

**2012**

*Glied Viktor*

*A Fair Trade mozgalom*

A gazdaság gyors globalizációjának környezeti és szociális hatásai, valamint a szabadkereskedelmet elősegítő intézkedések, az állami szektor karcsúsítása a legtöbb fejlődő országban növelte a szegénységet és még inkább mélyítette az egyenlőtlenségeket. (Berry, 1998) Ahogy a globalizáció felszámolja a nemzetközi piaci folyamatokat korábban meghatározó társadalmi-politikai határokat, a neoliberális kapitalizmus fő eszméi (a felhalmozás mindent felülíró vágya, amelyet a vállalatok létfenntartó ösztöne és a versenyképesség megőrzése hajt) egyre jobban maguk alá gyúrik az ökológiai és társadalmi igazságosság követelményeit. (Foster, 1994: 11-33.)

A globalizáció negatív hatásaira válaszul olyan új, alternatív gazdasági irányzatok jelentek meg a második világháborút követő évtizedekben, melyek igyekeztek etikai és ökológiai megfontolásokat beépíteni működési rendjükbe. Ezek egyike a *méltányos kereskedelem* (fair trade) követelményeinek megfelelő termelés és kereskedelem, amelynek célja a globális kapitalizmus igazságtalanságainak leküzdése. Olyan fogalomról van szó, amely viszonylagos népszerűsége és politikai támogatottságra tett szert a hetvenes években, jelentősége azonban a nemzetközi kereskedelem liberalizálásának fényében egészen az utóbbi időig csökkenni látszott. Korunk közgazdasági ideológiája a szabadkereskedelmet részesíti előnyben, és a kereskedelmi kedvezmények rendszere veszített jelentőségéből – azonban nem tűnt el, és a még meglévő, bár gyakran bírált elemei továbbra is tanúskodnak egy alternatív kereskedelmi ideálról.

A preferenciális elbánás elve és a kompenzációs mechanizmusok sokféle kritikát kaptak. A (neo)liberális közgazdászok szerint olyan állami beavatkozást testesítenek meg, amely eltorzítja a piaci viszonyokat, és követhetetlen folyamatokat hoznak létre a nemzetközi gazdasági rendszerben. Nemcsak aláássák a fair versenyt szolgáló kereskedelmi rezsim működését, de ráadásul nem is hatékonyak, hiszen a jólét növekedését a piac képes leginkább biztosítani. (Boda, 2001)

A témával foglalkozó szerzők elemzéseinek közös pontja az, hogy a méltányos kereskedelem tulajdonképpen elutasítja a neoliberális globalizációt, hogy helyette a globalizáció olyan vízióját kínálja, amely a haszonból az elmaradottabb déli féltekén élő többségnek is juttat. A fair trade szerintük egy olyan projekt, amely „ellentmond a neoliberális intézkedéseknek és megreformálja a piacot, hogy az az embereket szolgálja, és ne fordítva” (Jaffe – Kloppenburg – Monroy, 2004: 192) A fair trade nem csak helyi szinten veszi fel a harcot a szegénységgel és a marginalizálódással, hanem az ezeket létrehozó és tartósító struktúrákat is támadja. A fejlődő országok kormányai és a nemzetközi civil szervezetek évtizedek óta sikertelenül próbálják meg elérni, hogy az északi országok hagyjanak fel a mezőgazdaságuk állami támogatásával, feleslegüket pedig ne a déli félteke termelői kárára dobják ki a világpiaconra.

Azt is elmondhatjuk, hogy a fair trade mozgalom résztvevői kezdik feladni eredeti víziójukat, miszerint államilag szabályozott alternatív kereskedelmi rendszer állhatna a jelenlegi helyébe, és megpróbálnak megalkudni a transznacionális vendéglátóipari óriásokkal. A fair trade hálózat története azt mutatja, hogy a kapitalista piac törvényei továbbra is korlátozzák a méltányos kereskedelmet és némileg módosítják annak kezdeti elképzeléseit. Fridell szerint ebből következően vannak arra utaló jelek, hogy a hálózat korlátozottabb értelmezését tükröző „testreszabott előny” nézőpont valóságosabb értékelést ad a mozgalom valódi lehetőségeiről. (Fridell, 2006)

A fair trade-et kutatók egyetértenek abban, hogy a méltányos kereskedelem több mint egyszerű kihívás a globális kereskedelem társadalmi igazságtalanságaival szemben. Bár a méltányos kereskedelem csak korlátozottan képes közvetlenül hatást gyakorolni a globális kereskedelmi rendszerre, a legnagyobb potenciálja abban rejlik, hogy felhívja az északi félteke vásárlóinak figyelmét a globális egyenlőtlenségekre, és arra, milyen körülmények között készülnek a déli félteke árucikkei. Egyes szerzők szerint a fair trade egész egyszerűen a kapitalista kultúrát támadja meg, amikor felemeli szavát a fogyasztói társadalmakra jellemző atomizáció, individualizáció és elidegenedés ellen. Emiatt állítja Charles Simpson és Anita Rapone, hogy a fair trade felhívja a figyelmet a „kapitalizmus destruktív hatásaira, a társadalmi szolidaritás hanyatlására és materializmus szűkös motivációs rendszerére” (Simpson – Rapone, 2000: 55). Bár többnyire nem hivatkoznak közvetlenül Marxra, sok szerző utal arra, hogy a fair trade eszme ellentétes az „árak fetiszizálásával”, amely miatt az emberek közötti társadalmi érintkezések az általuk birtokolt dolgok közötti relációknak tűnnek. Ez természetszerű velejárója a kapitalista termelésnek, amelyben az emberek az

utilitarizmus jegyében önző egyénekként vesznek részt a piacon és fogyasztóként nincs érzelmi kötődésük a vásárolt termékekhez. Mégis azt mondhatjuk, hogy bár a fair trade hálózat talán szimbolikusan ellensége a kapitalista kultúrának, valójában nem képes azt elérni, hogy a termékek személytelen árujellegét megtörje, hiszen maga is egy piacközpontú kereskedelmi modellnek tekinthető. (Fridell, 2006: 21)

A fair trade a nemzetközi árucseré szokásos felfogásától eltérő megközelítés. Kereskedelmi partnerséget jelent, amely a piacokról kizárt, hátrányos helyzetű termelők számára hivatott a fenntartható fejlődést előmozdítani. Ezt a célt jobb kereskedelmi feltételek biztosításával, a tudatosság növelésével és kampányok szervezésével valósítja meg.

A Fair Trade céljai a következők:

1. Növelni a termelők jövedelmét és jólétét azáltal, hogy javítja a piacra jutás esélyeit, megerősíti a termelők szervezeteit, jobb árat fizet az árukért és hosszú távú kereskedelmi kapcsolatra törekszik a termelőkkel.
2. A hátrányos helyzetű termelők, különösen a nők és a bennszülöttek fejlődési esélyeit növelni, valamint védelmet nyújtani a gyermekeknek a kizsákmányolás ellen.
3. Növelni a fogyasztók tudatosságát a nemzetközi kereskedelem kistermelőket sújtó káros következményeiről annak érdekében, hogy vásárlóerejüket jó célok érdekében használhassák.
4. Megteremteni a kereskedelmi partnerség jó példáját a párbeszéd, az átláthatóság és a respektus értékeinek előtérbe állításával.
5. Kampányolni a hagyományos nemzetközi kereskedelem szabályainak és gyakorlatának megváltoztatása érdekében.
6. Védelmet nyújtani az emberi jogokat a társadalmi igazságosság, a környezetbarát tevékenységek, valamint a gazdasági biztonság előmozdításával. (Boda, 2001: 25)

A fair trade fő eszközei a demokratikus szervezettség elősegítése, a gyerekmunka tilalma, a munkások elismert szakszervezetei, valamint a környezeti fenntarthatóság. A szabadkereskedelem keretei között működő fair trade árukat garantált minimálárral adják-

veszik a hálózatban részt vevő kereskedők, amely tartalmazza azt a „szociális prémiumot”, amelyet a vásárló a termelő közösségeknek fizet. A termelő közösség azután abból fejlesztheti szociális infrastruktúráját, beleértve pl. utakat, iskolákat, kórházakat. A cél az, hogy a vásárló és az eladó közt olyan hosszú távú kapcsolat jöjjön létre, amely némi stabilitást nyújthat a piaci ingadozásokkal szemben.

Ahogy az elmúlt évtizedekben növekedett a méltányos kereskedelem nemzetközi hálózata, a fair trade termékek pedig egyre népszerűbbé váltak a nyugati piacokon, az akadémiai körök és civil szervezetek érdeklődése is megnőtt a téma iránt. A témával foglalkozó tanulmányok alapvető teoretikai megközelítéseit három kategóriába lehet sorolni:

1. A fair trade-et sikeres kezdeményezésként látja, amely segít a helyi szerveződéseknek olyan kapacitások létrehozásában, amivel azok enyhíteni tudják a globalizáció negatív hatásait (testreszabott előny).
2. Az alternatív nézőpont szerint a fair trade egyenes a globalizáció egyik alternatívája, amely a neoliberais paradigmával ellentétben megpróbálja „bevonni” azokat a szektorokat, amelyek korábban „kimaradtak” a nemzetközi kereskedelemről, vagy nem egyenlő eséllyel vettek részt abban. Ennek hívei közül sokan úgy ábrázolják a méltányos kereskedelmet, mint a neosmithianus értelemben vett igazi „szabadkereskedelmet”, ellentétben a neoliberais verzióval, amely protekcionizmussal és monopóliumokkal jár együtt és az északi félteke országait, valamint azok transznacionális vállalatait védelmezi és hozza helyzetbe. Mások – főként Polányi Károlyra hivatkozva – a fair trade-ben a nemzetközi kereskedelmi kapcsolatok újraépítésének lehetőségét látják, amelyekkel megváltozhat a piacok „felépítésének és ellenőrzésének, valamint a gazdasági hasznok elosztásának módja” (Raynolds, 2002).
3. A harmadik nézőpont szerint a fair trade áruk túllépnek a nemzetközi kereskedelem hagyományos árupiaci nézőpontján és etikai kérdéseket is közvetítenek. (Fridell, 2006) Bird és Hughes hívja fel a figyelmet arra, hogy ez a kompromisszum a fair trade hálózat által sugárzott „társadalmi igazságosság” üzenetére is hatással van, hiszen annak kellően radikálisnak kell lennie ahhoz, hogy vonzza az „etikus vásárlásra” hajlandó fogyasztókat, de nem szabad túl radikálisnak lennie, nehogy a „mérsékelt etikus” fogyasztók ellenszenvét vívja ki. (Bird – Hughes, 1997: 164)

A fair trade árukat független minősítők hitelesítik, amelyek nyilvántartják a fair trade termelőket, kereskedőket, és a feltételeknek megfelelőeknek meghatározott díjért a fair trade címke használatát engedélyezik. A világ legnagyobb fair trade minősítője a Max Havelaar/Trans Fair, amely tizenhét nemzeti kezdeményezést (NI) fog össze Európa, Észak-Amerika és Japán különböző országaiból a Fairtrade Labelling Organizations International (Méltányos Kereskedelem Nemzetközi Címkéző Szervezete – FLO) ernyője alatt, hogy az egyes országok erőfeszítéseit koordinálni lehessen. Az FLO jelenleg hét árucikkre állapított meg standardokat: kávéra, kakaóra, mézre, nádcukorra, teára, banánra és narancslére.<sup>1</sup> (Fridell, 2003)

A fair trade termékek termelése, előállítása során igyekeznek minél kevesebb vegyszert felhasználni és a lehetőségekhez mérten a környezetbarát technológiákat részesítik előnyben. A garantált tisztességes árból származó profit lehetővé tette, hogy az afrikai, ázsiai, latin-amerikai fair trade közösségek fejlesszék kórházaikat, úthálózatukat és feldolgozó üzemüket, így növelve a helyiek életszínvonalát és életminőségét. Fridell kiemeli, hogy a hagyományos („etikátlan és méltánytalan”) kávétermesztés a fair trade szöges ellentéte: a zöld forradalom vegyszereivel, kevés árnyékoló növényvel, a dolgozók kizsákmányolásával és számos negatív társadalmi és ökológiai hatással jár együtt.

Habár az elmúlt évtizedekben a méltányos kereskedelem nagyságrendje nagyot nőtt, továbbra is csekély részt birtokol a világkereskedelemből. A fair trade további növekedésének lehetősége hosszú távon azon múlik majd, meg tudja-e törni a piac jelenlegi rendjét. Sok szakértő úgy látja, hogy a méltányos kereskedelem lehetőséget ad a termelőknek a globális piacra jutásra, ezáltal belülről bomlasztanak a kapitalizmus logikáját. A fair trade nem ellentétes a kapitalista termelés alapvető társadalmi viszonyaival, hiszen a termelők ebben az esetben kisbirtokosok, akik földjük fenntartása érdekében vesznek részt a piaci versenyben, vagy elszegényedett munkások, akik megélhetésük érdekében kénytelenek belépni a munkaerőpiacra. A fair trade szövetkezetek a marketingre és a feldolgozásra fókuszálnak, egyik fő céljuk, hogy magukat a termelőket óvják a piacok szeszélyes változásaitól. A

---

<sup>1</sup> Fridell szerint az elmúlt harminc évben a méltányos kereskedelem hálózata folyamatosan nőtt és jelentős szereplővé vált az európai és észak-amerikai piacokon.<sup>1</sup> A méltányos kereskedelem ennek megfelelően alternatív kínál a szabadjára engedett globális kapitalista piacnak. Ez leginkább a kávé esetében látható, ami a fair trade árukon belül a legnagyobb árucsoportot jelenti. Renard (1999) adatai szerint a kétezres évek elején az FLO által minősített kávék Svájcban a kávépiac 5%-át, a holland piac 3%-át, valamint az összeurópai piac 1%-át adták, elsősorban Nyugat- és Észak-Európában.

fogyasztói társadalom pedig nem csupán egészséges, organikus termékekhez jut, de saját lelkiismeretét is igyekszik lecsillapítani.

Az elemzők nagy része úgy látja, a fair trade termékek – legalábbis rövidtávon – csak egy nagyon szűk piaci szegmensre törhetnek be. A fair trade termelők tulajdonképpen kihasználják egy szűk, ökológiailag és szociálisan is érzékeny vásárlói réteg meglétét Európában és Észak-Amerikában. (Renard, 1999) Az erkölcsi és ideológiai megfontolások (például társadalmi igazságosság vagy környezeti fenntarthatóság) egyfajta „etikus pluszt” vagy „piaci előnyt” jelentenek, tulajdonképpen „hozzáadott értéként” a kész termék esetében. A fair trade életképessége azon múlik, el lehet-e adni a „fair trade etikát” a vásárlóknak. A környezettudatosság növekedésével a fair trade termékek számára is nagyobb kereslet alakulhat ki, azonban ez maga után vonhatja az ágazat kapitalizálódását.<sup>2</sup>

Bár a fair trade áruk termelői és importőrei között szoros az együttműködés és jellemző a szolidaritás, a méltányos kereskedelemmel foglalkozó kénytelenek a piacon versenyezni az olcsóbb, „nem méltányos” termékekkel. A fair trade mozgalom fennmaradása azon múlik, képesek-e kiharcolni egy szeletet a tradicionális termelők által uralt piacból és el tudják nyerni a vásárlók lojalitását. A méltányos kereskedelemről származó termékek árai magasabbak a piacon szokásosnál, hiszen megkapják a szükséges minősítést, de ha ezek az árak túl magasak, akkor a vásárlók nem hajlandóak fizetni értük. Végül soron a piac megállapítja az „etikus plusz” árát, ami annyi lesz, amennyivel többet az északi félteke vásárlói fizetni hajlandóak a méltányos fogyasztásért. (Fridell, 2003)

A méltányos kereskedelem legnagyobb erénye az, hogy képes lehet lerakni egy új, morális gazdaság alapjait, amely túllép a nemzeti kereteken és hozzájárul ahhoz, hogy az emberek méltó élethez való joga felülírja a kereslet és kínálat változásait. A fair trade morális gazdasága olyan elveket vall, amelyek ellentétesek a kapitalista piac logikájával. Ez utóbbi ugyanis csak abban az esetben kezdeményezi utak, parkok, csatornák, iskolák és kórházak építését, ha az – sok esetben nem is közvetlenül – profitot termel (McNally, 1993). Ezzel szemben a fair trade áruk eladásából származó összeg egy részét szociális prémiumként kapják az eladók azzal a céllal, hogy a közjó érdekében a szükséges infrastruktúra fejlesztésére költsék. A fair trade egy másik tekintetben is ütközik a piac logikájával, mivel a

---

<sup>2</sup> David Ransom fair trade szakértő ennek kapcsán úgy fogalmazott: „Ha nem vigyázunk, a méltányos kereskedelem egy szempillantás alatt olyanná válhat, mint bármely más típusú kereskedelem”. (Ransom, 2001: 108)

„kritikus fogyasztói kultúrát” hirdeti, amely kétségbe vonja a kapitalizmus individualista, versengő és etikailag kétséges kultúráját. A kapitalista piac önmagában nem biztosít érdemi információt a privát tranzakciók társadalmi hatásairól, a fair trade mozgalom résztvevői viszont tájékoztatni igyekeznek a vásárlókat a termelők életkörülményeiről és egyfajta személyes kapcsolat benyomását igyekeznek kelteni. (Simpsons – Rapone, 2000: 54) A fair trade nem elemezhető a piaci logika alapján morális gazdaságra nem csak az etikus gondolkodásra nyitott vásárlókat szólítja meg, hanem aktivistái révén az északi félteke transznacionális vállalataira is igyekszik nyomást gyakorolni.<sup>3</sup> Ez az adásvétel egy egészen új formája, amely a részben piac szempontjai elé helyezi a társadalmi és gazdasági igazságosság szempontjait. Bár a neoliberalizmus korában a fair trade céljai radikálisnak tűnhetnek, az mozgalomnak határt szab az, hogy maga is részese a globális kapitalista piacnak. A globális kapitalizmus résztvevőinek, mechanizmusainak és struktúráinak dominanciája nem változik, és sok tekintetben a fair trade nem is kérdőjelezi meg azokat.

### **Felhasznált irodalom**

- Berry, Albert (ed.): *Poverty, Economic Reform, and Income Distribution in Latin America*. Boulder, Col.: Lynne Rienner, 1998.
- Boda Zsolt: A méltányos kereskedelem elvei. In. *Esély* 2001/4.
- Foster, John Bellamy: *The Vulnerable Planet: A Short Economic History of the Environment*. New York: Monthly Review Press, 1994.
- Fridell, Gavin: Fair Trade and the International Moral Economy: Within and Against the Market. In. *CERLAC Working Paper Series*, January, 2003.
- Jaffee, Daniel – Jack, Kloppenburg R. Jr. – Mario, Monroy B.: Bringing the ‘moral charge’ home: fair trade within the North and within the South. In. *Rural Sociology* 69., 2004.
- McNally, David: *Against the Market: Political Economy, Market Socialism and the Marxist Critique*. London: Verso, 1993.
- Ransom, David: *The No-Nonsense Guide to Fair Trade*. Toronto, New Internationalist and Between The Lines, 2001.
- Raynolds, Laura T.: Consumer/producer links in fair trade coffee networks. In. *Sociologia Ruralis* 42., 2002.
- Renard, Marie-Christine: The interstices of globalization: the example of fair coffee. In. *Sociologia Ruralis* 39., 1999.
- Simpson, Charles R. – Rapone, Anita: Community development from the ground up: social-justice coffee. In. *Human Ecology Review* 7., 2000.

---

<sup>3</sup> A Starbucks, a világ egyik legnagyobb kávéforgalmazója is átváltott 2000-ben a fair trade kávék árusítására 2300 amerikai üzletében, miután a Global Exchange emberi jogi csoport harminc városban nagyszabású demonstrációkkal fenyegette a céget. A Global Exchange az akció sikerén felbuzdulva a Procter and Gamble multinacionális vállalat tulajdonában lévő Folgers kávékereskedőre és az M&M/Mars cégre is nyomást gyakorolt, hogy bevonja őket a méltányos kereskedelem tevékenységébe.