

التجارة الخارجية العادلة

دراسة استرشادية للتجارة الخارجية المصرية

د/ مرتضى محمد صلاح الدين عبد اللطيف

معهد الجزيرة العالي بالمقطم

ملخص الدراسة

لقد تميزت الفترة التي تلت الحرب العالمية الثانية بنمو ضخم في حجم التجارة الخارجية والتدفقات المالية، وأدى ذلك إلى زيادة نسبة التجارة الخارجية في النشاط الاقتصادي الكلي. وهذا يعني أن ارتباطا بين كل دول العالم قد حدث بسبب تزايد أطراف التبادل الدولي. هذا النمو الضخم في التجارة والتدفقات الخارجية سببه مجموعة من العوامل لعل أهمها هو ما حدث من تحرير للتجارة الخارجية نتيجة الجولة الأخيرة من جولات الجات وظهور منظمة التجارة العالمية، جنبا إلى جنب مع التطور الهائل في مجال الاتصالات التكنولوجية المباشرة، فلا شك ان ما حدث من تقدم تكنولوجي سريع لا يقل أهمية عن تحرير التجارة والمال، حيث انعكس ذلك على سرعة نقل وتجميع المعلومات وتصنيفها واسترجاعها، الامر الذي دعم من تحقيق عالمية الأسواق. لقد ترتب على كل هذه المستجدات أن ظهر مفهوم الاعتماد المتبادل بديلا عن مفهوم التبعية الاقتصادية، فالأول يعني تعاظم التشابك بين البلاد المتبادلة، وأن هذا التعاظم كون نوعا جديدا من التبادل، ظهر في شكل ترابط بين كل الدول في اتجاهين اخذا وعطاء، بدلا من مفهوم التبعية الاقتصادية الذي كان يعني تأثيرا لأحد الأطراف على الطرف الآخر. ترتب على تنامي درجة الاعتماد المتبادل بين الدول ظهور آثار وأنماط عديدة في العلاقات الخارجية، منها سرعة انتقال الأحداث والمستجدات - إيجابية أو سلبية- بين دول العالم، كما تزايدت أهمية العلاقات الاقتصادية الخارجية كعامل محدد من عوامل النمو في البلاد المختلفة، أيضا من العوامل التي أصبح يعتمد عليها نمو الناتج القومي في أي بلد، بجانب نوعية الاستثمار والعمالة والمنتجات، هو حجم زادت الصادرات، فأصبحت الصادرات تلعب دورا هاما في نمو الناتج القومي، ليس الصادرات بمعناها الشامل ولكن بمعناها النوعي والكيفي، حيث أصبح العنصر البيئي يعد متغيرا

أساسيا في نموذج التصدير، ولهذا زادت درجة التنافسية في الاقتصاد العالمي وترتب على ذلك إزالة وتخفيف العوائق في تدفقات السلع والخدمات، ولذلك فقد أصبح مفهوم التجارة العادلة أحد المفاهيم الحديثة، التي جاءت نتيجة لهذه المتغيرات والمستجدات مع اتجاه دول العالم إلى تخفيض القيود الجمركية وغير جمركية على حركة التجارة الخارجية.

* الكلمات الرئيسية:

التجارة العادلة - التجارة الخارجية - السعر العادل.

أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من كونها تتعلق برصد وتحليل ظاهرة التجارة الخارجية العادلة وتبني العديد من الشركات العالمية لها، وكيف أثرت هذه الظاهرة على حركة التجارة الخارجية، مع استعراض بعض النماذج لشركات تبنت مفهوم التجارة الخارجية العادلة، وما أثمرت من نتائج عند تطبيق مفهوم التجارة العادلة، وذلك مع استعراض المشكلات والتحديات التي واجهت تطبيقها على الجانب الخاص بالدول النامية وبشكل خاص مصر.

هدف الدراسة

تهدف الدراسة إلى الكشف عن بعض الحقائق الخاصة بتطبيق التجارة الخارجية العادلة على عوائد كل من الشركات والمؤسسات والمنتجين في كل من الدول النامية والدول المتقدمة، مع التعرف على تأثيرها على حجم التجارة الخارجية في هذه الدول، بجانب إبراز الدور الهام للعديد من المؤسسات والمنظمات الخارجية، في تبني ونشر وتطبيق مفهوم التجارة العادلة. مع محاولة الاستفادة من نموذج التجارة العادلة الخارجية في حالة التجارة الخارجية المصرية.

فروض الدراسة

١- من المتوقع في ظل تطبيق مفهوم التجارة الخارجية العادلة من جانب كل من الدول النامية والدول المتقدمة أن تزداد معدلات التجارة الخارجية وتحقق الدول النامية خاصة مصر مكاسب وعوائد اقتصادية كبيرة لكلا الطرفين.

٢- قد تساهم بعض السياسات التجارية الاحتكارية لبعض الشركات والمؤسسات في بعض الدول المتقدمة في الحد من الآثار الإيجابية الخاصة بتطبيق التجارة العادلة وزيادة الانخفاض في معدلات النمو الاقتصادي في الدول النامية، بجانب الحد من إنعاش جانب الطلب على صادرات الدول النامية.

مشكلة الدراسة

تتبع مشكلة الدراسة من خلال تزايد حجم الفجوة ما بين الدول المتقدمة والدول النامية في مؤشرات التنمية الاقتصادية ، والتي قد يرجع أسبابها إلى تحقيق الدول المتقدمة أرباحا وعوائد مرتفعة على حساب الدول النامية ، وذلك من خلال استغلال الدول المتقدمة للدول النامية بشراء منتجات الدول النامية بأسعار منخفضة، على الجانب الآخر تقوم الدول المتقدمة ببيع منتجاتها بأسعار مرتفعة مما يحرم الدول النامية من حقوقها في الحصول على أسعار وعوائد عادلة، و ترتب على ذلك العديد من الآثار السلبية خاصة انخفاض العدالة في حركة التجارة الخارجية، مما دفع ببعض المؤسسات والمنظمات الخارجية نحو ضرورة البحث عن بدائل لمواجهة هذه الآثار السلبية، والتي كانت أهمها تطبيق منظومة التجار الخارجية العادلة في المعاملات التجارية بين دول العالم، ولذلك تقوم هذه الدراسة بإلقاء الضوء على هذا الاتجاه الخاص بتطبيق مفهوم التجارة الخارجية العادلة، وعلى آلية تطبيقها من جانب المؤسسات والشركات والمنتجين في دول العالم.

منهجية الدراسة

تستخدم الدراسة الأسلوب الوصفي في عرض الإطار النظري للآثار الناتجة عن تطبيق ظاهرة التجارة الخارجية العادلة، والدور الذي تلعبه التجارة العادلة في ترسيخ مفهوم العدالة في حركة التجارة الخارجية خاصة فيما بين الدول المتقدمة والدول النامية، كما تستخدم الدراسة أسلوب التحليل الرياضي لاختبار وتحليل التأثيرات المختلفة لأطراف السوق، للتعرف على نقاط القوة والضعف في سوق التجارة العادلة.

خطة الدراسة

تشتمل الدراسة على ثلاثة مباحث بجانب ما توصلت إليه من نتائج وتوصيات، وذلك على النحو التالي:

المبحث الأول: مفهوم ونشأة التجارة الخارجية العادلة.

المبحث الثاني: تطور ونمو التجارة الخارجية العادلة حول العالم.

المبحث الثالث: عوائق وتحديات تطبيق التجارة الخارجية العادلة في مصر.

المبحث الأول

مفهوم ونشأة التجارة الخارجية العادلة

تمهيد

من الملاحظ تحول مفهوم تحرير التجارة الخارجية من عامل لخدمة التنمية، والقضاء على الفقر، إلى وسيلة غير عادلة للتنمية الاقتصادية في البلدان النامية، وآلية لفرض سياسات اقتصادية بعيدة كل البعد عن العدالة من قبل الدول المتقدمة باتجاه الدول النامية، حيث أن التبادل التجاري بين الدول المتقدمة والدول الأقل تقدماً يحدث على أسس غير متساوية وغالباً ما يكون الميزان التجاري في صالح الدول المتقدمة. ولذلك بدأ ظهور فكرة (التجارة العادلة) FAIRE TRADE في أوائل التسعينيات من القرن العشرين، عندما تبنت بعض المنظمات والمؤسسات الأوروبية والأمريكية فكرة تحقيق سعر عادل لمنتجات صغار المزارعين ومصدري المواد الزراعية وأصحاب الحرف التقليدية. وتقوم الفكرة الأساسية لمفهوم التجارة العادلة على كيفية توفير فرص وسبل جيدة للمنتجين في الدول النامية لبيع سلعهم ومنتجاتهم بأسعار قريبة من الأسعار العالمية، وتقليل حالات الاستغلال التي يتعرض لها هؤلاء المنتجون، خاصة من جانب الدول المتقدمة.

١/١ مفهوم التجارة العادلة

بدأ ظهور فكرة التجارة العادلة في أوائل عقد التسعينيات من القرن العشرين، عندما تبنت بعض المنظمات والمؤسسات الأوروبية والأمريكية فكرة تحقيق سعر عادل لمنتجات صغار المزارعين ومصدري المواد الزراعية وأصحاب الحرف التقليدية، وخاصة في دول العالم النامي. وقد برز هذا المفهوم "التجارة العادلة" بشكل واضح على يد مؤسسة "أوكسفام" العالمية التي تأسست في عام ١٩٤٢ وهي عبارة عن اتحاد من المنظمات غير الحكومية المستقلة التي تركز نشاطاتها لمكافحة الفقر. وإلى جانب "أوكسفام"، تبنت أربعة اتحادات كبرى في أوروبا فكرة نشر التجارة العادلة، وهذه الاتحادات تتمثل في (الاتحاد الدولي للتجارة العادلة)، ومقره هولندا، و(المنظمات الخارجية للعلامات التجارية والتجارة العادلة)، و(شبكة المؤسسات التجارية العالمية الأوروبية) والذي يمثل حوالي ٢٥٠٠ من مؤسسات التجارة العادلة، و(الاتحاد الأوروبي للتجارة العادلة) والذي يملك مكتبا خاصا في بروكسل للدفاع عن قضايا التجارة العادلة. وعلى الرغم من أن القيمة الإجمالية لمساهمة التجارة العادلة لا تتجاوز ٠,٠١ في المائة من التجارة العالمية، إلا أن هناك تزايدا في تطبيقها خاصة في السلع الاستهلاكية و*١ ولقد قدرت مبيعات التجارة العادلة في عام ٢٠٠٢ بمبلغ ٤٠٠ مليون دولار، وكان نصيب المنتجات الحرفية ٢٥ % من إجمالي المبلغ المذكور *٢، وذلك وفقاً للمنظمة الخارجية للعلامات الخاصة بالتجارة العادلة ومقرها بون في ألمانيا. أما مبيعات التجارة العادلة فقد حققت على الصعيد العالمي نمواً بنسبة ٤٣%، ولقد تأسست مؤسسة التجارة العادلة بمصر "Fair Trade Egypt" في عام ١٩٩٨، وهي مؤسسة لا تهدف للربح، وتأسست في

1* Loraine Ronchi, "Fairtrade "and Market Failures in Agricultural Commodity Markets, (2006). Research Working Paper 4011, World Bank, p.1.

٢ *وفاء فرج، التجارة العادلة، تاريخ الاطلاع (٥- يناير - ٢٠١٧)، كنانة أونلاين، الصندوق المصري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، <http://www.kenanaonline.net/page/8716>

الأساس لمساعدة صغار الحرفيين والمزارعين المصريين، لتسويق منتجاتهم. ويتم الاحتفال باليوم العالمي للتجارة العادلة في ٣١ مايو من كل عام. ويلاحظ أن شراء منتجات التجارة العادلة يوفر المزيد من الدخل للمزارعين في الدول النامية، الذين يعملون ليل نهار للحصول في النهاية على مبالغ ضئيلة جدا من المال، وإذا لم يدفع لهؤلاء المزارعين بأسعار مناسبة وعادلة، فإن هذه الأسر لن تكون قادرة على الحصول على الطعام واحتياجاتها الأساسية بشكل كافي وعادل، كما أنها لن تكون قادرة على تحمل تكاليف وأعباء التعليم لأطفالهم، ومن ثم فإن جزءا لا يستهان به من التركيب المجتمعي للدول سوف يستفيد من عمليات التبادل الدولي، ومن ثم سوف يكون هناك عدالة في توزيع الدخل وهو مطلب أساسي من مطالب المؤسسات الدولية والحكومات.

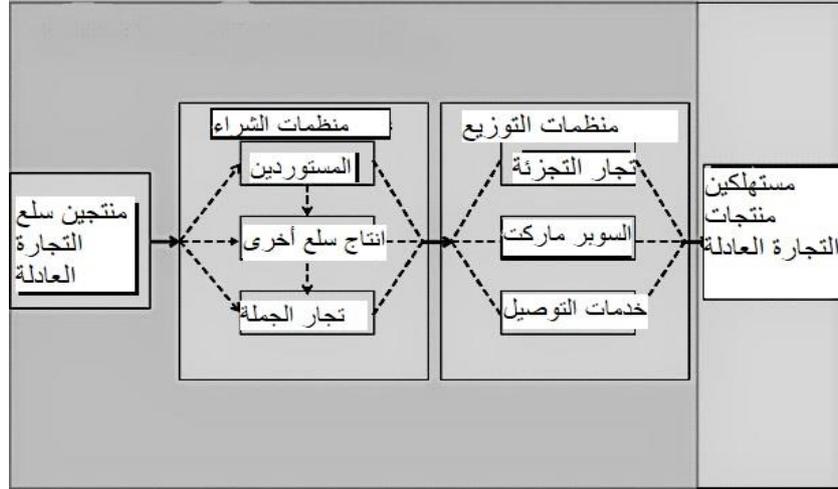
ويمكن تعريف التجارة الخارجية العادلة بأنها "التجارة التي تقوم على مبدأ الشراكة والشفافية في التبادل التجاري، مع تقليص عدد قنوات التوزيع للسلع للوصول للسعر العادل، ويكون الهدف هو تحقيق أكبر مستوى من العدالة في مجال التجارة الخارجية والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تقديم شروط تجارية أفضل وحماية حقوق العاملين والمنتجين المهمشين خاصة في الدول النامية"^{3*}. ويكون دور منظمات التجارة الخارجية العادلة التي يدعمها المستهلكين، مساندة المنتجين والمزارعين مع نشر التوعية وإجراء حملات من أجل تغيير قواعد وممارسات التجارة التقليدية غير العادلة. ويوضح شكل (١) مخطط مبسط لنموذج التجارة العادلة، وفيه يتم تخفيض عدد القنوات التوزيعية والوسطاء في العملية التجارية، ويلاحظ أنه يمكن

3* IFAT (The International Fair Trade Association). Date Of Access (14-Feb-2017).<http://www.ecofashionworld.com/Organizations/IFAT-The-International-Fair-Trade-Association.html>

الاستغناء في بعض المعاملات التجارية عن العناصر رقم (٢) أو رقم (٣) وذلك طبقاً لظروف السلعة والسوق، وهذه العناصر هي:

- ١- المنتجين أو المزارعين لسلع ومنتجات التجارة العادلة.
- ٢- منظمات الشراء، وهي التي تقوم بشراء سلع التجارة العادلة من منتجيها.
- ٣- منظمات التوزيع، وهي تقوم بشراء سلع التجارة العادلة من منظمات الشراء لتقوم بعد ذلك بتوزيعها على المستهلكين.
- ٤- المستهلكين لمنتجات التجارة العادلة.

شكل (١) نموذج لأطراف المعاملات التجارية في ظل التجارة العادلة



٢/١ الفرق بين مفهوم تحرير التجارة والتجارة الخارجية العادلة

من أحد أهم الأسباب وراء ما شهده العالم من احتجاجات وانتقادات ضد منظمة التجارة العالمية (WTO)، غياب مبدأ ومفهوم "التجارة العادلة" في التعاملات التجارية الخارجية، وذلك في ظل عالم اليوم الذي تسيطر عليه الشركات الكبرى العابرة للقارات والمتعدية للحدود. فالمنظمات غير الحكومية وتجمعات الهيئات الداعية إلى حقوق الإنسان تدعو إلى تبني مفهوم "التجارة العادلة" عوضاً عن مفهوم "تحرير

التجارة" و"تحرير التجارة" الذي يمثل الركيزة الأساسية لإنشاء منظمة التجارة العالمية (WTO) ولنهج الاقتصاد العالمي الراهن. لكن ما هو الفرق بين الإثنين؟، وهل يستحق تحرير التجارة كل هذا الغضب الذي رأيناه في السابق في مدن مثل سياتل وواشنطن وغيرها، حيث كانت تعقد اجتماعات كل من البنك الدولي، وصندوق النقد الدولي، ومنظمة التجارة العالمية؟ للجواب عن هذه التساؤلات تعرض "ديفيد رانسوم" في كتابه* ٤ للفرق بين مفهوم تحرير التجارة والتجارة العادلة، وأن انتقال العالم من الأولى إلى الثانية قد يجعل عالمنا يشهد انخفاضا في تعاظم الفقر في دول العالم وخاصة النامية. فكما هو متعارف عليه فإن تحرير التجارة يعني فتح الحدود أمام انتقال البضائع والمنتجات بين الدول وتخفيض التعريفات الجمركية إلى الحدود المتفق عليها داخل الاتفاقية أو المنظمة، بحيث تستطيع أي سلعة منتجة في أي بلد في العالم أن تدخل إلى أي بلد آخر من دون أن يزداد ثمنها بنسبة كبيرة، ولهذا تواجه المنتجات المحلية الشبيهة منافسة من جانب المنتجات الأجنبية، ولذلك فإن منتجات الدول الصناعية الكبرى الأجنبية العالية الجودة، سوف تستطيع الدخول إلى أسواق الدول النامية وتتنافس منتجاتها المتدنية الجودة بأسعار متقاربة، الأمر الذي قد يؤدي إلى اختفاء المنتجات المحلية وإغلاق المصانع والشركات المحلية وزيادة نسبة البطالة. في المقابل فإن منتجات البلدان النامية تستطيع الدخول إلى أسواق البلدان الصناعية والمنافسة هناك، وذلك إن استطاعت من دون أن تقابل بإجراءات حمائية من قبل تلك الدول الصناعية وفق بنود منظمة التجارة العالمية. وبالتالي فإن تحرير التجارة يوفر للشركات والمنتجين أسواق عالمية غير السوق المحلية المحدودة، ويكون المحفز الأساسي والوحيد لهذه الشركات والمنتجين هو جني الأرباح وتعظيمها بغض النظر عن الاهتمام بآثارها السلبية الخاصة بانعكاسها على الشرائح الأفقر في

4*David Ransom, "The No-Nonsense Guide to Fair Trade", October (2006), New Internationalist TM Publications Ltd, P.8.

المجتمع، وزيادة عدد العاطلين عن العمل، والتأثير السلبي على حجم الصناعات المحلية. أما التجارة العادلة فلا يعتبر جانب الربح هو العامل المحفز الرئيس والوحيد بل هناك اعتبارات أخرى قد يهملها مفهوم تحرير التجارة. ففي سياق التجارة العادلة تظهر ظاهرة "التجارة المجتمعية" (Trade Communities)، وهي التي تركز على مبدأ المشاركة بين الشركات الكبرى العملاقة والمجتمعات المحلية بحيث تقيم تلك الشركات مشروعاتها على أسس تستفيد منها المجتمعات والأفراد والأسر ويكون الهدف الأساسي هو خدمة المجتمع المحلي، ويكون هذا الهدف مكوناً أساسياً للعمل التجاري. وترتكز التجارة العادلة وتهدف إلى تشجيع المساواة بين المتعاملين تجارياً في المجتمع الدولي وإلى تحقيق "التنمية المستدامة" للمجتمعات الفقيرة والنامية خاصة في المناطق الجنوبية في العالم، وذلك عبر إلغاء شركات الوساطة التجارية والتعامل مباشرة مع أصحاب المهن والمصدرين والمزارعين ومنحهم أجوراً أعلى، وبذلك يستطيع المستهلك في المجتمعات الصناعية المتقدمة أن يختار تلك المنتجات الملتزمة بمبادئ التجارة العادلة، وأن يدعم في الوقت نفسه الصناعات التي تنتجها الدول الفقيرة، فيؤدي ذلك إلى تحقيق التنمية المستدامة في تلك المجتمعات الفقيرة. لقد نجحت حركة التجارة الخارجية العادلة في دعم عدد كبير من المنشآت والصناعات في المجتمعات الزراعية والرعوية الفقيرة في تجارة العديد من السلع، مثل تجارة البن والأرز والبهارات والفواكه الطازجة والمكسرات، إضافة إلى الحرف اليدوية الصغيرة، وتبنت شركات عالمية منتجات تلك المجتمعات لدعمها وتشجيع أفرادها للنهوض بمجتمعاتهم، وبسبب النجاح الذي حققته حركة التجارة العادلة لسكان المناطق الفقيرة، قامت الأمم المتحدة بتبني ودعم أهداف تلك الحركة، وذلك من خلال تشجيع طرق التعامل التجاري والمالي المبنية على مبادئ التجارة العادلة، مع تشجيع الكسب المستمر للأفراد و تشجيع الأهداف الأخرى التي تشمل التقليل من شيوع المجاعات والفقر وتعليم الأطفال إلزامياً وتقليل نسبة وفيات الأطفال بسبب سوء

التغذية، أو اعتلال صحة الأمهات. وقد أكد "ديفيد رانسو" ان فكرة عزل الأخلاق والقيم عن التجارة الخارجية هي فكرة قديمة سادت في القرون الأخيرة هذه الفكرة أعطت السوق سلطة لا تخضع لأي محاسبة. ففي ظل الاتجاه إلى تحرير التجارة سوف نسأل عم من هو المستفيد الأكبر؟، ومن نحاسب في حال حدوث انعكاسات سلبية على المجتمع أو البيئة، فإننا سو نجد أن جواب السؤال هو الدول الصناعية الغنية الكبرى، وهم في الحقيقة لا يخضعون للمحاسبة والمراقبة في حال تردي الأوضاع. ومن ذلك يستنتج "رانسوم" أن مفهوم عدم العدالة متضمن أصلاً في تعبير التجارة الحرة⁵. أيضا نجد أن الاتجاه إلى تخفيض الرسوم الجمركية على الواردات والاتجاه لتحرير التجارة قد يتنافى مع سياسية دعم المنتج المحلي مما سوف يزيد من عجز الميزان التجاري ويضعف قدرة القطاع الصناعي الوطني على النمو. ومن جهة أخرى نجد أن حماية المنتج الوطني تجعل الجهات الرسمية وحكومات الدول تتجه إلى الامتناع عن تخفيض الرسوم الجمركية على عدد كبير من السلع والمنتجات التي لها مثل وطني في الداخل. أيضا نجد أن الشركات الأجنبية العابرة للقومية، تهدف في الأساس إلى تعظيم الأرباح وهذه الشركات تغفل الآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية على الفقراء في الدولة المستضيفة لهذه الاستثمارات، وقد عزز قيام منظمة التجارة العالمية في عام ١٩٩٤ كثيرا من قوة هذه الشركات، وأصبح عدد كبير من هذه الشركات لا تراعي الفقراء ولا تراعي القيم البيئية والإنسانية، فهذه الشركات قد تفسد البيئة و الطبيعية في المنطقة وتدمر مواردها المادية، مضحية بمصالح سكانها المحليين، مما يؤثر بشكل كبير على فئة محدودي الدخل والفقراء في الدولة المستضيفة لهذه الشركات، وذلك لأن الخيارات أمام هذه الفئة محدودة ، و لأنهم يعتمدون على الموارد الطبيعية أكثر من اعتمادهم على السلع المشتراه . أيضا نجد أن الأجور وتكلفة التشغيل عادة ما تكون أقل كثيرا في البلاد النامية ولا توجد

⁵David Ransom, "The No-Nonsense Guide to Fair Trade", op.cit., p.18.

في هذه الدول نقابات عمالية منظمة، والقيود البيئية عادة ما تكون رخوة، بالإضافة إلى تمتع غالبية هذه الشركات ببعض حوافز الاستثمار مثل انها معفاة من الضرائب في السنوات الخمس أو العشر الأولى. وتستحوذ الشركات عابرة القومية على ما يقرب من ثلثي التجارة العالمية. بالإضافة إلى أنها تسيطر على أكثر من ٨٠% من تجارة محاصيل زراعية بعينها. ومع اتجاه معظم الدول النامية إلى تطبيق سياسة الخصخصة أصبحت الدول النامية أكثر جذبا لهذه الشركات، ويأتي دور التجارة العادلة في محاولة لعلاج وتقليل حدة هذه المشكلات والسلبات السابقة*٦.

٣/١ مبادئ التجارة الخارجية العادلة:

هذه المبادئ تم وضعها من قبل الاتحاد العالمي للتجارة العادلة، وذلك من اجل أن تتقيد بها المنظمات والمؤسسات الراغبة في الحصول على رخصة العمل تحت مظلة التجارة العادلة وهذه المبادئ هي*٧:

أ- شراء المنتجات بصفة مباشرة من صغار المزارعين دون وسيط بينهم وبين المستهلك.

ب- تحديد سعر الشراء بشكل عادل، من خلال النظر إلى الاحتياجات الحقيقية للمنتجين الصغار وعائلاتهم، مع الأخذ بعين الاعتبار أسعار تلك المنتجات في الأسواق.

ج- تأسيس تعاقدات مع الفلاحين على شكل عقود شراكة طويلة الأجل، وذلك مقابل التزام الفلاحين بجودة إنتاجهم، والانتقال بأسرع ما يمكن نحو الإنتاج البيولوجي الطبيعي الخالي من المبيدات الكيماوية. على أن تكون المواد المستخدمة في عملية الإنتاج والتعبئة هي مواد غير ضارة بالبيئة.

*٦ جون ميدلي، ترجمة: بدر الرفاعي، "تهب الفقراء: الشركات عابرة القومية واستنزاف موارد البلاد النامية"، ٢٠١١، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ص ٢٤-٢٥.

7*(Fairtrade International). Date Of Access (14-Feb-2017).
<https://www.fairtrade.net/standards/aims-of-fairtrade-standards.html>

ء- يحصل الفلاحون الصغار العاملين تحت مظلة منظمات التجارة العادلة على منحة سنوية تمكنهم من تمويل مشاريع التنمية المستدامة، والتي تخدم مجتمعاتهم كالمدارس والمستشفيات .

هـ- المساواة بين الذكور والإناث من حيث فرص العمل ودفع الثمن العادل لمنتجاتهم.

و- الحرص على أن يعمل المنتجين والمزارعين في مكان عمل صحي وامن.

ز- بالنسبة لجانب عمالة الأطفال، يكون هناك حرص على احترام مواثيق الأمم المتحدة الخاصة بحقوق الطفل.

ومع تطبيق المنظمة أو المؤسسة لهذه المعايير، سوف تصبح قادرة على التسجيل في الاتحاد العالمي لعلامات التجارة العادلة مع إمكانية استخدام الشعار الخاص به، في مواقعها الالكترونية وفي موادها الترويجية. من جانب آخر هناك معرض عالمي للتجارة العادلة يعتبر معرضا تجاريا رائدا في العالم للتكنولوجيات البيئية المستخدمة في التجارة العادلة. هذا المعرض الصناعي العالمي يتم كل عامين في ميونيخ في دولة ألمانيا ويطلق عليه (IFAT). وهذا المعرض يستضيف العديد من دول العالم مثل الصين والهند وتركيا وجنوب أفريقيا وهو يعبر عن شبكة من منظمات التجارة العادلة تسعى إلى تحسين حياة المنتجين المهمشين عن طريق ربطهم بهذه المنظمات وترويج منتجاتهم والمناداة بتجارة عالمية عادلة. ويضم (IFAT) أعضاء في أكثر من ٦٠ دولة حيث يؤمن هؤلاء الأعضاء بأنه يجب على التجارة تحسين حياة الأشخاص المهمشين دون الإضرار بالبيئة. وحوالي ٦٥% من الأعضاء يعيشون في دول الجنوب- آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية. أما الأعضاء المتبقون فهم من أوروبا وأمريكا الشمالية وبهذا تكون (IFAT) قد اكتسبت طابعا عالميا*٨. وبالتالي فإن مثل

* IFAT (The International Fair-Trade Association)· Date of Access (14-Feb-2017)· <http://www.ecofashionworld.com/Organizations/IFAT-The-International-Fair-Trade-Association.html>

هذا التجمع العالمي يساهم في حصول المنتجين في البلدان النامية مثل كينيا أو كولومبيا، على سعر عادل لما يزرعون وينتجون. بالإضافة إلى حصول هؤلاء المنتجين على ما يسمى "بمنحة التجارة العادلة الإضافية" التي تمكنهم من استثمارها في مشاريع التنمية المستدامة التي تخدم مجتمعاتهم كالمدراس والمستشفيات والآبار.

المبحث الثاني

تطور ونمو التجارة الخارجية العادلة حول العالم

تمهيد

مع زيادة الاقبال على شراء المنتجات الخاصة بالتجارة العادلة نجدها نجحت في جذب ودعم عدد كبير من المنشآت والصناعات في المجتمعات الزراعية والرعية الفقيرة في تجارة العديد من السلع، من أهمها البن والشكولاتة والأرز والبهارات والفواكه الطازجة والمكسرات، إضافة إلى الحرف اليدوية الصغيرة. وقد ازدادت أعداد المنتجين الحاصلين على شهادات اعتماد من المنظمة الدولية لشهادات التجارة العادلة (Fairtrade Labelling Organizations International (FLO). وتطبق الشركات التي تريد العمل تحت مظلة التجارة العادلة في مصر المعايير الخاصة بالتجارة العادلة، حيث أن المزارعين يحصلون على سعر لبضاعتهم أكثر ثباتاً عما يدفع في المنتجات التقليدية. هذا بالإضافة إلى العائد الإضافي Price Premium الخاص بالتجارة العادلة المحدد لكل منتج.

١/٢ سلع ومنتجات التجارة الخارجية العادلة

في السابق تم توضيح أن شراء السلع والمنتجات الخاصة بالتجارة العادلة يساهم في حصول المنتجين والمزارعين في البلدان النامية. على سعر عادل لما يزرعون وينتجون. بالإضافة إلى حصولهم على "منحة التجارة العادلة الإضافية Fairtrade Premium وهي عبارة عن عوائد إضافية يحصلون عليها في مقابل استثمار هذه العوائد في مشاريع التنمية المستدامة التي تخدم مجتمعاتهم، مثل إنشاء المدارس والمستشفيات وآبار المياه

النظيفة. ومن أهم المنتجات التي حصلت على موافقات لوضع الشعار الخاص بالتجارة العادلة عليها، البن والشكولاتة والأرز والبهارات والفواكه الطازجة والمكسرات، إضافة إلى المصنوعات اليدوية الصغيرة. وقد ازدادت أعداد المنتجين الحاصلين على شهادات اعتماد من المنظمة الخارجية لشهادات التجارة العادلة (FLO)، ففي عام ٢٠١٠ كان عدد المنتجين ٩٠٥ منتج، وقد زاد هذا العدد ليصل إلى ١٢٢٦ منتجاً في عام ٢٠١٤، وذلك ما يوضحه الجدول التالي والذي يرصد تزايد أعداد المنتجين الحاصلين على شهادات الاعتماد منذ عام ٢٠١٠ وحتى عام ٢٠١٤.

جدول (١) أعداد المنتجين والشركات الحاصلين على شهادة التجارة الخارجية العادلة

السنة	الاجمالي	دول آسيا والمحيط الهادئ	دول أفريقيا والشرق الأوسط	دول أمريكا اللاتينية والكاريبي
٢٠١٠	905	129	267	509
٢٠١١	991	137	316	538
٢٠١٢	1139	161	390	588
٢٠١٣	1210	182	404	624
٢٠١٤	1226	187	392	647

*Source: (FLO), Fairtrade Monitoring and Impact Data 2015.

أيضاً ازدادت أعداد المزارعين المتعاقدين مع الشركات الحاصلة على شهادات التجارة العادلة، ففي عام ٢٠١٠ كان عددهم 1101200 مزارعاً، وأصبح عددهم في عام ٢٠١٤ ميلادية ١٦٥١٩٠٠ مزارع. مما يوضح زيادة إقبال الفلاحين في الدول النامية على التعامل مع الشركات والمؤسسات التي تحمل شهادات التجارة العادلة، وذلك لما وجدته هؤلاء المزارعين من عوائد جيدة حققوها من وراء التعامل مع شركات التجارة العادلة. ويوضح الجدول التالي التنامي في أعداد المزارعين منذ عام ٢٠١٠ وحتى عام ٢٠١٤.

جدول (٢) أعداد المزارعين والفلاحين العاملين في منتجات التجارة الخارجية العادلة

الفئة	2010	2011	2012	2013	2014
مزارعون أصحاب مشروعات صغيرة	938400	1070800	1225200	1305500	1447900
فلاحون صغار	162800	168200	187500	219000	204000
المجموع	1101200	1239000	1412700	1524500	1651900

*Source: (FLO), Fairtrade Monitoring and Impact Data 2015.

أيضا زادت أعداد العاملين والمزارعين بحسب المنتجات والمزروعات التي تدخل في مجال التجارة العادلة، وذلك ما يوضحه جدول (٣)

جدول (٣) أعداد العاملين والمزارعين في بعض منتجات التجارة الخارجية العادلة (بالألف)

السنة	الموز	قصب السكر	الكاكاو	القهوة	الزهور	القطن	الشاي
٢٠١٣	22.6	62.2	176.6	737.1	49.1	59.7	299.9
٢٠١٤	21.7	62.7	179.8	812.5	48.5	54.7	364.1

*Source: (FLO), Fairtrade Monitoring and Impact Data 2015.

وقد تم البدء في وضع العلامات التجارية الخاصة بالتجارة العادلة بداية من عام ١٩٨٨ وذلك مع تقديم قهوة ماكس هافلار في هولندا. ومنذ ذلك الحين، تم وضع علامات لمنتجات اخرى مثل (الشاي والكاكاو والعسل والسكر والموز وغيرها)، من قبل نفس المؤسسة. ومع نجاح تجربة ماكس هافلار تم إنشاء منظمات أخرى تعمل من أجل التجارة العادلة في بلدان كثيرة في جميع أنحاء العالم. ومنذ عام ١٩٩٧ تعاونت كل هذه المنظمات معاً، وتم إنشاء منظمة علامات التجارة الخارجية العادلة (FLO) من أجل موازنة المعايير حسب المنتج، وإنشاء قواعد بيانات وسجلات

للمنتجين، وذلك في ظل اشتراط احترام ظروف الإنتاج البيئية والاجتماعية في مقابل الحصول على السعر الأدنى المضمون لمنتجاتها بالإضافة إلى العائد الإضافي أو "علاوة التنمية" وذلك لتمويل المشاريع الاقتصادية والاجتماعية*^٩.

٢/٢ سلعة القهوة والتجارة العادلة

تستهلك الولايات المتحدة ما يقرب من ٢٠% من إنتاج البن في العالم. وهذا يجعلها سوق ضخمة لسلعة القهوة. إلا أن نسبة قليلة من ثمن تلك السلعة التي يتم دفعها من جانب المستهلكين لها، يعود إلى المنتجين والمزارعين، وهذه النسبة لا تكفي دعم تكاليف زراعة حبوبها، إلا أن حركة التجارة العادلة حاولت تحسين تلك الأوضاع. من خلال منح المزارعين على الأقل مبلغ ١,٢٦ دولار لرطل القهوة، بعد أن كان يتراوح من ٦٠ إلى ٤٠ سنتا، وذلك مع إقناع أكثر من ١٠٠ شركة، بما في ذلك شركة "ستاركس" لتتعامل مع المزارعين والمنتجين للقهوة بذلك السعر العادل. بالإضافة إلى ذلك دفعت التجارة العادلة المزارعين والمنتجين إلى استخدام أساليب الزراعة العضوية، وذلك لأن الزراعة العضوية تحافظ على البيئة وتستخدم أقل المبيدات والمواد الكيميائية*^{١٠}. ويلاحظ أنه قبل تطبيق ووضع شعار التجارة العادلة على منتجات القهوة كان سعر القهوة منخفضا حيث كان يمكن أن يصل إلى ٢٠ سنتا للرطل. وهو لا يكفي العيش، وتربية الأسرة، ولكن مع انضمام هؤلاء المزارعين والمنتجين الفقراء إلى تطبيق التجارة العادلة، أعطت لهم حافزا أكبر على الإنتاج وزيادته، نظراً لأنهم يعرفون أن العمل الإضافي هو مريح لهم.

٣/٢ التجارة العادلة في مصر وشركة "سيكم" للمنتجات الحيوية

9* Mandat International. Date Of Access (14-Feb-2017). <http://www.mandint.org/ar/fair-guide#1>

10* Greg Lee, Date of Access (14-Feb-2017).

<http://www.articlesphere.com/ar/Article/Is-Fair-Trade-Coffee-Really-Fair/55041#ixzz4d2oyUwt>

تطبق الشركات التي تريد العمل تحت مظلة التجارة العادلة في مصر المعايير الخاصة بالتجارة العادلة، حيث أن المزارعين يحصلون على سعر لبضاعتهم أكثر ثباتًا عما يدفع في المنتجات التقليدية. هذا بالإضافة إلى العائد الإضافي Price Premium الخاص بالتجارة العادلة المحدد لكل منتج، ويتم تحديد قيمة هذا العائد من خلال منظمات التجارة العادلة الخارجية. وتعتبر شركة "سيكم" المصرية إحدى الشركات العاملة تحت مظلة التجارة العادلة، وهي تختص بإنتاج المنتجات الزراعية الطبيعية وفيها يحصل المزارعين والمنتجين للمنتجات الحيوية والعضوية على سعر، هذا السعر يكون أكثر بنسبة ٢٠ بالمئة في حالة مقارنته بالسعر السائد في السوق، ويتم تحديد هذا السعر من قبل أن تبدأ المحاصيل في النمو. وإذا ارتفع السعر بين مرحلتَي الزراعة والحصاد، يعدل هذا السعر ويتم رفعه. وإذا قل، يحصل المزارعين على ما تم الاتفاق عليه من قبل. وفي حالة التصدير، يتم نقل العائد الإضافي لمنتجات التجارة العادلة إلى حساب الجمعية المصرية لتنمية المزارعين ويتم استثمار هذا العائد فيما بعد في المشروعات الاجتماعية التي تهدف إلى تحسين المستوى المعيشي لدى المزارعين وأسرهم. ويلاحظ أن كل المواد الخام في شركة "سيكم" تتحقق بها متطلبات الاعتماد بالتجارة الخارجية العادلة. من ناحية أخرى هناك قائمة للمنتجات والسلع التي تنتج تحت شروط ومعايير التجارة العادلة في مصر مثل القطن والبريقال والموز. وتمثل السلع المصدرة من مصر والخاضعة للتجارة العادلة نسبة الواحد في المئة. ويكون قرار حصول المنتج على علامة التجارة العادلة، هو قرار للموزعين بأوروبا أو أمريكا، الذين يكون لديهم حق الإنذار بطباعة الملصق على المنتج. وقد بلغت حصة المنتجات المعتمدة بالتجارة العادلة التي قامت سيكم بتوزيعها في عام ٢٠١٥ ما نسبته ١,٤ بالمئة، وتعمل سيكم مع أكثر من ٥٠٠ مزارع مصري متعاقد معه في كل أنحاء مصر وهم يعملون بأساليب وتكنولوجيا

الزراعة العضوية*^{١١}. من جهة أخرى قد لا يستطيع كل المزارعين بيع منتجاتهم لشركات التجارة العادلة والسبب هو أن الشروط المسبقة للبدء بالتعاون مع شركات التجارة العادلة معقدة، وخاصة للمزارعين أصحاب المزارع والمساحات الزراعية الصغيرة. ولذلك فإنه من الأفضل أن ينضموا معا ليشكلوا اتحاد تعاوني حتى يتمكنوا من التسجيل رسميا في منظمات التجارة العادلة. كذلك عليهم إنشاء حساب في إحدى البنوك وهذا أيضا يمثل عقبة أخرى للكثير من غير المتعلمين وصغار المزارعين. وعليه فإن جمعية كجمعية تنمية المزارعين المصريين تحاول أن تدعم المزارعين من خلال قيامها على سبيل المثال بتوفير برامج لمحو الأمية. أيضا تحاول هذه الجمعيات مساعدة المزارعين لتحقيق ما يسمى بمصطلح "الزراعة المستدامة" وفيه لا يتم استخدام الكيماويات أو المبيدات التي تضر البيئة. ويقوم المزارعون بزراعة أراضيهم بأساليب حيوية وصديقة للبيئة وذلك لضمان تحقيق الزراعة المستدامة. ويعزز عائد التجارة العادلة الزراعة ضمن أشياء أخرى منها الاستثمار في ممارسات زراعية صديقة للبيئة، وشراء آلات زراعية حديثة، وبناء حضانات للأطفال حتى يتمكن الآباء من الذهاب إلى أعمالهم وهم مطمئنين على أطفالهم. وحاليا تقوم شركة سيكم بتصدير الأعشاب والتوابل والبطاطس والفول السوداني وهي مختومة بختم التجارة العادلة، في ظل رقابة من جانب المنظمة الخارجية للتجارة العادلة. حيث أنه يجب تجديد الشهادة الخاصة بالتجارة العادلة مرة كل عام. ولهذا يقوم موظف من المنظمة الخارجية للتجارة العادلة بزيارة المزارع ومراقبة معايير التجارة العادلة بحيث يتأكد إن كانت مستوفاة أم لا، وكذلك إثبات ما

*١١ نيلز داون، معنى التجارة العادلة في مصر وسيكم، تاريخ الاطلاع (٢٠ - يناير - ٢٠١٧)،

<http://www.sekem.com/en/economy-of-love-interview-on-the-meaning-of-fairtrade-in-egypt-and-sekem/>

يتم عمله بالعوائد المدفوعة، من ناحية إن كان يستفيد منها المزارعين حقاً أم لا وماهي المشاريع التي يتم الاستثمار فيها.

٢/٤؛ نموذج لاختبار أطراف السوق عند تطبيق التجارة الخارجية العادلة

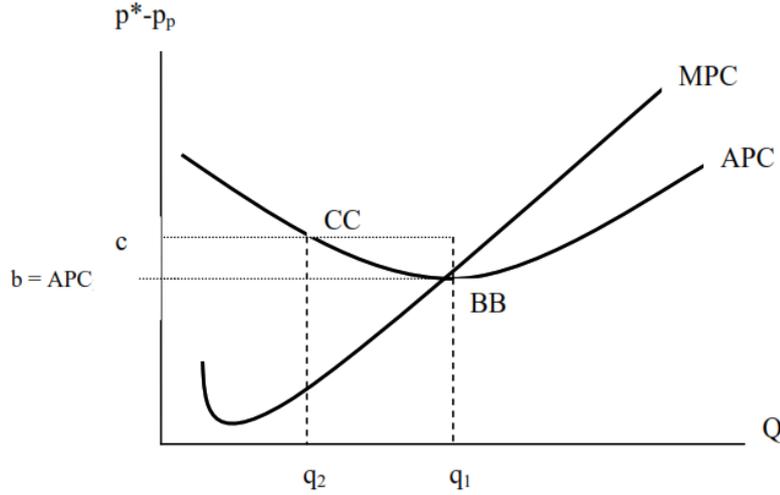
يأخذ تطبيق التجارة العادلة في سوق السلع شكل الاقتصاد التعاوني أو المشاركة من كافة أطراف السوق وذلك لتحقيق "السعر العادل" للعقود المبرمة بين هذه الأطراف. فعلى مستوى التحليل الاقتصادي الجزئي، عند تطبيق منهج التجارة العادلة نجد أن عامل مثل انخفاض الكفاءة الإنتاجية في المؤسسات الإنتاجية في الدول النامية يساهم في خفض أسعار المنتجين وانخفاض مستوى التنمية وزيادة مستوى الفقر في هذه الدول. وفي هذا الجزء من الدراسة يتم طرح نموذج يستخدم لاختبار قوة أو ضعف السوق في ظل تطبيق التجارة الخارجية العادلة في تجارة سلع مثل الملابس والمنسوجات. ففي ظل فشل قوى السوق على رفع قدرة المنتجين الإنتاجية وعدم تحقيق أسعار عادلة مناسبة في أسواق الملابس والمنسوجات في الدول النامية، يكون ذلك سببا في انخفاض عوائد الملابس والمنسوجات، ولذلك يكون دور التجارة العادلة فعالا لرفع هذه العوائد، وذلك من خلال دعمها للتعاونيات الإنتاجية في الدول النامية بغرض التخفيف من حدة قوى السوق. ولهذا فإن قرار دعم التجارة العادلة أو تشجيع المزيد من الاستثمار الأجنبي المباشر في ظل التجارة العادلة يتطلب معلومات عن أطراف السوق مع قياس نقاط القوة والضعف في أسواق هذه الدول، ولكي يتم ذلك سوف يتم الاستعانة بالتحليل البياني الرياضي التالي* ١٢، والذي فيه يتم تحليل

* ١٢ هذا النموذج تم استخدامه من قبل "Lorraine Ronchi" وتم تطبيقه على سوق سلعة القهوة في دولة كوستاريكا، ولقد قام الباحث بتطوير هذا النموذج ليتلاءم في تطبيقه على سوق الملابس والمنسوجات وللمزيد يمكن الرجوع إلى النموذج الأصلي

- Lorraine Ronchi, "Fairtrade and Market Failures in Agricultural Commodity Markets", (2006), World Bank Policy Research, Working Paper 4011, P.29-31.

ثلاثة أطراف أو متغيرات قابلة للاختبار اقتصاديا تتمثل في شركات أو مصانع الملابس في مصر ومصانع حلج الاقطان والمزارعين (الفلاحين). في البداية نفترض أن الشركات المصرية المصدرة للملابس تدرك أنها قادرة على المنافسة في السوق العالمي، إلا أنها ليست قادرة على فرض أسعارها على السوق فهي Price Takers، لذلك هناك قلق من قيام إحدى الشركات المنافسة بالتدخل بسعر احتكاري. ولذلك فإن الشركات المصدرة للملابس تحاول أن تحافظ على سعر مناسب، لتسويق منتجاتها لتضمن للمنتجين أو المزارعين وشركات حلج الاقطان سعرا مناسباً. هذا السعر يمثل (الفرق بين السعر الذي يتلقاه أصحاب مصانع حلج الاقطان ومزارعين القطن) وهو ضمان ليكون سعر القطن للمزارعين يساوي الناتج الحدي لسعة القطن، وأن أصحاب محالج الاقطان يحصلون على ربح اقتصادي عادي. فمن الشكل البياني (١) الذي يوضح التكلفة والناتج الحدي لعملية حلج القطن- ومع افتراض أن شركات حلج القطن قادرة على التحكم الكامل في حجم الإنتاج- نجد أن منحنى APC يعبر عن الناتج الحدي في الاجل الطويل للمصنع المصدر للملابس، بالإضافة إلى راس المال الثابت، وذلك مع احتساب التكاليف الخاصة بمصانع حلج الاقطان عند أدنى قيمة من متوسط تكلفة الإنتاج طويل الاجل لمصانع حلج الاقطان، أما الرمز p^* فهو يعبر عن السعر التنافسي العالمي لسعة القطن المصري. أما الرمز Pp فهو يعبر عن السعر الذي يحدده أصحاب محالج القطن لمزارعين القطن.

شكل (2) التكلفة والنتاج الحدي لعملية حلج القطن



وبالتالي فإن القيمة $(P^* - P_p)$ تعبر عن الفرق ما بين السعر التنافسي العالمي لسعة القطن المصري والسعر الذي يحدده أصحاب محلج القطن لمزارعين القطن، وهذه القيمة تم وضعها على المحور الرأسي. أما المحور الأفقي فيعبر عن كمية سعة القطن المصري المنتج، من ناحية أخرى نجد المنحنى (MPC) الذي يعبر عن تكلفة الإنتاج الحدي في الأجل الطويل، ونجد أن كلا المنحنيين (MPC) و (APC) يعبران عن كافة تكاليف الإنتاج من بداية الأرض التي يزرع فيها القطن وحتى ميناء التصدير للملابس. وحيث أن مصانع حلج الاقطان تعمل في ظل أقل مستوى من التكاليف عند النقطة BB والتي تمثل الكمية من القطن q_1 ، وعندها منحنى APC يعبر عن الناتج الحدي الكلي في الأجل الطويل للمصنع المصدر للملابس الذي هو نفسه MPC الخاص بمصانع حلج الاقطان، فعند النقطة BB يكون هامش الربح في السوق والذي يعبر عن الفرق بين تكلفة شراء لسعة القطن والدخل الناتج p^* يتساوى مع الحد الأدنى لمتوسط تكلفة الإنتاج APC والاهم هو أن هذه النقطة BB تمثل عوائد ثابتة، فعندها المصنع المصدر للملابس يكون متأكد من خصم وتخفيض

الحد الأدنى لمتوسط تكاليف الإنتاج، مع حصول المزارعين على قيمة أقل من قيمة الناتج الحدي لسلة القطن (VMP) ويمكن صياغة ذلك كما يلي

$$p^* = MPC + VMP$$

$$p^* - MPC (=APC) = VMP$$

وعليه فإن مصنع الملابس سوف يسمح فقط بخضم APC من السعر الذي يحصل عليه مصنع حلج الاقطان. وبالتالي فإن مصانع حلج الاقطان لا يستطيعون تجاهل المصانع المصدرة للملابس لوجود قيمة ثابتة هي APC والتي يتم خصمها من الأسعار الخاصة بالتعاقد p^* . إلا أن مصانع الملابس ليس بالضرورة لديها p^* والذي يعبر عن السعر الحقيقي للإنتاج والذي تحصل عليه مصانع حلج الاقطان، في هذه الحالة عوضاً عن ذلك يكون لديهم السعر التعاقدى، المعلن من جانب المصدرين من مصانع حلج الاقطان p^* . وبالتالي يجب من أن تسجل مصانع حلج الاقطان عقود بيعها مع مصانع الملابس، ويكون السعر في هذه العقود هو p^* . ويتم خصم APC من السعر المعلن من جانب المصدرين من مصانع حلج الاقطان، وذلك يؤدي إلى وجود أسعار إلزامية للمنتجين يتم إعلانها ونشرها من جانب مصانع الملابس وعليه

$$p^*r - APC \equiv pp \quad (4)$$

إذن

$$p^*r \equiv APC + pp \quad (5)$$

وفي حالة أن مصانع حلج الاقطان أعلنت عن السعر الحقيقي للمنتج

$$p^* - p^*r = 0 \quad (6)$$

وفي حالة $(p^* - p^*r > 0)$ وكانت APC ثابتة، يكون سعر المنتج من المعادلة السابقة (6) أقل من السعر الناتج من (5).

بناء على ما تم عرضه أعلاه، يمكن عرض فرضين لتحديد مدى قوة أو ضعف السوق، وذلك على النحو التالي
- الفرض الأول:

وفيه ($p^* - p^*r > 0$) تقيس الهامش الذي يتحصل عليه المصدرين من مصانع حلج الاقطنان وهو أعلى من الحد الأدنى لمتوسط تكلفة الإنتاج في الاجل الطويل APC. ولإثبات ذلك

$$p^* - p^*r > 0 \quad (6)$$

وعند الطرح من المعادلة (4)

$$p^* - APC - pp > 0$$

$$p^* - pp > APC$$

ويمكن كتابة المعادلة كالتالي

إذن المصدرين من مصانع حلج الاقطنان يحصلون على سعر أعلى من الحد الأدنى لمتوسط تكلفة الإنتاج في الاجل الطويل APC. ويكون من الصحيح دائما أن تكون أسعار المنتجين هي الأعلى وذلك إذا استطاعت مصانع الملابس تقدير واستخراج قيمة APC. وذلك يمثل مقياس لقوة السوق.

- الفرض الثاني: مع افتراض أن $APC = MPC$ إذن إذا كان $(p^* - p^*r) > 0$ ، إذن يكون من الصحيح أن $pp < VMP$. ولإثبات ذلك

$$p^* - \quad (6)$$

$$p^*r > 0$$

يتم الطرح من المعادلة (4)

$$p^* - APC(=MPC) - pp (= VMP) > 0$$

$$APC$$

وإذا كان

$$=MPC$$

يمكن كتابة المعادلة كالتالي

$$p^* - MPC - pp > 0$$

ومع افتراض أن $APC = MPC$ تكون $(p^* - p^*r)$ تعبر عن قوة أو ضعف السوق لأنه يقيس الانحرافات الخاصة بقيمة التكلفة الحدية لإنتاج سلعة القطن.

المبحث الثالث

عوائق وتحديات تطبيق التجارة الخارجية العادلة في مصر

تمهيد

قد تكون المعايير التي تفرضها التجارة العادلة على المنتجين والمزارعين الراغبين في انضمام منتجاتهم إليها، تسبب تفاوتاً في بعض الأسواق، حيث أن هذه المعايير والقواعد الصارمة قد لا تكون مناسبة لسوق معين. كما أنه قد تكون هناك شكوى من عدم تطبيق هذه المعايير على بعض المنتجين والتعاونيات والموردين، ومحاولة التهرب منها، وأن القليل من عائدات التجارة العادلة يصل إلى العالم النامي، وبالتالي يصل قدر قليل من هذه العوائد إلى المزارعين، أيضاً هناك الجانب الخاص بالفساد الموجود بحجم كبير في دول العالم الثالث، مع عدم قدرة الفلاحين الفقراء على الامتثال للمعايير الدقيقة التي تفرضها التجارة العادلة مثل تجنب المواد الكيماوية في الزراعة والاتجاه إلى الزراعة العضوية.

١/٣ ارتفاع مصروفات استخراج شهادات وخص التجارة العادلة

هناك العديد من العلامات التي تعبر عن المنتجات التابعة لسلع التجارة العادلة، وتمثل هيئة (FLO) الجهة المختصة بإصدار الشهادات والعلامات الخاصة بمنظمة التجارة العادلة. من أمثلة تلك الشهادات، أورجانك (ORGANIC)، وتحالف رينفوريست (The Rainforest Alliance) إلا أن إصدار تلك الشهادات ووضع الملصقات الخاصة بالتجارة العادلة هو شيء مكلف، فعلى سبيل المثال تفرض على

مزارع التعاونيات رسوماً بمقدار ٥٣٨ يورو لمجرد تقديم طلب للحصول على تلك الشهادات والعلامات، إضافة إلى وجود رسوم التدقيق الأولي التي تبلغ ١٤٦٦ يورو وذلك حتى ولو كان حجم تلك التعاونية صغيراً. وهذا لا يتناسب مع الأجور وظروف العمل في بعض المزارع*^{١٣}. وقد يستطيع المزارعين في البلدان الغنية أن تدفع للحصول على هذه الشهادات. لهذا السبب، قد يظن أن التجارة العادلة تفيد المزارعين "الأغنياء" على حساب الفقراء. من جانب آخر قد يكون مع زيادة استصدار العديد من شهادات التجارة العادلة، يتولد هناك فائض في معروض شهادات التجارة العادلة الخارجية Fair Trade certification وفي المقابل يكون جزءاً صغيراً فقط من منتجات التجارة العادلة يتم فعلاً بيعه في أسواق التجارة العادلة. أما عوائدها فتذهب غالبيتها لتغطية تكاليف استصدار تلك الشهادات أو علامة التجارة العادلة.

٢/٣ التذبذب في أسعار منتجات التجارة العادلة

أيضاً هناك مشكلة تتمثل في أن شهادة التجارة العادلة لا يمكن أن تضمن دوماً مبيعات مستقرة تحت مظلة التجارة العادلة. فإذا أراد مستورد البن على سبيل المثال أن يضعوا علامة FAIR TRADE على قهوتهم، يجب أن يجدوا منتجاً للبن يكون معتمداً من المنظمة الخارجية لرخصة FAIR TRADE. لكن المستوردين في جميع الأحوال ليسوا ملزمين بشراء واستيراد قهوة التجارة العادلة، حيث أنهم من الممكن أن يتجنبوا شراءها عندما تصبح مكلفة للغاية. ففي دراسة أجراها كريستوفر بيكون*^{١٤} في الفترة الخاصة بهبوط أسعار البن في عامي ٢٠٠٠ و ٢٠٠١، كان مزارعو البن في نيكاراغوا يكسبون ضعف ما كانوا يكسبونه من بيع رطل واحد بعيداً عن قهوة

نيم هارفورد، شهادة التجارة العادلة لا تحقق شيئاً لأصحابها تاريخ الاطلاع (٥ - يناير - ٢٠١٧). *^{١٣}
http://www.aleqt.com/2015/06/01/article_961941.html

^{١٤}*Christopher Bacon, Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic, and Specialty Coffees Reduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northern Nicaragua?, (2004), World Development Vol. 33, No. 3, p.12-13.

التجارة العادلة. حيث كانت تباع بأسعار السوق في ذلك الوقت، إلا أن المشكلة كانت في ذلك الوقت تتمثل في أنه لا يمكن العثور على مشتر لهذه القهوة بهذه الأسعار، فقد كانت علاوة السعر Price Premium المدفوعة من قبل شركات التجارة العادلة، أقل بنحو الثلث من السعر العالمي السائد في السوق. وبالرغم من ذلك لا يمكن أن ننفي أن التجارة العادلة في تزايد ونمو مستمر، فعلى سبيل المثال أصدرت (ماكس هافيلار) حتى الآن، شهادات التجارة العادلة لعدد كبير من المنتجات المستوردة، منها الموز والبن والكافو وعسل النحل والفاكهة وعصير الفاكهة. ومثل هذه السلع يسهل متابعتها وتحديد ما إذا كانت قد أنتجت في ظروف ملائمة وبشروط عادلة أم لا، لأنها لا تحتاج لخطوط إنتاج طويلة ومعقدة. لكن إذا نظرنا إلى المناديل الورقية المستوردة من العالم النامي مثلاً، فنسجد أنه يصعب تحديد شروط وظروف إنتاجها، لأنها تصل إلينا عبر وسطاء كثيرين ولا يسهل الوصول إلى المنتج الفرد دائماً. لذا يجب علينا أن نبذل قصارى جهودنا لتطوير وسائل لمتابعة منشأ السلع ومراقبتها، لتحديد ما إذا كان المنتج الحقيقي قد حصل على سعر مناسب لسعته، حتى لا يتمكن الوسطاء من الاستيلاء على معظم جهد المنتج الأصلي. حيث أن المنتجات المصنعة والمعالجة بشكل ما، والتي تصل إلينا عبر سلسلة متشابكة من الوسطاء، يصعب التعامل معها. وينطبق ذلك بوجه خاص على سبيل المثال على المنسوجات والملبوسات التي ينتجها مزارعو القطن مثلاً، ثم يأخذها وسيط محلي للحلج وربما آخر للغزل والنسيج والخياطة، إلى أن تصل إلى رفوف متجر للملبوسات، فتكون السلعة قد مرت على وسطاء كثيرين. وقد نتمكن من التعرف على دار الأزياء التي صنعت قميصاً، ونتأكد من أن شروط العمل لديه منصفة، لكن ماذا عن المزارع الذي أنتج القطن، والعمال الذين ربما يكون قد استأجرهم.

نتائج الدراسة

تمثل التجارة الخارجية العادلة صورة من صور تدخل المنتجين والمستهلكين في تشكيل الصورة الخاصة بالمعاملات التجارية للشركات والمؤسسات التجارية والتحكم في نوعية الخدمات المقدمة من خلالها، وهذا هو ما تهدف إليه مبادئ حركة التجارة الخارجية العادلة، فهي في الأساس حركة اجتماعية تم تبنيها وتشجيعها من جانب منظمات عالمية ودولية، كمنظمة التجارة العالمية، واعتمادا على ما جاء بالدراسة للتعرف على أهمية ودور التجارة الخارجية العادلة في تحقيق الدول وخاصة النامية منها زيادة في معدلات النمو الاقتصادي، بجانب إنعاش جانب الطلب على صادرات الدول النامية فقد تم التوصل للنتائج التالية :

- ١- التجارة الخارجية العادلة تعتمد على تشجيع المساواة بين المتعاملين تجارياً في المجتمع الدولي وإلى تحقيق التنمية المستدامة للمجتمعات الفقيرة والنامية في المناطق الجنوبية للعالم.
- ٢- يؤدي تطبيق التجارة الخارجية العادلة إلى إلغاء شركات الوساطة التجارية والتعامل مباشرة مع أصحاب المهن والمصدرين ومنحهم أجوراً أعلى، وبذلك يستطيع المستهلك في المجتمعات الصناعية المتقدمة أن يختار تلك المنتجات الملزمة بمبادئ الحركة، وأن يدعم في الوقت نفسه الصناعات التي تنتجها الدول الفقيرة.
- ٣- نجحت التجارة الخارجية العادلة في دعم عدد كبير من المنشآت والصناعات في المجتمعات الزراعية والرعية الفقيرة في تجارة مثل تجارة البن والأرز والبهارات والفواكه الطازجة.
- ٤- ساهمت بشكل كبير التجارة الخارجية العادلة في تقليل المشكلات والمساوئ الخاصة بمفهوم "تحرير التجارة". حيث أصبح من الممكن التعرف على نقاط القوة والضعف الخاصة بالسوق السليبي، والتقليل من سيطرة الشركات والمؤسسات التجارية الاحتكارية.

٥- يؤدي تطبيق التجارة الخارجية العادلة إلى تحقيق التنمية المستدامة من خلال حصول المنتجين والمزارعين على عوائد إضافية يتم استثمارها في مشاريع التنمية المستدامة التي تخدم مجتمعاتهم، مثل إنشاء المدارس والمستشفيات وآبار المياه النظيفة.

٦- هناك عدد محدود من الشركات المصرية تعمل تحت مظلة التجارة الخارجية العادلة في مصر من خلال تطبيقها للمعايير الخاصة بالتجارة العادلة، حيث أن المزارعين يحصلون على سعر لبضاعتهم أكثر ثباتاً عما يدفع في المنتجات التقليدية. هذا بالإضافة إلى العائد الإضافي Price Premium الخاص بالتجارة العادلة المحدد لكل منتج، ويتم تحديد قيمة هذا العائد من خلال منظمات التجارة العادلة الخارجية. وتعتبر شركة "سيكم" المصرية إحدى الشركات العاملة تحت مظلة التجارة العادلة، وهي تختص بإنتاج المنتجات الزراعية.

٧- هناك العديد من المعوقات التي تؤثر في انتشار التجارة الخارجية العادلة منها أن هيئة (FLO) وهي الجهة المختصة بإصدار الشهادات والعلامات الخاصة بمنظمة التجارة العادلة تمنح هذه الشهادات والعلامات بتكلفة مرتفعة.

٨- شهادة التجارة العادلة لا يمكن أن تضمن دوماً مبيعات مستقرة تحت مظلة التجارة العادلة. وذلك لأن المستوردين في جميع أنحاء العالم، في جميع الأحوال ليسوا ملزمين بشراء واستيراد منتجات التجارة العادلة، حيث أنهم من الممكن أن يتجنبوا شراءها عندما تصبح مكلفة للغاية.

التوصيات

يوصي الباحث بالتالي:

- زيادة مستوى الوعي لدى المزارعين والمنتجين بأهمية الانضمام إلى منظومة التجارة العادلة مع التأكيد على حقيقة أن الأموال الزائدة التي يتم اكتسابها

من منتجات التجارة العادلة تحقق إفادة كبيرة، لكافة أفراد المجتمع وتساعد على تحقيق التنمية المستدامة.

- محاولة الاستفادة من تطبيق نموذج التجارة العادلة على صادرات السلع المصرية، من خلال زيادة عدد السلع الحاصلة على شهادات الاعتماد الخاصة بالتجارة العادلة.

- مساعدة الدول والحكومات والجمعيات التعاونية لصغار المزارعين والمنتجين لكي يدخلوا إلى الإنتاج في ظل التجارة الخارجية العادلة، مع إمكانية دمجهم في منظومة التجارة العادلة.

- تخفيض تكاليف استخراج شهادات وعلامات التجارة الخارجية العادلة من جانب هيئة (FLO) وهي الجهة المختصة بإصدار الشهادات والعلامات الخاصة بمنظمة التجارة العادلة. لتشجيع المنتجين والمزارعين والشركات للعمل تحت مظلة التجارة الخارجية العادلة.

المراجع

أولاً: مراجع باللغة العربية

- ١- جون ميدلي، ترجمة: بدر الرفاعي، "نهب الفقراء: الشركات عابرة القومية واستنزاف موارد البلاد النامية"، (٢٠١١)، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
- ٢- وفاء فرج، "التجارة العادلة"، كنانة أونلاين، الصندوق المصري لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، <http://www.kenanaonline.net/page/8716>
- ٣- نيلز داون، "معنى التجارة العادلة في مصر وسيكم"، <http://www.sekem.com/en/economy-of-love-interview-on-the-meaning-of-fairtrade-in-egypt-and-sekem>
- ٤- تيم هارفورد، "شهادة التجارة العادلة لا تحقق شيئاً لأصحابها" http://www.aleqt.com/2015/06/01/article_961941.html

ثانياً: مراجع باللغة الإنجليزية

- 1- Christopher Bacon, "Confronting the Coffee Crisis: Can Fair Trade, Organic, and Specialty Coffees Reduce Small-Scale Farmer Vulnerability in Northern Nicaragua", (2004), World Development Vol. 33, No. 3.
- 2-Tomas Konecn,Jan Myslivecek,"Fair Trade - Is It Really fair?",(2008), working paper series (issn 1211-3298),Charles university, center for economic research and Graduate Education, Academy of Sciences of the Czech Republic.
- 3-David Reinstein, Joon Song, "Efficient Consumer Altruism and Fair-Trade Products", (2012), Journal of Economics & Management Strategy, Volume 21.
- 4-Monitoring the scope and benefits Of Fairtrade, (2014), sixth Edition, Fairtrade International, www.fairtrade.net, Germany.
- 5-Fairtrade Leading the Way, Annual Report (2008-09), Fairtrade International, www.fairtrade.net, Germany.
- 6-Lorraine Ronchi, "Fairtrade "and Market Failures in Agricultural Commodity Markets, (2006), Research Working Paper 4011, World Bank.
- 7-IFAT (The International Fair-Trade Association)؛
<http://www.ecofashionworld.com/Organizations/IFAT-The-International-Fair-Trade-Association.html>.
- 8- David Ransom, "The No-Nonsense Guide to Fair Trade", October (2006), New Internationalist TM Publications Ltd.
- 9-Mandat International•<http://www.mandint.org/ar/fair-guide#I>.
- 10-Greg Lee, <http://www.articlesphere.com/ar/Article/Is-Fair-Trade-Coffee-Really-Fair/55041#ixzz4d2oyUiwt>.