

**PRACE NAUKOWE**

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

**RESEARCH PAPERS**

of Wrocław University of Economics

**315**

# **Integracja i kryzysy na lokalnych i globalnych rynkach we współczesnym świecie**

**Tom 1**



Redaktorzy naukowi

**Jan Rymarczyk**

**Małgorzata Domiter**

**Wawrzyniec Michalczyk**



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2013

Redakcja wydawnicza: Anna Grzybowska, Aleksandra Śliwka

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: K. Halina Kocur

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

[www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl), [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com),

The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

[http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php)

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się

na stronie internetowej Wydawnictwa

[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie

wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wrocław 2013

**ISSN 1899-3192**

**ISBN 978-83-7695-400-4 (tom 1)**

**ISBN 978-83-7695-327-4 (całość)**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	11
<b>Franciszek Adamczuk</b> , Współpraca gospodarcza na pograniczu polsko-czeskim – aspekty przestrzenne i instytucjonalne.....	13
<b>Marzena Adamczyk</b> , Rola Rady Stabilności Finansowej w zapobieganiu kryzysom finansowym.....	24
<b>Eric Ambukita</b> , Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w województwie wielkopolskim .....	33
<b>Anna Barwińska-Małajowicz</b> , Absolwenci szkół wyższych w kontekście (nie)dostosowania oferty edukacyjnej do potrzeb pracodawców. Analiza porównawcza na przykładzie wybranych regionów w Polsce i Niemczech	43
<b>Zbigniew Bentyn</b> , Kryzys polityczny i jego logistyczne konsekwencje dla międzynarodowej sieci dostaw .....	54
<b>Zbigniew Binek</b> , Minimalizacja kosztów wprowadzenia euro w Polsce – doświadczenia krajów wchodzących do Unii Europejskiej w 2004 roku oraz rozwiązania własne .....	64
<b>Joanna Bogolębska</b> , Doświadczenia gospodarki światowej ze stanami globalnych nierównowag płatniczych w kontekście ich kryzysogenności.....	74
<b>Jarosław Brach</b> , Pozycja polskich międzynarodowych drogowych przewoźników ładunków na europejskim rynku drogowego międzynarodowego transportu towarowego – przyczyny sukcesu .....	85
<b>Magdalena Broszkiewicz</b> , Kreowanie wartości dla akcjonariuszy jako instrument rozwoju i kształtowania atrakcyjności inwestycyjnej współczesnych rynków kapitałowych.....	105
<b>Dominika Brzęczek-Nester</b> , Pozycja konkurencyjna polskiego przetwórstwa przemysłowego w kontekście wyników handlu zagranicznego w latach 2006-2011 .....	115
<b>Katarzyna Brzozowska</b> , Wpływ kryzysu finansowego na otoczenie regulacyjne biznesu we Włoszech .....	125
<b>Katarzyna Bujan</b> , <i>Cash pooling</i> jako instrument zarządzania płynnością finansową w transnarodowych korporacjach .....	135
<b>Ignacy H. Chrzanowski</b> , NAFTA jako alternatywna forma integracji gospodarczej. Z perspektywy krajów postkomunistycznych .....	144
<b>Anna Chrzęściewska</b> , Determinanty rozwoju bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Indiach.....	157
<b>Anna Czech</b> , Kryzysy energetyczne we współczesnym świecie .....	167
<b>Wioletta Czemiel-Grzybowska</b> , Źródła finansowania małych i średnich przedsiębiorstw w Europie w warunkach kryzysu .....	175

<b>Katarzyna Czerewacz-Filipowicz</b> , Polityka antykryzysowa Federacji Rosyjskiej na obszarze Euroazjatyckiej Wspólnoty Gospodarczej .....	184
<b>Małgorzata Czermińska</b> , Swobody rynku wewnętrznego oraz wspólna polityka konkurencji Unii Europejskiej a konkurencyjność przedsiębiorstw...	195
<b>Małgorzata Domiter</b> , Znaczenie globalnych reguł prowadzenia wymiany handlowej ze szczególnym uwzględnieniem KNU dla krajów rozwijających się .....	208
<b>Jerzy Dudziński</b> , Uwagi o działalności inwestorów finansowych na rynkach towarowych.....	223
<b>Bartosz Fortuński</b> , Czy energetyka światowa integruje się z założeniami polityki energetycznej Unii Europejskiej?.....	234
<b>Elżbieta Golemska</b> , Nowe metody zarządzania logistyką międzynarodową w procesie umiędzynarodawiania polskich przedsiębiorstw .....	244
<b>Eugeniusz Gostomski</b> , Proces tworzenia unii bankowej w krajach Eurolandu	256
<b>Małgorzata Graćik-Zajackowski</b> , <i>Fair trade</i> : szansa czy zagrożenie dla rozwoju krajów Południa? .....	267
<b>Tomasz Gutowski</b> , Bezpośrednie inwestycje zagraniczne jako główny sposób inwestowania korporacji transnarodowych w Polsce .....	277
<b>Marcin Haberla, Sebastian Bobowski</b> , Od uniwersytetu średniowiecznego do uniwersytetu trzeciej generacji .....	287
<b>Rafał Hryniewiecki</b> , Dyplomacja energetyczna – pomiędzy teorią a praktyką	298
<b>Małgorzata Janicka</b> , Liberalizacja przepływów kapitałowych wobec ewolucji międzynarodowego systemu walutowego .....	308
<b>Anna H. Jankowiak</b> , Japoński model komunikacji biznesowej a otwarcie japońskiej gospodarki na globalizację .....	319
<b>Dorota Jankowska, Agnieszka Majka</b> , Zmiany na lokalnych rynkach pracy województwa podkarpackiego w aspekcie przeobrażeń trójsektorowej struktury zatrudnienia .....	327
<b>Dorota Jarema</b> , Odpowiedź ASEM na światowy kryzys finansowy .....	337
<b>Bohdan Jeliński</b> , Fundamentalne konsekwencje kryzysu gospodarki globalnej	346
<b>Ewa Klima, Magdalena Rosińska-Bukowska</b> , Kryzys finansowy 2008 – analiza percepcji kryzysu przez społeczeństwo europejskie .....	357
<b>Barbara Klimas</b> , Kryzys państwa opiekuńczego i trudności w ograniczaniu społecznych funkcji państwa .....	368
<b>Artur Klimek</b> , Napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych z krajów wschodzących do Polski .....	378
<b>Karolina Klupś</b> , Przepływy bezpośrednich inwestycji zagranicznych na Ukrainie oraz ukraińskich inwestycji zagranicznych w latach 2004-2013	388
<b>Agnieszka Kłysik-Uryszek</b> , Wpływ kryzysu na aktywność międzynarodową przedsiębiorstw polskich .....	400
<b>Agnieszka Konopelko</b> , Polityka Unii Europejskiej wobec krajów regionu Kaukazu Południowego w kontekście globalnego kryzysu finansowego ..	410

<b>Radosław Koszewski</b> , Wykorzystanie zbiorów rozmytych w selekcji kandydatów do aliansu .....	421
<b>Patrycja Krawczyk</b> , Wpływ kryzysu rynków finansowych i bankowych w XXI wieku na ocenę ratingową wybranych państw .....	429
<b>Anetta Kuna-Marszałek</b> , Budowa powiązań nauki z biznesem – przegląd badań.....	439
<b>Jarosław Kuśpit</b> , Efekty ekonomiczne Europejskiej Polityki Sąsiedztwa Unii Europejskiej wobec państw Europy Wschodniej w okresie kryzysu gospodarczego .....	450
<b>Aleksandra Kuźmińska-Haberla</b> , Kraj pochodzenia produktu we współczesnej gospodarce.....	459
<b>Małgorzata Stefania Lewandowska, Tomasz Gołębiowski</b> , Innowacyjność a konkurencyjność międzynarodowa polskich przedsiębiorstw przemysłowych. Wyniki badań.....	469
<b>Marek Maciejewski</b> , Wiarygodność kredytowa państw w obliczu kryzysu finansów publicznych .....	480
<b>Agnieszka Majka</b> , Zróżnicowanie atrakcyjności inwestycyjnej powiatów województwa podkarpackiego.....	493
<b>Dominika Malchar-Michalska</b> , Międzynarodowy handel zbożem w krajach o niskim dochodzie i deficycie żywnościowym w obliczu światowego wzrostu cen żywności w latach 2006-2011 .....	502
<b>Arkadiusz Malkowski</b> , Rola zarządzania strategicznego w budowaniu konkurencyjnego regionu transgranicznego na przykładzie Programu Operacyjnego Współpracy Transgranicznej Republika Czeska – Rzeczpospolita Polska 2007-2013 .....	513
<b>Arkadiusz Malkowski, Agnieszka Malkowska</b> , Creating a competitive region on the example of Pomerania Euroregion .....	523
<b>Witold Małachowski</b> , Polityka antykryzysowa Niemiec a integracja europejska .....	533
<b>Jakub Marszałek</b> , Emisja obligacji zamiennych w warunkach światowego kryzysu finansowego .....	545
<b>Grzegorz Mazur</b> , Nowy kształt powszechnego systemu preferencji celnych Unii Europejskiej .....	555
<b>Lidia Mesjasz</b> , Doświadczenia historyczne w zakresie niewypłacalności państw – wnioski dla współczesnej polityki gospodarczej.....	566
<b>Joanna Michalczyk</b> , Główne przesłanki bezpieczeństwa żywnościowego Polski i próba jego pomiaru.....	577
<b>Wawrzyniec Michalczyk</b> , Znaczenie wymiany wewnątrzgałęziowej w polskim handlu zagranicznym towarami rolno-spożywczymi .....	592
<b>Bartosz Michalski</b> , Zaawansowanie technologiczne polskiego eksportu w pierwszej dekadzie XXI wieku .....	607

<b>Tomasz Michałowski</b> , Kryzys zadłużeniowy w strefie euro a trwałość relacji kursowej euro/frank CFA.....	619
<b>Ewa Mińska-Struzik</b> , Bariery rozwoju eksportu w polskich przedsiębiorstwach wysokiej techniki – wyniki badań własnych .....	630

## Summaries

<b>Franciszek Adameczuk</b> , Economic cooperation in Polish-Czech border – spatial and institutional aspects.....	23
<b>Marzena Adamczyk</b> , The role of Financial Stability Board in preventing financial crises .....	32
<b>Eric Ambukita</b> , Foreign direct investment in Wielkopolska Voivodeship .....	42
<b>Anna Barwińska-Małajowicz</b> , High schools graduates in the context of (not) adjusting of educational offer to the employer expectations. Comparative analysis on the example of chosen regions in Poland and Germany .....	53
<b>Zbigniew Bentyn</b> , The political crisis and its logistic implications for international supply network .....	63
<b>Zbigniew Binek</b> , Minimizing the costs of introduction of euro in Poland – experience of countries entering the European Union in 2004 and own solutions.....	72
<b>Joanna Bogolebska</b> , The experience of global economy with global imbalances as a crisis-breeding element.....	84
<b>Jarosław Brach</b> , The position of Polish international road freight carriers on the European market of international road freight hauling – reasons behind the success .....	104
<b>Magdalena Broszkiewicz</b> , Creating value for shareholders as an instrument of growth and development of the investment attractiveness of modern capital markets.....	114
<b>Dominika Brzęczek-Nester</b> , Competitive position of Polish manufacturing in the context of foreign trade performance in the period 2006-2011 .....	124
<b>Katarzyna Brzozowska</b> , The impact of financial crisis on the regulation environment in Italy .....	134
<b>Katarzyna Bujan</b> , <i>Cash pooling</i> as a tool for liquidity management in transnational corporations .....	143
<b>Ignacy H. Chrzanowski</b> , NAFTA as an alternative form of economic integration. From the perspective of the post-communist countries.....	156
<b>Anna Chrzęściewska</b> , Determinants of foreign direct investment development in India.....	166
<b>Anna Czech</b> , Energy crises in contemporary world.....	174
<b>Wioletta Czemiel-Grzybowska</b> , Sources of financing small and medium enterprises in Europe during the crisis .....	183
<b>Katarzyna Czerewacz-Filipowicz</b> , Anti-crisis policy of the Russian Federation in the area of the Eurasian Economic Community .....	194

---

<b>Małgorzata Czermińska</b> , Freedom of the internal market and the common EU competition policy and competitiveness of companies.....	207
<b>Małgorzata Domiter</b> , The importance of global trading rules with special regard to the Most Favoured Nation clause for developing countries.....	222
<b>Jerzy Dudziński</b> , Remarks on financial investors' engagement on commodity markets.....	233
<b>Bartosz Fortuński</b> , Is the global energy integrates with EU energy policy objectives? .....	243
<b>Elżbieta Golemska</b> , New methods of logistics management in the internationalization of Polish firms.....	255
<b>Eugeniusz Gostomski</b> , The process of creating the banking union in the eurozone .....	266
<b>Małgorzata Grącik-Zajaczkowski</b> , Fair trade: an opportunity or a threat for the development of the South? .....	276
<b>Tomasz Gutowski</b> , Foreign direct investments as the main way of transnational corporations' investments in Poland.....	286
<b>Marcin Haberla, Sebastian Bobowski</b> , From the medieval university to the university of the third generation.....	297
<b>Rafał Hryniewiecki</b> , Energy diplomacy – theoretical framework and practical applications .....	307
<b>Małgorzata Janicka</b> , The liberalization of capital flows in the presence of the evolution of the international monetary system.....	318
<b>Anna H. Jankowiak</b> , Japanese business communication model and the opening of the Japanese economy to the process of globalization .....	327
<b>Dorota Jankowska, Agnieszka Majka</b> , Changes on the local labor markets of the Podkarpackie Voivodeship in terms of the transformation of the three-sector structure of employment.....	336
<b>Dorota Jarema</b> , ASEM response to the global financial crisis .....	345
<b>Bohdan Jeliński</b> , Main consequences of global economy crisis .....	356
<b>Ewa Klima, Magdalena Rosińska-Bukowska</b> , The crisis of 2008 – analysis of European society's perception of the phenomenon.....	367
<b>Barbara Klimas</b> , Crisis of the welfare state and difficulties in limiting the social functions of the state.....	377
<b>Artur Klimek</b> , Inflows of foreign direct investment from emerging economies to Poland.....	387
<b>Karolina Klupś</b> , Foreign direct investment in Ukraine and the Ukrainian foreign investment flows in the years 2004-2013 .....	399
<b>Agnieszka Kłysik-Uryszek</b> , Impact of economic crisis on Polish outward FDI	409
<b>Agnieszka Konopelko</b> , The European Union policy towards the countries of the South Caucasus region in the context of the global financial crisis.....	420
<b>Radosław Koszewski</b> , The use of fuzzy sets in the selection of candidates to an alliance .....	428

<b>Patrycja Krawczyk</b> , Impact of the crisis on financial and banking markets in the 21 <sup>st</sup> century on the rating of selected countries.....	438
<b>Anetta Kuna-Marszałek</b> , Building cooperation between science and business – literature review .....	449
<b>Jarosław Kuśpit</b> , Economic effects of the European Neighborhood Policy of the European Union towards the countries of Eastern Europe during the economic crisis .....	458
<b>Aleksandra Kuźmińska-Haberla</b> , Country of origin of a product in the modern economy .....	468
<b>Małgorzata Stefania Lewandowska, Tomasz Gołębiowski</b> , Innovativeness and international competitiveness of Polish industry. Research outcomes .....	479
<b>Marek Maciejewski</b> , The reliability of the states in the face of public finance crisis .....	492
<b>Agnieszka Majka</b> , Diversification of investment attractiveness of counties in the Podkarpackie Voivodeship.....	501
<b>Dominika Malchar-Michalska</b> , International cereal trade in Low-Income Food-Deficit Countries in the context of the world food price surge 2006-2011 ..	512
<b>Arkadiusz Malkowski</b> , Strategic management in building the competitive region on the example of Cross-border Co-operation Operational Programme of the Republic of Poland and the Czech Republic 2007-2013....	522
<b>Arkadiusz Malkowski, Agnieszka Malkowska</b> , Budowa konkurencyjnego regionu na przykładzie Euroregionu Pomerania.....	532
<b>Witold Malachowski</b> , Anti-crisis policy of Germany and European integration .....	544
<b>Jakub Marszałek</b> , Convertible bonds issuance in the time of world financial crisis .....	554
<b>Grzegorz Mazur</b> , A new shape of the Generalised System of Preferences of the European Union .....	565
<b>Lidia Mesjasz</b> , State insolvency – historical experience and lessons for current economic policy.....	576
<b>Joanna Michalczyk</b> , Main determinants of Poland’s food security and an attempt of its measuring .....	591
<b>Wawrzyniec Michalczyk</b> , The importance of intra-industry exchange in Polish foreign trade in agri-food products .....	606
<b>Bartosz Michalski</b> , Technological advancement of Polish exports in the first decade of the 21 <sup>st</sup> century .....	618
<b>Tomasz Michalowski</b> , Debt crisis in the eurozone and the sustainability of the euro/CFA franc rate.....	629
<b>Ewa Mińska-Struzik</b> , Barriers for exporting activities in Polish high-tech enterprises – own study results .....	640



**Małgorzata Grącik-Zajaczkowski**

Szkoła Główna Handlowa

---

## ***FAIR TRADE*: SZANSA CZY ZAGROŻENIE DLA ROZWOJU KRAJÓW POŁUDNIA?**

---

**Streszczenie:** W artykule analizuje się koncepcję *fair trade* jako alternatywny model rozwoju dla krajów Południa. Podejście to rodzi jednak wiele wątpliwości i obaw, co oznacza, że promowany model rozwoju nie zapewnia osiągnięcia założonych celów w dużym stopniu, a nawet może wywoływać szkodliwe skutki. Celem artykułu jest odpowiedź na pytanie postawione w tytule: czy *fair trade* stanowi szansę na rozwój w krajach Południa, a więc przyczynia się do obniżenia ubóstwa i poprawy warunków życia zmarginalizowanych producentów, czy jednak nie spełnia pokładanych w nim nadziei?

**Słowa kluczowe:** sprawiedliwy handel, rozwój, cena minimalna, premia społeczna, rynek niszowy.

### **1. Wstęp**

Pojęcie sprawiedliwego handlu (*fair trade*) jest koncepcją szeroką i niejednoznaczną. Obejmuje zarówno problemy związane z wymianą handlową opartą na zasadach i regułach WTO, jak i działania mające na celu poprawę życia zmarginalizowanych producentów z krajów rozwijających się za pomocą określonego systemu sprzedaży i dystrybucji towarów przez nich produkowanych. Jest to więc z jednej strony koncepcja mająca na celu zrównoważenie stosunków handlowych między Północą a Południem w systemie gospodarki rynkowej, a z drugiej – ruch społeczny dążący do wprowadzenia na szerszą skalę alternatywnego systemu handlu. Przedmiotem niniejszej analizy jest drugie podejście, którego charakterystyczną cechą jest dążenie do stworzenia unikatowego modelu rozwoju dla krajów Południa w celu obniżenia skali ubóstwa i poprawy życia ubogich rolników z państw rozwijających się. Koncepcja ta rodzi jednak wiele wątpliwości i obaw, co oznacza, że promowany model rozwoju nie sprzyja osiągnięciu założonych celów w dużym stopniu, a nawet może wywoływać szkodliwe skutki. Celem artykułu jest odpowiedź na pytanie postawione w tytule: czy *fair trade* stanowi szansę na rozwój w krajach Południa, a więc przyczynia się do ograniczania ubóstwa i poprawy warunków życia zmarginalizowanych producentów, czy jednak nie spełnia pokładanych w nim nadziei? Analiza będzie koncentrować się na podejściu całościowym do koncepcji, a więc skutków działania *fair trade* dla systemu gospodarki światowej.

## 2. Cele i zasady

Koncepcja *fair trade* odnosi się do ruchu społecznego mającego do spełnienia określone zadania związane z promocją alternatywnego modelu rynku opartego na ściśle określonych zasadach wymiany handlowej<sup>1</sup>. Przymiotnik „alternatywny” oznacza, że celem jest budowa innego, bardziej sprawiedliwego systemu wymiany, odmiennego od powszechnie obowiązującego modelu rynku. Definiując koncepcję *fair trade*, często przeciwstawia się ją terminowi *free trade*, co jest powszechnie stosowane w literaturze przedmiotu<sup>2</sup>. Organizacje *fair trade* otwarcie krytykują rynek oparty na zasadach wolnego handlu, dążąc do wprowadzenia nowych reguł uznanych za bardziej sprawiedliwe<sup>3</sup>. Opowiadają się za dodatkowymi regulacjami, które prowadzą do ochrony jednej grupy kosztem innych uczestników rynków. Działania ich są więc ze swej natury dyskryminujące i protekcyjnistyczne, chociaż podporządkowane szczytnemu celowi, jakim jest pomoc biednym producentom z krajów rozwijających się.

Najbardziej charakterystycznym segmentem dla działania *fair trade* jest rynek kawy. Pozostałe produkty to banany, herbata, kakao, miód, soki owocowe, ryż, kwiaty, a także wyroby tekstylne czy skórzane<sup>4</sup>. W sumie ponad 40 produktów sprzedawanych jest jako *fair trade*. Do rozpowszechnienia się koncepcji w sektorze kawy przyczyniły się takie czynniki, jak znaczące fluktuacje cen, ich niski poziom oraz powszechność upraw wśród drobnych rolników z krajów rozwijających się. *Fair trade* przedstawiany jest często jako remedium na zmieniające się szybko i spadające ceny kawy<sup>5</sup>. Dlatego jednym z postulatów głoszonych przez instytucje *fair trade* jest powrót do regulacji rynku kawy, który istniał przed 1989 r. i funkcjonował zgodnie z Międzynarodowym Porozumieniem Kawowym. Charakteryzował się on systemem kwot eksportowych, który narzucał określonym państwom możliwość sprzedaży ściśle określonych ilości produktu, ograniczając tym samym produkcję i obrót handlowy. Ruch *fair trade* potępia więc deregulację rynku kawy, jednocześnie zaporominając, że mechanizm ten umożliwił jej uprawę innym biednym rolnikom z regionów poza Ameryką Łacińską. Najlepszym przykładem jest Wietnam, obecnie drugi

---

<sup>1</sup> D. Jaffe, *Brewing Justice. Fair Trade Coffee, Sustainability and Survival*, University of California Press, Berkeley 2007, s. 1.

<sup>2</sup> M. Sabry, *Free Trade or Fair Trade: Solving the Dilemma*, VDM Verlag Dr. Muller, Saarbrücken 2011, s. 25-35; V.C. Claar, *Sprawiedliwy handel? Czy fair trade rzeczywiście zwalcza problem ubóstwa?*, Wydawnictwo Prohibita, Warszawa 2011, s. 79-80; J. DeCarlo, *Fair Trade. A Beginner's Guide*, Oneworld, Oxford 2007, s. 104; A. Nicholls, C. Opal, *Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption*, Sage Publication, London 2005, s. 17-19.

<sup>3</sup> J. DeCarlo, *Fair Trade and How It Works*, Rosen Publishing, New York 2010, s. 91-98.

<sup>4</sup> D. Jaffe, wyd. cyt., s. 3.

<sup>5</sup> J. Valkila, P. Haaparanta, N. Niemi, *Empowering Coffee Traders? The Coffee Value Chain from Nicaraguan Fair Trade Farmers to Finnish Consumers*, „Journal of Business Ethics” 2010, no. 97, s. 257.

po Brazylii, największy producent kawy na świecie<sup>6</sup>. Uwolnienie cen na rynku kawy i skokowy przyrost produkcji przyczyniły się do nadmiernej podaży, co pociągnęło za sobą znaczny spadek cen.

Ogólnym celem *fair trade* jest stworzenie bardziej bezpośrednich, społecznie sprawiedliwych i odpowiedzialnych relacji handlowych między zmarginalizowanymi producentami z krajów Południa a konsumentami z państw Północy, przy uwzględnieniu odpowiednich warunków pracy i podstawowych zasad ochrony środowiska. Mechanizm *fair trade* opiera się na założeniu, że konsumenci są gotowi więcej płacić za produkty *fair trade* niż za podobne towary na rynku komercyjnym. Zgodnie z założeniem, wyższe ceny mają generować większe zyski i płace dla producentów produktów *fair trade* z krajów Południa. Dodatkowo pewna część ze sprzedaży wraca do producentów w formie tzw. premii społecznej, która musi być przeznaczona na inwestycje w ramach danej spółdzielni producenckiej. Producenci są ponadto zobowiązani do spełnienia ściśle określonych kryteriów dotyczących środowiska naturalnego czy prawa pracy. Wynagrodzenie jest dzielone równomiernie między wszystkich członków spółdzielni, warunki pracy muszą być bezpieczne, a metody produkcji pozbawione szkodliwych środków chemicznych i pestycydów. Istnieje ponadto zakaz zatrudniania długoterminowych pracowników najemnych, co oznacza, że spółdzielnie muszą zachować swój „rodzinny” charakter. Praca dzieci jest zabroniona<sup>7</sup>.

Najważniejszym elementem relacji handlowych opartych na zasadach *fair trade* jest cena. Ustalona na minimalnym poziomie, gwarantuje producentom stały zysk niezależnie od kształtowania się podaży i popytu na rynku. System oparty na stałej cenie (*the base/floor price*) ma za zadanie chronić producenta przed fluktuacją cen na rynku i zabezpieczać go przed drastycznym spadkiem dochodów. Cena *fair trade* jest zasadniczo wyższa od ceny rynkowej. Na przykład cena minimalna zielonej kawy arabica kształtuje się w granicach 1,25/1,26 USD (0,454 kg) za jeden funt, jeżeli cena na rynku konwencjonalnym pozostaje na poziomie poniżej 1,21 USD za funt. W innym przypadku cena *fair trade* obejmuje cenę rynkową plus 5% tzw. premii socjalnej<sup>8</sup>. Dane pokazują, że cena minimalna za kawę przynosi korzyści producentom w momencie znaczącej obniżki ceny kawy na rynkach międzynarodowych. W latach 2000-2004, kiedy cena za kawę na rynku konwencjonalnym była wyjątkowo niska, cena minimalna za kawę *fair trade* znacząco podnosiła dochód jej producentów. Z kolei w latach 2005-2008 minimalna cena kawy *fair trade* mieściła się już

<sup>6</sup> P. Booth, L. Whetstone, *Half a Cheer for Fair Trade*, "Economic Affairs" 2007, vol. 27, no. 2, s. 32.

<sup>7</sup> Zakaz zatrudniania dzieci rodzi poważne konsekwencje dla najuboższych producentów z Południa, których dochód uzależniony jest w dużej mierze od pracy wszystkich członków rodziny. W kulturze i zwyczajach małych społeczności wiejskich praca dzieci nie jest zjawiskiem negatywnym, a często traktowana jest jako dodatkowa forma edukacji najmłodszych.

<sup>8</sup> M. Richardson, F. Stahler, *Fair Trade*, Working Paper no. 481, The Australian National University, June 2007, s. 1.

w granicach fluktuacji cen kawy na rynku międzynarodowym, co miało mniejsze znaczenie dla dochodów producentów *fair trade*<sup>9</sup>.

Premia społeczna to część ceny *fair trade*, wynosząca od 5 do 10% ceny danego dobra<sup>10</sup>. Są to dodatkowe pieniądze otrzymywane ze sprzedaży produktów *fair trade* i przeznaczone na wspólne potrzeby rozwojowe danej społeczności producenckiej. Premia może być spożytkowana na budowę szkoły, drogi, rozwój opieki medycznej czy sieci sanitarnej. Niektóre spółdzielnie pobierają także premię za uprawę organiczną, co oznacza, że ponoszą dodatkowe koszty związane z zachowaniem odpowiednich standardów upraw, przechowywaniem i pakowaniem. W tabeli 1 przedstawiono sposób kształtowania się ceny *fair trade*, którą ostatecznie otrzymuje producent – członek spółdzielni zajmującej się uprawą kawy. Przy założeniu, że cena za funt zielonej kawy wynosi 1,26 USD, po odliczeniu premii na rzecz społeczności producenckiej oraz kosztów jej działania, cena, jaką otrzymuje indywidualny rolnik, to 0,89 USD.

**Tabela 1.** Przykład kształtowania się ceny *fair trade*, za którą producent może sprzedać swoje produkty

Sprzedaż kawy przez spółdzielnię	Sposób odliczania premii społecznej	Średnia cena otrzymywana przez spółdzielnię ze sprzedaży kawy	Odliczone koszty poniesione przez spółdzielnię	Cena, za którą producenci sprzedają swoją kawę
40% kawy na rynek <i>fair trade</i> po 1,26 USD 60% na rynek konwencjonalny po cenie 1,14 USD	$1,26 - 0,05 = 1,21$ USD	$1,21 \times 0,4 + 1,14 \times 0,6 = 1,17$ USD	0,28 USD	$1,17 - 0,28 = 0,89$ USD

Źródło: J. Valkila, P. Haaparanta, N. Niemi, *Empowering Coffee Traders? The Coffee Value Chain from Nicaraguan Fair Trade Farmers to Finnish Consumers*, "Journal of Business Ethics" 2010, no. 97, s. 263.

Warunkiem działania w systemie *fair trade* jest utworzenie spółdzielni producenckiej i uzyskanie specjalnego certyfikatu pozwalającego na posługiwanie się logo Fair Trade i sprzedaż produktów po cenie minimalnej. Centralną organizacją zajmującą się nadzorem nad ruchem i nadawaniem certyfikatów jest Fairtrade Labeling Organizations International (FLO) i utworzona przez nią specjalna komórka FLO-Cert. Certyfikat daje spółdzielniom możliwość korzystania z przysługującym im praw i przywilejów związanych z uczestnictwem w systemie pod warunkiem przestrzegania zasad. W przeciwnym razie certyfikat może być odebrany, co naraża spółdzielnię na stratę części dochodów gwarantowanych przez system. Drugą stroną

<sup>9</sup> J. Valkila, P. Haaparanta, N. Niemi, wyd. cyt., s. 262-263.

<sup>10</sup> P. Kohler, *The Economics of Fair Trade Coffee: For Whose Benefit? An Investigation into the Limits of Fair Trade as a Development Tool and the Risk of Clean-washing*, VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken 2010, s. 17.

medalu są wysokie koszty związane z otrzymaniem i utrzymaniem certyfikatu. Dla spółdzielni producenckiej skupiającej poniżej 100 producentów opłata za certyfikat FLO wynosi od 2200 do 2400 euro. Roczna dodatkowa opłata to wydatek rządu 1260 euro, do którego dochodzi koszt około 2000 euro za inspekcje kontrolne przeprowadzane co najmniej raz na 3 lata. Przy produkcji bardziej wyspecjalizowanych upraw, jak np. kawy organicznej, koszty zwiększają się o opłaty za certyfikaty organiczne i dodatkowe kontrole. Dla średniej wielkości farmy jest to duży wydatek. Należy zaznaczyć, że opłaty na rzecz organizacji FLO za nadawanie certyfikatów wprowadzono dopiero po 2000 roku. Wcześniej były one darmowe<sup>11</sup>.

Problem braku wystarczających środków finansowych w systemie *fair trade* jest rozwiązywany za pomocą specjalnych kredytów i pożyczek. Dla członków spółdzielni koszty kredytów są stosunkowo niskie, a rolnik otrzymuje bezpieczną możliwość finansowania swoich zbiorów. Producenci dostają część zapłaty, zanim dostarczą towar do pośredników. Przyjmuje się, że producent może otrzymać do 60% płatności z góry<sup>12</sup>. W sytuacji braku gwarancji i ochrony własności prywatnej w krajach Południa możliwości korzystania z kredytów w formule prezentowanej przez *fair trade* są korzystne i potrzebne.

### 3. Główny problem

Model Fair Trade oparty na cenie minimalnej może prowadzić do zakłóceń na rynku i napięć między jego członkami a tymi, którzy pozostają na zewnątrz. Prawdą jest, że przynosi pewne korzyści niektórym producentom zrzeszonym w spółdzielniach, ale nawet najwięksi zwolennicy idei przyznają, że są to zyski niewielkie<sup>13</sup>. Tylko ograniczona liczba drobnych producentów w krajach Południa ma możliwość uczestniczenia w organizacji producenckiej typu *fair trade*. Powodem są liczne bariery. Największą z nich jest koszt związany z uzyskaniem certyfikatu i jego utrzymaniem przy konieczności spełnienia ściśle określonych kryteriów. Kolejną są ograniczone możliwości produkcyjne. Stymulowana przez wyższe ceny produkcja w ramach *fair trade* napotyka naturalne ograniczenia. Niska produktywność i wydajność spółdzielni producenckich utrudnia indywidualnym rolnikom otrzymywanie wyższych wynagrodzeń za większe ilości produktów. Sytuacja ta wynika z tradycyjnych form uprawy i zarządzania małymi farmami rolnymi. Coraz większe ilości kawy *fair trade* na rynku nie są wynikiem zwiększania produkcji w ramach spółdzielni, ale skutkiem nadawania kolejnych certyfikatów przez organizacje FLO. Sytuacja taka doprowadziła do czasowego zawieszenia ich przyznawania w 2002 roku.

Cena minimalna gwarantowana jest całej spółdzielni, a nie indywidualnym producentom, bowiem dla FLO punktem odniesienia jest zawsze spółdzielnia. W prak-

<sup>11</sup> L.T. Reynolds, M.A. Long, *Fair/Alternative Trade*, [w:] *Fair Trade: The challenges of transforming globalization*, red. L.T. Reynolds, D. Murray, J. Wilkinson, Routledge, London 2007, s. 19.

<sup>12</sup> P. Kohler, wyd. cyt., s. 17.

<sup>13</sup> P. Booth, L. Whetstone, wyd. cyt., s. 31; D. Jaffe, wyd. cyt., s. 237.

tyce ostateczna cena płacona pojedynczym producentom nie musi być wcale na poziomie ceny *fair trade*, bowiem ustalana jest wspólnie przez wszystkich członków spółdzielni. Oznacza to, że ostateczna cena, po której producenci sprzedają swoje zbiory, jest znacznie niższa niż poziom ceny minimalnej (por. tab. 1). Spółdzielnia ponosi bowiem znaczące koszty wynikające z bieżącej działalności, co związane jest z eliminacją pośredników w systemie *fair trade*. Przejęła ona szereg czynności, takich jak przygotowanie, sortowanie i wysyłanie produktów, które w innym układzie mógłby wykonywać pośrednik. Słabe zarządzanie procesem eksportu w ramach spółdzielni pochłania większą część ceny *fair trade*. Do tego dochodzą wysokie opłaty za certyfikaty. Największe korzyści odnoszą najlepiej zarządzane i najsilniejsze organizacje producenckie, natomiast eliminuje się mniejsze i słabsze przez odbieranie im certyfikatów. Spełnienie wszystkich narzucanych przez FLO warunków jest niezwykle trudne. Dlatego spółdzielnie korzystają często ze specjalnych programów wsparcia ze strony instytucji pomocowych, fundacji czy stowarzyszeń<sup>14</sup>.

Dla każdej spółdzielni producenckiej głównym celem jest sprzedaż jak największej ilości towaru po preferencyjnej cenie *fair trade*. W praktyce powody do zadowolenia daje sprzedaż około 30-40% całości produkcji po cenie minimalnej, reszta kierowana jest na rynek konwencjonalny i sprzedawana po cenie rynkowej. Jeżeli więc znaczące ilości produktu, np. kawy, nie są sprzedawane po cenie *fair trade*, ale kierowane na rynek konwencjonalny, to stwarza to zagrożenie dla tych, którzy są poza systemem, powiększając negatywne efekty związane z nadprodukcją i spadkiem ceny.

Małe możliwości produkcyjne spółdzielni wynikają z ich przestarzałej struktury zarządzania. Spółdzielnie oparte na tradycyjnych formach zależności są w dużej mierze mało postępowe i utrudniają przeprowadzanie zmian. Niemniej jednak w porównaniu z indywidualnymi rolnikami mają większe możliwości skutecznego działania na rynku lokalnym: otrzymują wsparcie techniczne i finansowe od organizacji *fair trade*, a także pewne zaplecze logistyczne. Z jednej strony mają możliwość inwestowania (premia społeczna) oraz przejmują na siebie ryzyko działania na rynku; z drugiej jednak strony spółdzielnia utrwała tradycyjne formy produkcji. Zasady, na jakich działa, zachęcają do pozostania na dotychczasowym miejscu pracy i kontynuowania nieefektywnej produkcji. Gwarantowana cena minimalna powoduje, że nawet nisko opłacani producenci nie mają wystarczających powodów do zmiany miejsca pracy i poszukiwania innych form zarobku. System *fair trade* w dłuższym okresie może przyczyniać się do utrwalania ubóstwa wśród drobnych producentów.

Realizacja podstawowego celu *fair trade*, jakim są podniesienie poziomu życia i widoczne ograniczenie ubóstwa, jest niezwykle trudna. Właściwie nie ma wystarczających dowodów, że system *fair trade* generuje zyski netto<sup>15</sup>. Dlatego spośród

<sup>14</sup> D. Jaffe, wyd. cyt., s. 151-163.

<sup>15</sup> S. Barrientos, S. Smith, *Mainstreaming Fair Trade in global production networks*, [w:] *Fair Trade: The challenges of transforming globalization*, red. L. T. Reynolds, D. Murray, J. Wilkinson, Routledge, London 2007, s. 103-120.

działań podejmowanych przez instytucje *fair trade* wyróżnić można przynajmniej dwa sposoby, które mają pomóc rozwinąć koncepcję w nowych uwarunkowaniach międzynarodowych. Pierwszą z możliwości jest podniesienie ceny za produkty *fair trade* i skierowanie ich do specjalistycznych sklepów i sieci sprzedaży. Jest to formuła charakterystyczna dla systemu *fair trade* w początkowym okresie jego działania, jak np. popularna w Europie Zachodniej sieć sklepów One World Shops. Niestety, sposób ten nie gwarantuje wysokiej sprzedaży, a jedynie utrwała pozycję produktów *fair trade* w tzw. niszy rynkowej.

Innego rodzaju rozwiązaniem jest rozszerzenie rynku *fair trade* o nowych uczestników. Chodzi o wprowadzenie do niego podmiotów z tzw. głównego rynku (*mainstream market*), a mianowicie międzynarodowych sieci sprzedaży hurtowej i detalicznej, korporacji transnarodowych czy dużych firm handlowych. Pozwoliłoby to na rozszerzenie skali i zasięgu sprzedaży oraz powiększenie zysków. Dużo w tym względzie udało się już osiągnąć. Dotychczas certyfikaty *fair trade* uzyskały takie międzynarodowe korporacje, jak Kraft, Nestlé, Procter & Gamble, Sara Lee, McDonald's, Starbucks czy Chiquita. W zamian zobowiązały się do zakupu i sprzedaży produktów *fair trade*, a także przestrzegania określonych standardów pracy, jak np. zakładanie związków zawodowych czy zrzeszanie się. W praktyce jedynie niewielka część zakupów firmy Starbucks czy Nestlé to produkty *fair trade*<sup>16</sup>. W zamian uzyskują one markę firmy społecznie odpowiedzialnej, która poprawia ich wizerunek na rynku. Zakładając, że jest to skuteczny sposób na rozpowszechnienie i zwiększenie sprzedaży produktów *fair trade*, sprawą otwartą pozostają zasady i cele ruchu. Przeciwnicy takiego postępowania zarzucają organizacjom *fair trade* zdradę ideałów i dążenie do osiągania zysków kosztem producentów z krajów Południa. Zgodnie z zasadami leżącymi u podstaw ruchu, to zmarginalizowani producenci z krajów Południa powinni być najważniejszym uczestnikiem łańcucha dostaw *fair trade* i centralnym punktem odniesienia dla działań podejmowanych przez jej instytucje.

Problem wydaje się jednak o wiele bardziej skomplikowany. Nadawanie certyfikatów korporacjom międzynarodowym może przyczynić się do poprawy warunków pracy osób zatrudnionych przez te korporacje. Warunkiem otrzymania certyfikatu jest spełnienie określonych warunków, które chociażby w sposób minimalny powinny być respektowane. W przypadku dużych plantacji herbaty, kawy czy bananów ich właściciele zobowiązani są do zapewnienia „sprawiedliwych” płac i właściwych warunków pracy zatrudnianym robotnikom. Muszą także zgodzić się na działanie niezależnych związków zawodowych lub stowarzyszeń pracowniczych. Certyfikaty nie są przyznawane raz na zawsze – ich utrzymanie wiąże się z szeregiem inspekcji i kontroli. Nierzadko z powodu niedotrzymania określonych standardów są one

<sup>16</sup> Na przykład udział kawy *fair trade* w całkowitych zakupach firmy Starbucks tylko niewiele przewyższa poziom 3%. Zob.: D. Jaffe, wyd. cyt., s. 200; B. Lindsey, *Grounds for Complaint? Understanding the "Coffee Crisis"*, "Trade Briefing Paper" 2003, no. 16, Centre for Trade Policy Studies, CATO Institute, May 2003, s. 2-6.

odbierane pojedynczym producentom, całym spółdzielniom czy dużym plantacjom. Bez wątpienia o wiele łatwiej przeprowadza się szczegółowe kontrole w małych spółdzielniach niż plantacjach należących do korporacji, takich jak m.in. Chiquita.

#### 4. Wnioski końcowe

Współczesny ruch sprawiedliwego handlu jest pełen paradoksów. Z jednej strony ścierają się w nim odmienne koncepcje dotyczące podstawowych zasad jego działania, a z drugiej pojawia się coraz więcej wątpliwości związanych z realizacją podstawowych założeń. Pierwotne cele leżące u podstaw idei *fair trade* ulegają przeobrażeniom, które prowadzą do zmiany istoty samego ruchu. Najważniejszym wnioskiem jest jednak to, że ruch *fair trade* nie spełnia pokładanych w nim oczekiwań. Wprawdzie przynosi pewne korzyści, ale ograniczonej liczbie beneficjentów, a przy tym może wywoływać negatywne skutki dla pozostałych uczestników rynku.

W literaturze trudno doszukać się wyraźnych dowodów, że *fair trade* przyczynia się do rozwoju w krajach Południa. Sytuacja tego typu jest w dużej mierze wynikiem braku dostatecznej informacji o samej koncepcji i jej działaniu. Do szerokiego grona klientów i sympatyków ruchu trafiają przede wszystkim liczne materiały promocyjne i programy edukacyjne przygotowane przez instytucje zrzeszone pod szyldem FLO, które nie przedstawiają stanu faktycznego i rzeczywistych skutków działania mechanizmu *fair trade*. Konsumenci, zainteresowani głównie pomocą dla najbiedniejszych i *de facto* finansujący cały system, uzyskują znikome informacje na temat dystrybucji dochodów w ramach systemu. Mogą jedynie ufać, że wyższa cena, która płacą za produkt *fair trade*, przyczynia się do poprawy dochodu producenta. Szerokie grono konsumentów nie byłoby na pewno zadowolone z informacji, że 90% dochodów organizacji FLO pochodzi z opłat wnoszonych przez sieci hurtowe zajmujące się dystrybucją produktów *fair trade*. Każda firma zobowiązana jest do wnoszenia na rzecz organizacji FLO 1,8% od swoich obrotów. W zdecydowanej większości środki te wydawane są na akcje promocyjne marki *fair trade* i programy edukacyjne oraz obsługę administracyjną<sup>17</sup>. Ponadto nie każdy konsument zna wysokość opłat za certyfikaty FLO przekazywanych na rzecz instytucji *fair trade* przez organizacje producenckie. Z puli tej finansowane są inspekcje kontrolne przeprowadzane w spółdzielniach czy przygotowywane nowe produkty do certyfikowania.

W istocie system *fair trade* pogarsza sytuację producentów znajdujących się poza nim, zakłóca bowiem poziom cen na rynku i alokację zasobów pracy. Sztucznie ustalona cena minimalna ogranicza konkurencję i tworzy przeszkody dla rozwoju. Sami członkowie spółdzielni producenckich również nie mogą liczyć na wysokie zyski ze sprzedaży swoich produktów. Po pierwsze wynika to z małej produktywności i efektywności działania spółdzielni, a po drugie braku możliwości sprzedaży całości zbiorów po cenie *fair trade*. W konsekwencji część produktów *fair trade* jest

<sup>17</sup> P. Booth, L. Whetstone, wyd. cyt., s. 31.



sprzedawana po cenie rynkowej. Ponadto system zniechęca producentów do poszukiwania innego miejsca pracy, nawet jeśli jest ona nisko opłacana i nieefektywna. Utrwała zatem stary porządek i tradycyjne formy produkcji. Przykładem jest rynek kawy. System stałej ceny gwarantuje producentowi zbył i chroni go przed fluktuacją cen. Zachęca więc innych rolników do uprawy kawy, co prowadzi w długim okresie do nadprodukcji i spadku cen. W (zbyt) małym zakresie dąży się do specjalizacji i przejścia na wyższy poziom w procesie produkcji.

Mimo wielu słabych punktów na uwagę zasługują dwa instrumenty w ramach systemu. Pierwszym z nich jest premia społeczna, która pozwala osiągnąć dodatkowe dochody i zainwestować je dla dobra całej spółdzielni producenckiej. Drugim instrumentem jest system pożyczek i kredytów. Dzięki nim producenci otrzymują gwarancję zachowania ciągłości dostaw, mają możliwość zawarcia długoterminowego kontraktu i zabezpieczenia swoich dostaw.

Stopniowa zmiana w ramach ruchu *fair trade* w kierunku większego otwarcia następuje kosztem odejścia od pierwotnych zasad leżących u podstaw koncepcji. Wynika to z potrzeb rynku konwencjonalnego, którego *fair trade* jest częścią. Wyjście poza sferę sieci sprzedaży specjalistycznej i wąską grupę konsumentów oznacza włączenie się do głównego nurtu i podporządkowanie się jego regułom. Kurs zmian podjęty przez organizację FLO na początku XXI wieku zmierza do wyjścia poza dotychczasową niszę rynkową.

Następuje powolna komercjalizacja ruchu *fair trade*, a więc dostosowanie podmiotów w nim działających do zasad gospodarki rynkowej. Kierunek ten jest odwróceniem pierwotnych założeń idei polegającej na ochronie najbiedniejszych producentów przed regułami gospodarki rynkowej. Przeciwnicy i zwolennicy zmian prowadzą ożywioną debatę, która dotyczy przyszłości całego ruchu kierunku jego rozwoju. Podstawowy dylemat to: utrzymanie dotychczasowych reguł działania czy reform i włączenie się do głównego nurtu handlu międzynarodowego z zachowaniem pewnych cech. Problemy dotyczące przyszłości ruchu podyktowane są chęcią umiejscowienia tej specyficznej formy produkcji i dystrybucji produktów w ogólnym systemie handlu międzynarodowego. Wynika to z sukcesu samego ruchu, który odnotował gwałtowny rozwój w przeciągu ostatnich dwóch dekad. Można uznać, że ruch *fair trade* stał się ofiarą swojego sukcesu. Wysokie wskaźniki wzrostu sprzedaży produktów *fair trade* i coraz większy udział w runku spowodowały zainteresowanie nim dużych sieci sprzedaży i firm handlowych.

Pozytywnym elementem *fair trade* jest to, że działa w przeważającej mierze w państwach, gdzie obowiązują wysokie bariery administracyjne i instytucjonalne dla rozwoju gospodarczego i społecznego. Dlatego w takim środowisku mechanizm *fair trade* wydaje się dobrym rozwiązaniem. Jest to jednak rozwiązanie dające korzyści w okresie średnioterminowym i na mniejszą skalę. Mimo wzniosłych celów, do których należy przede wszystkim transformacja systemu społecznego i poprawa bytu milionów biednych producentów z Południa, w praktyce zyski są ograniczone i dotyczą niewielkiej grupy.

## Literatura

- Barrientos S., Smith S., *Mainstreaming Fair Trade in global production networks*, [w:] *Fair Trade: The challenges of transforming globalization*, red. L. T. Reynolds, D. Murray, J. Wilkinson, Routledge, London 2007.
- Booth P., Whetstone L., *Half a Cheer for Fair Trade*, "Economic Affairs" 2007, vol. 27, no. 2.
- Claar V.C., *Sprawiedliwy handel? Czy fair trade rzeczywiście zwalcza problem ubóstwa?*, Wydawnictwo Prohibita, Warszawa 2011.
- DeCarlo J., *Fair Trade. A Beginner's Guide*, Oneworld, Oxford 2007.
- DeCarlo J., *Fair Trade and How It Works*, Rosen Publishing, New York 2010.
- Jaffe D., *Brewing Justice. Fair Trade Coffee, Sustainability and Survival*, University of California Press, Berkeley 2007.
- Kohler P., *The Economics of Fair Trade Coffee: For Whose Benefit? An Investigation into the Limits of Fair Trade as a Development Tool and the Risk of Clean-Washing*, VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken 2010.
- Lindsey B., *Grounds for Complaint? Understanding the "Coffee Crisis"*, "Trade Briefing Paper" no. 16, Centre for Trade Policy Studies, CATO Institute, May 2003.
- Nicholls A., Opal C., *Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption*, Sage Publication, London 2005.
- Richardson M., Stahler F., *Fair Trade*, Working Paper no. 481, The Australian National University, June 2007.
- Reynolds L.T., Long M.A., *Fair/Alternative Trade*, [w:] *Fair Trade: The challenges of transforming globalization*, red. L.T. Reynolds, D. Murray, J. Wilkinson, Routledge, London 2007.
- Sabry M., *Free Trade or Fair Trade: Solving the Dilemma*, VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken 2011.
- Valkila J., Haaparanta P., Niemi N., *Empowering Coffee Traders? The Coffee Value Chain from Nicaraguan Fair Trade Farmers to Finnish Consumers*, "Journal of Business Ethics" 2010, no. 97.

### FAIR TRADE: AN OPPORTUNITY OR A THREAT FOR THE DEVELOPMENT OF THE SOUTH?

**Summary:** This paper examines the concept of fair trade as an alternative model of development for the countries of the South. This approach, however, raises many questions and concerns, which means that the promoted model does not fulfill its objectives, and may even cause harmful effects. The article aims to answer the question posed in the title: does fair trade provide an opportunity for the development of the South, and thus contribute to reducing poverty and improvement of living conditions of marginalized producers or does not it meet up hopes put in it?

**Keywords:** fair trade, development, price floor, social premium, niche market.