie producentów zrzeszonych w spółdzielniach przez Organizacje Sprawiedliwego Handlu powoduje, że ceny oferowanych produktów *Fair Trade* są zazwyczaj wyższe od oferowanych przez tradycyjne kanały dystrybucji. FTO oraz sami konsumenci podają kilka argumentów przemawiających za wyższą ceną „sprawiedliwych towarów":

– towary *Fair Trade* mają wyższą jakość dzięki stosowaniu tradycyjnych technik uprawy, z pominięciem stosowania nawozów sztucznych czy składników modyfikowanych genetycznie – taka technologia ogranicza produkcję, a przez to wzrasta koszt jednostkowy;

– FTO gwarantują premie producentom za wdrażanie projektów rozwojowych w swych regionach, co w oczywisty sposób podnosi ceny;

– świadomość i satysfakcja, że producenci z krajów Południa otrzymają godziwą zapłatę za ich wysiłek przy produkcji towarów[11].

Efekty działalności Organizacji Sprawiedliwego Handlu

Obecnie, po przeszło pięćdziesięcioletniej działalności, sprawiedliwy handel przestał być już tylko niszą rynkową. Sprzedaż towarów *Fair Trade* systematycznie rośnie, zarazem powiększa się udział tych produktów w rynku. Od 2000 r. wartość sprzedaży detalicznej produktów *Fair Trade* na świecie wzrosła przeszło dziesięciokrotnie (tab. 1).

Największym rynkiem zbytu dla „sprawiedliwych towarów" jest obecnie Europa z udziałem 60–70% globalnej sprzedaży. Towary *Fair Trade* są dostępne w ponad 80 tys. punktach sprzedaży na terenie całej Unii Europejskiej. Jest to znaczący już kanał dystrybucji wybierany przez konsumentów, autorytety publiczne oraz prywatne przedsiębiorstwa, którym nie są obojętne kwestie zmniejszenia ubóstwa oraz zapewnienie krajom najuboższym wejścia na ścieżkę trwałego i zrównoważonego wzrostu. W propagowanie idei sprawiedliwego handlu włączają się również instytucje publiczne, szczególnie instytucje Unii Europejskie, tj. Komisja i Parlament, które w czasie swych obrad serwują kawę i herbatę spod znaku *Fair Trade*[12].

Unia Europejska popierała również i współfinansowała program organizacji NEWS!, mający na celu wcielenie idei sprawiedliwego handlu w codzienne życie w państwach Europy Środkowo-Wschodniej. Program pod nazwą *NEWS! goes*

[10] *Kryteria Sprawiedliwego Handlu*, http://www.sprawiedliwyhandel.pl/artykuly/2003/kryteria_ogolne.html.

[11] K. Czernichowski, *Koncepcja handlu sprawiedliwego*, [w:] *Współczesne tendencje w handlu międzynarodowym*, red. J. Rymarczyk, M. Niemiec, Wyd. Arboretum, Wrocław 2007, s. 360–361.

[12] W. Niemiec, *op. cit.*, s. 75.

© for this edition by CNS

Tabela 1. Wartość sprzedaży detalicznej produktów *Fair Trade* na świecie

Rok	Wartość sprzedaż (euro)
2007	2 381 000 000
2006	1 623 000 000
2005	1 141 570 191
2004	831 523 066
2003	554 766 710
2002	300 000 000
2001	248 000 000
2000	220 000 000

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Annual Reports 2000–2007*, Fairtrade Labelling Organizations International, http://www.fairtrade.net/annualreports.html.

East („NEWS idzie na wschód") był realizowany w latach 2004–2005 w Czechach, Estonii, Litwie, Łotwie, Polsce, Słowacji i na Węgrzech[13].

Spośród państw Europy prym w sprzedaży produktów sprawiedliwego handlu wiedzie Szwajcaria, gdzie w 2006 r. banany z etykietą *Fair Trade* stanowiły już 55% wszystkich dostępnych na rynku, ananasy – 17%, miód – 16%, cukier – 15%, owoce – 7%, herbata – 6%, a kawa – 4%[14].

Jak wynika z tab. 2 i 3, procentowy podział przychodów ze sprzedaży bananów w handlu tradycyjnym różni się od uzyskanego z wykorzystaniem kanału dystrybucji w ramach sprawiedliwego handlu. W pierwszym wypadku największe zyski z narzuconej marży uzyskują supermarkety (40%), a także eksporterzy i importerzy (odpowiednio 26% i 22%). Minimalny ułamek całości zysków pozostaje dla robotników rolnych, którzy za swą pracę uzyskują zaledwie 1,5% przychodów.

Inna jest sytuacja producentów z krajów Południa, korzystających z handlu w ramach *Fair Trade*. Uzyskują oni największy procentowy udział w osiąganych przychodach (37%). Na działalność struktury sprawiedliwego handlu przypada łącznie 47% całości przychodów, jednak pokrywane są z tego ogólne koszty działalności, obejmujące koszty dystrybucji, administracji, zarządu oraz przeprowadzanych kampanii informacyjnych.

Tabela 2. Podział przychodów ze sprzedaży bananów w handlu tradycyjnym

Supermarkety	40%
Eksporterzy, armatorzy	26%
Importerzy, dojrzewalnie	22%
Właściciele plantacji	10,5%
Robotnicy rolni	1,5%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie K. Czernichowski, *op. cit.*, s. 367.

Tabela 3. Podział przychodów ze sprzedaży towarów *Fair Trade* na przykładzie firmy El Puente

Producenci	37%
Światowe Sklepy	27%
Organizacja El Puente	20%
Podatki	10%
Transport	6%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Preiskalkulation*, http://www.el-puente.de/index.php?page=3/6&key=1665182100.

[13] *NEWS Goes East!, 2004–2005*, http://www.worldshops.org/modules.php?op=content&id=1083.

[14] J.-M. Krier, *op. cit.*, s. 100–102.

© for this edition by CNS

Znamiennym osiągnięciem ruchu sprawiedliwego handlu była pomoc udzielona plantatorom kawy w czasie wielkiego kryzysu w październiku 2001 r. Wtedy cena rynkowa kawy arabiki spadła na giełdzie w Nowym Jorku do 45 centów za funt, podczas gdy sam koszt produkcji kawy wynosił w Ameryce Środkowej 80 centów za funt. Wówczas organizacje *Fair Trade* płaciły niezmiennie za kawę arabikę 1,19–1,21 USD za funt, a nawet drożej w sytuacjach nadzwyczajnych, jak na przykład w latach 1994 i 1997, gdy na skutek przymrozków i suszy w Brazylii światowa cena arabiki sięgnęła 2 USD za funt kawy[15].

Współcześnie niekwestionowany wzrost zainteresowania produktami spod znaku *Fair Trade* tłumaczą zmiany, jakie zaszły w obrębie świadomości dzisiejszych konsumentów. Profil nowoczesnego konsumenta odbiega w znaczący sposób od dotychczasowego obrazu nabywcy. Pragmatyczny konsument nastawiony na osiągnięcie jak najniższej ceny ustąpił miejsca konsumentowi etycznemu, który podejmując decyzje o zakupie, jest zainteresowany tym, co się dzieje z jego pieniędzmi i w jaki sposób nabywany produkt został wytworzony. Dokonujące się obecnie przeobrażenia w mentalności konsumentów uwidaczniają się w przyjmowaniu nowych układów wartości konsumpcyjnych. Konsumenci z krajów wysoko rozwiniętych nie cierpią niedostatku pieniędzy, a podstawową dla nich kategorią doboru produktów stała się jakość oferowanych produktów. Modne stało się dbanie zarówno o własne zdrowie, dobry wygląd i formę fizyczną, jak i o stan środowiska naturalnego, przez co powróciło dążenie do życia bliższego naturze. Równie istotne stały się na nowo kwestie moralne, stąd współczesny konsument przywiązuje duże znaczenie do zasad etycznych oraz szukania autentyczności we wszystkim, co go otacza. Wśród konsumentów nowej ery obserwuje się również wzrost postaw krytycznych, wątpliwości i niepokojów dotyczących zdolności rozwiązywania istotnych problemów społecznych przez państwo oraz organizacje międzynarodowe. Powszechna jest obawa przed zagrożeniami jutra, takimi jak terroryzm, kryzysy gospodarcze czy pogłębianie się nierównomiernego rozwoju krajów[16]. Wszystkie te elementy budujące obraz nowoczesnego konsumenta rzutować będą na dalszy wzrost zainteresowania towarami sprawiedliwego handlu w najbliższej przyszłości.

Mimo pozytywnej perspektywy, jaka rysuje się przed ruchem sprawiedliwego handlu na następne lata, dzisiejsze realia wskazują, że koncepcja *Fair Trade* nadal będzie pozostawać jedynie jako forma alternatywnego obrotu towarami obok konwencjonalnego kanału handlu międzynarodowego. Według danych z 2007 r.

[15] *An Inspiration for Change*, Annual Report 2007, Fairtrade Labelling Organizations International, s. 18, http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/FLO_AR2008.pdf.

[16] Opracowanie własne i tłumaczenie na podstawie National Statistical Office/OECD/Euromonitor International z raportu „Forty Key Trends for the Next Decade: 20 Key Global Trends and 20 Key Consumer Trends 2005–2015" (opublikowany 29.11.2005) z bazy Global Market Information Database.

© for this edition by CNS

konsumenci wydali na certyfikowane towary sprawiedliwego handlu 2,3 mld euro, co na tle wyniku z roku poprzedniego (1,6 mld euro) stanowiło wzrost o 47%[17]. Dla porównania wzrost sprzedaży produktów *Fair Trade* między 2005 a 2006 rokiem wyniósł 42%[18]. Jednak w odniesieniu do całkowitej wymiany towarowej na świecie rynek *Fair Trade* stanowi zaledwie 0,1 promila wielkości handlu międzynarodowego, a w obrębie rynku kawy sprawiedliwy handel przynosi korzyści jedynie ok. 670 tys. drobnych plantatorów, spośród 25 mln farmerów na całym świecie[19].

Ten wprawdzie niewielki, ale dynamicznie rosnący udział *Fair Trade* w handlu międzynarodowym największe korzyści przynosi jego uczestnikom i społecznościom w krajach ubogich. Wielu rodzinom umożliwia utrzymanie się przez zarobkowanie dzięki własnym umiejętnościom, dając w ten sposób szansę na samodzielną poprawę warunków życia. Sprawiedliwy handel zapewnia bezpieczne i godne warunki pracy, za którą wypłacane jest adekwatne wynagrodzenie. Pośrednio *Fair Trade* oddziałuje na poprawę ochrony zdrowia, wykształcenie, warunki mieszkaniowe i możliwość dostępu do czystej wody całej społeczności lokalnej.

Dla konsumentów idea sprawiedliwego handlu daje gwarancję zakupu wyrobów, które nie są szkodliwe dla zdrowia. Nabywcy mają pewność, że produkcja nie opiera się na wyzysku wytwórców, bez poszanowania ich zdrowia i życia. Dodatkowo produkcja zgodna z tradycyjnymi technologiami nie niszczy przyrody i oszczędza zasoby naturalne. Idea *Fair Trade* podnosi również świadomość problemów zacofanych części świata, a mieszkańcom krajów rozwiniętych daje możliwość, by przez świadomą, etyczną konsumpcję przyczyniać się do rozwoju ubogich krajów Południa.

Zakończenie

Z przedstawionej analizy wynika, że działania w ramach ruchu sprawiedliwego handlu przyczyniają się w sposób widoczny i trwały do zmian zarówno w obrębie sytuacji bytowej wielu producentów z Południa, jak i w świadomości społeczeństw wysoko rozwiniętych z Północy. Jednak pozytywny wpływ działań w zakresie sprawiedliwego handlu na część plantatorów z krajów rozwijających się nie przezwycięży problemów, z jakimi od dziesiątków lat zmagają się najuboższe kraje świata. Joseph E. Stiglitz, laureat Nagrody Nobla w dziedzinie ekonomii w 2001 r., podkreśla znaczenie nie tyle samej inicjatywy sprawiedliwego handlu, ile zastosowania idei sprawiedliwości w handlu. Według niego otwarcie rynków dla krajów rozwijających się leży w interesie wszystkich gospodarek narodo-

[17] *An Inspiration for Change*, s. 12.

[18] *Shaping Global Partnerships*, Fairtrade Labelling Organizations International, s. 20, http://www.fairtrade.net/uploads/media/Final_FLO_AR_2007_03.pdf.

[19] T. Rogers, *Small coffee brewers try to redefine fair trade*, http://www.csmonitor.com/2004/0413/p01s02-woam.html.

© for this edition by CNS

wych, stąd też konieczne jest ułożenie nowego modelu stosunków handlowych między krajami Północy i Południa, który będzie zakładać likwidację „reżimu handlowego" hamującego rozwój najuboższych partnerów, a także wprowadzenie rzeczywistej liberalizacji i otwartości handlu. Dlatego konieczne są bardziej zdecydowane zobowiązania do udzielenia pomocy krajom rozwijającym się, by nie tylko ulżyć im w ponoszeniu wysokich kosztów związanych z reformą handlu, lecz także umożliwić im wykorzystanie nowych szans na rozwój, jakie dostarcza integrująca się współcześnie gospodarka globalna[20].

Bibliografia

An Inspiration for Change, Annual Report 2007, Fairtrade Labelling Organizations International, http://www.fairtrade.net.

Czernichowski K., *Koncepcja handlu sprawiedliwego*, [w:] *Współczesne tendencje w handlu międzynarodowym*, red. J. Rymarczyk, M. Niemiec, Wyd. Arboretum, Wrocław 2007.

Fair trade definition and principles, http://www.fairtrade-advocacy.org.

Forty Key Trends for the Next Decade: 20 Key Global Trends and 20 Key Consumer Trends 2005–2015 – raport z bazy Global Market Information Database opublikowany 29.11.2005.

Kocken M., *Fifty years of Fair Trade. A brief history of the Fair Trade movement*, http://www.fairtrade-hub.com.

Krier J.-M., *Fair Trade 2007: new facts and figures from an ongoing success story*, http://www.fairtrade-advocacy.org.

Kryteria Sprawiedliwego Handlu, http://www.sprawiedliwyhandel.pl.

NEWS Goes East!, 2004–2005, http://www.worldshops.org.

Niemiec W., *Wolny handel czy handel sprawiedliwy?*, [w:] *Regionalizacja a globalizacja we współczesnym świecie*, red. J. Rymarczyk, B. Drelich-Skulska, W. Michalczyk, t. II, Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wrocław 2007, s. 70.

Ponad 50 lat Sprawiedliwego Handlu, http://www.sprawiedliwyhandel.pl.

Rogers T., *Small coffee brewers try to redefine fair trade*, http://www.csmonitor.com.

Shaping Global Partnerships, Fairtrade Labelling Organizations International, http://www.fairtrade.net.

Stiglitz J., Charlton A., *Fair trade. Szansa dla wszystkich*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007.

The 10 Standards of Fair Trade, http://www.ifat.org.

What is Fair Trade?, http://www.ifat.org.

The significance of Fair Trade idea for developing countries

Summary

The purpose of this report is to show how the Fair Trade idea influences the social-economic situation in the Third World countries and to answer to the question how effectively it contributes to their economic growth. Empirical researches confirm that multilateral liberalization of the world trade could increase the world welfare. Simultaneously, countries that are isolated or show a passive attitude to the international trade indicate a lower economic growth. The promotion of the free trade and the stimulation of the economic growth are the stated aims of the World Trade Organization.

[20] J. Stiglitz, A. Charlton, *Fair trade. Szansa dla wszystkich*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 27–29.

© for this edition by CNS

However, the results of the trade liberalization, as pursued by the WTO, are not acceptable to the developing countries, whose social-economic situation is not improving significantly. Therefore, alternative solutions, which could solve the problem of developing countries from the South, are sought. It seems that one of the remedies would be the idea of the Fair Trade, which is the trading partnership between developed countries of the North and the marginalized producers and workers from the South, which is based on dialogue, transparency and respect and seeks a greater equity in the international trade.

© for this edition by CNS