

Agnieszka Rodowicz - Wzorowy biznes

Na świecie produkuje się „etyczną” czekoladę, soki, herbatę, kawę. Są też adidas, ubrania, torby... Ruch Fair Trade, na Zachodzie już bardzo popularny, dąży do poprawy sytuacji tych, którzy tracą najwięcej na globalizacji i wolnym rynku.

Najważniejsze zasady fair trade to uczciwe traktowanie pracowników, inwestowanie części zysku w pomoc w usamodzielnianiu się najuboższym, ochrona środowiska, recycling, dobra jakość i wyważona cena. Zazwyczaj przedsiębiorstwa spełniające przykazania etycznego biznesu to małe firmy, których właściciele rezygnują z części zysku, by działać w zgodzie z własnym sumieniem. Korporacyjni giganci także próbują firmować swoją działalność filozofią ethical business, ale to pachnie bardziej marketingowymi sztuczkami, niż autentyczną chęcią kierowania się względami moralnymi. Polska gospodarka jest jeszcze bardzo młoda i wydawać by się mogło, że zarówno producenci jak i klienci są na razie na etapie bezkrytycznej konsumpcji. Tymczasem badania przeprowadzone w naszym kraju w 2004 roku pokazują, że 68% badanych uważa za istotne czy firma, której produkty kupują, angażuje się w projekty społeczne a dla 48% ważne jest czy dba o środowisko naturalne. Codziennosc pokazuje jednak, że nasz kapitalizm jest bardzo pazerny, nastawiony głównie na zysk i walkę o niego za wszelką cenę. Zasady moralne nie wydają się być w cenie. Tym bardziej zaskakujący jest fakt, że jest wielu młodych ludzi, którzy prowadzą swoje interesy zgodnie z zasadami fair trade lub angażują się w propagowanie tej idei. „Etyczny biznes nie dotyczy tylko krajów Trzeciego Świata - mówi Ania, socjolog. W Polsce także jest dla niego miejsce”. Zgadza się z nią Kasia - studentka psychologii społecznej i afrykanistyki. Dlatego dziewczyny zdecydowały się na wspólne działanie. Właśnie zakładają stowarzyszenie, którego celem będzie propagowanie idei świadomej konsumpcji. Nie mają jeszcze nazwy, ani żadnych funduszy, ale za to ogromny zapał i mnóstwo pomysłów na działalność. „Chcemy przybliżyć polskim konsumentom, dystrybutorom, ale i przedsiębiorcom idee fair trade” - mówi Kasia. Będziemy też wspierać wprowadzanie na polski rynek towarów z międzynarodowym certyfikatem Fair Trade”. Jest szansa, że dzięki ich akcjom, coraz więcej osób będzie decydowało się na świadome kupowanie lub prowadzenie etycznego przedsiębiorstwa. Na razie pionierzy przecierają szlaki.

Punkowiec przedsiębiorcą

Jedną z podstawowych zasad fair biznesu jest zapewnienie pracownikom dobrych warunków pracy i pensji adekwatnych do włożonego wysiłku. Wydawać by się mogło, że to naturalna i zupełnie podstawowa zasada, ale trudno dziś znaleźć pracodawcę, który by jej przestrzegał. Nie mówiąc już o takim, który uznaje za zupełnie naturalne, że jego pracownicy powinni zarabiać tyle, co on sam. A jednak. Marcin był harcerzem, punkowcem, studiował profilaktykę społeczną, pracował w organizacjach pozarządowych. Od dwóch lat prowadzi firmę kurierską, która działa na zasadzie spółdzielni. Marcin, który jest formalnym właścicielem firmy i poświęca jej najwięcej czasu, zarabia na takich samych zasadach co jego współpracownicy. Tyle jego, ile sam rozwiezie przesyłek. Na pracy swoich kolegów nie zarabia ani grosza. Dla Marcina wybór takiego systemu działania firmy był oczywisty. „Nie mógłbym pracować mając świadomość, że mam 10 albo 100 krotnie większy zysk niż

inni”. Rynek usług kurierskich jest bardzo trudny, spora konkurencja. Duże firmy mogą oferować niskie ceny, prezenty dla klientów, na jakie Marcin i jego „spółdzielnia” nie może sobie pozwolić. „To co my możemy zaproponować klientom to po pierwsze pasja z jaką pracujemy, a po drugie fakt, że robimy to w ramach firmy, która szanuje każdego pracownika”. I jest wielu klientów, którzy z tego powodu wybierają ich usługi. „Dzielimy się obowiązkami, podejmujemy wspólne decyzje, zarabiamy na takich samych zasadach, ale i kosztami dzielimy się solidarnie - wyjaśnia Marcin. Dzięki temu, unikamy też relacji szef - podwładny, wszyscy jesteście równi”. Utopia? Komunizm? „Żeby było jasne - tłumaczy Marcin - celem tej firmy nie jest realizowanie idei tylko zarabianie. Jeżeli okaże się, że słabo się z tego żyje, to skończymy interes”. Na razie to działa. Także finansowo. Zdaniem Marcina da się zarabiać nie wyzyskując innych. Chociaż trzeba się trochę wysilić. I nie ulec zbiorowej pogoni za kasą i histerii, że trzeba być nieuczciwym, bo takie są czasy. „Zdecydowałem się na ten wysiłek bo uważam, że tak mógłby wyglądać świat - mówi Marcin. Świat, w którym nie ma wykorzystywania jednych przez drugich, w którym nie ma zasady, że silniejszemu należy się więcej”.

Babcia szyje fladry

Natka o której pisaliśmy w ... numerze Café projektuje, produkuje i sprzedaje zabawki. I stosuje w swojej firmie zasady fair trade. Przede wszystkim bardzo dba o jakość swoich wyrobów. Uważa także, że cena jej zabawek powinna z jednej strony pozwolić na uczciwe wynagrodzenie dla niej i jej współpracowników, z drugiej nie powinna być sztucznie napompowana. „Każdy klocek jest robiony przez człowieka który go klei, szlifuje, cyzeluje godzinami. To wpływa na cenę zabawki - tłumaczy Natka. Ale jest ona zawsze kompromisem między tym co opłacalne i co uczciwe wobec klienta. Ważny jest też dla niej fakt, że może dać pracę innym. „Przyszywaną” Babcie namówiła na szycie przytulank. Pierwszy etap był dosyć trudny: „Jak Babcia szyła to siedziałam z nią, dokładnie jej pokazywałam jak ma wyglądać oko a jak nos fladry-przytulanki” - opowiada. Dzisiaj ma już kilkunastu współpracowników i cieszy się, że daje im ciekawe zajęcie, dodatkowe pieniądze, poczucie, że są potrzebni. „Dzięki temu czuję, że to co robię ma sens. Nie tylko finansowy”. Pewnie Natka mogłaby zarobić dużo więcej uruchamiając masową produkcję. Ale jej na tym specjalnie nie zależy. „Tak sobie marzę żeby mieć dużą pracownię, gdzie będą siedzieć babcie i szyć fladry” - mówi przedsiębiorcza idealistka. Ania, która od kilku lat projektuje i szyje ubrania dla kobiet w ciąży, też ma pomysł na to jak prowadząc firmę pomagać innym. Planuje włączyć do swojej oferty dzianinę. Najtaniej byłoby oddać produkcję firmie dziewiarskiej. Ale ona nie myśli tylko o zysku. Wpadła na pomysł, żeby dzierganie wełnianych ubrań powierzać samotnym matkom, które często zdane są wyłącznie na marny zasiłek. Dzięki temu będą mogły zarobić będąc jednocześnie w domu, z dzieckiem.

Torebki z recydingu

Ważną zasadą etycznego biznesu, jest też troska o środowisko naturalne. Jednym ze sposobów na to jest recyding, dzięki któremu oszczędza się zasoby naturalne Ziemi. Na Zachodzie sięga do niego coraz więcej projektantów „mody etycznej” i robi się wokół nich wiele szumu. Nasi

projektanci też zaczynają wykorzystywać odzyskiwane materiały, choć więcej w tym intuicji niż świadomego kreowania marki. Joanna, która projektuje i szyje torebki, używa materiałów ze starych ubrań. Poświęca dużo czasu na wynajdywanie tych starych materii, bo jak sama mówi ma poczucie, że dzięki temu może dać drugie życie ubraniom i przedmiotom, które przeznaczone już zostały na wysypisko. „A ja nie lubię, żeby się coś marnowało. Poza tym często są to unikalne wzory, sploty, techniki, których dzisiaj nikt już nie stosuje. W dodatku są zazwyczaj świetnej jakości”. Dzięki odzyskiwaniu surowców Joanna oprócz jakości daje swoim klientom coś jeszcze: każda z jej torebek ma w sobie jakąś historię, która wiąże się z materiałem z którego pochodzi, jego poprzednim wcieleniem i właścicielem. Na recycling postawili też Tomek - grafik, didżej i projektant i jego żona Ania - ekonomistka. Produkują designerskie torby HO-LO z materiałów odzyskanych z nieaktualnych, uszkodzonych lub wadliwie wydrukowanych banerów reklamowych. Ich recyclingowa działalność to sposób na unikatowe, niepowtarzalne wzornictwo. Ale jest to też protest przeciwko zalewowi bezosobowych masowych produktów, wytwarzanych często w sposób krzywdzący dla pracujących przy ich wyrobie ludzi. „Nasze torby to także manifest na rzecz ochrony środowiska” - dodaje Tomek. I przyznaje, że chociaż „holowniki” - jak nazywają swoje torby, nie zapewniają im finansowego rajy, to idee dla których pracują są dla nich na tyle ważne, że chcą być im wierni. „Bo to nasz sposób na życie” - mówią Tomek i Ania.

Adwokat z zasadami

Uczciwe traktowanie pracowników to jedna strona medalu etycznego biznesu. Drugą jest podejście do klienta. Maciek, adwokat z dwuletnim stażem, jeszcze w trakcie aplikacji postanowił poważnie potraktować zasadę, że adwokatura to służba. Adwokatem jest się po to, by pomagać ludziom rozwiązywać problemy a nie je tworzyć by potem czerpać z tego zyski. „Spotykałem się z takimi praktykami, że klienta się łapie po to, by z niego żyć. A przecież nie o to chodzi”. Maciek oparł filozofię działania swojej kancelarii na ochronie interesów klienta. „Nie prowadzimy sporów, po to żeby je prowadzić. Staramy się je wygaszać, nawet uświadamiając klientom, że trzeba czasami odpuścić”. Plus tej zasady jest też taki, że Maciek i jego współpracownicy, nie męczą się sprawami, które prowadzą. To wychodzi na dobre i im i klientom. Wybór stylu działania kancelarii Maćka był podyktowany przede wszystkim względami etycznymi. Ale jest to też sposób na wyróżnienie kancelarii na tle konkurencji. „Jeśli już na samym początku klient dowiaduje się, że zadaniem kancelarii jest jak najszybciej załatwić problem, to ma większą motywację, żeby sprawę adwokatowi powierzyć i za nią zapłacić” - tłumaczy Maciej. Przyznaje, że jest w jego strategii pewne ryzyko, przede wszystkim finansowe. „Początki nie były łatwe, ale utrzymaliśmy się na rynku, mamy płynność i wydaje się, że przetrwamy, wręcz, że będziemy się rozwijać.”. Filozofia Maćka obejmuje też rzetelne traktowanie klientów z urzędu, mimo, że sprawy te są słabo płatne. Kolejną zasadą jego kancelarii jest stawianie jasnych kryteriów: klient ma prawo wiedzieć czy sprawa ma szansę powodzenia, ile może zająć czasu i ile będzie kosztować. „Staramy się to jak najszybciej określać, żeby człowiek wiedział na co się decyduje. I żeby można to było zrealizować. Nie obiecujemy rzeczy niemożliwych” - mówi młody adwokat. I dodaje, że jego założenia to podstawowe zasady etyczne.

To prawda. Tyle, że nie wszyscy je realizują. Bo gdyby było inaczej nie powstałby termin etyczny biznes. Nasi młodzi przedsiębiorcy czasami świadomie decydują się na taki styl działania, choć często nawet nie wiedzą, że to co robią ma swoją nazwę i jest nowym trendem w gospodarkach krajów rozwiniętych. I chociaż zwykle spełniają tylko jedną, dwie z kilkunastu zasad ethical business trzeba o nich mówić. Bo działają w ten sposób przede wszystkim z potrzeby bycia uczciwym a nie po to, by lepiej wypaść w oczach klientów.