

ԱՌԵՎՏՐԻ ԲԱՐՈՅԱԿԱՆ ԵՎ «ԱՆԲԱՐՈՅԱԿԱՆ» ԴՐՍԵՎՈՐՈՒՄՆԵՐԸ.

ԱՐԴԱՐ ԱՌԵՎՏՐԻ ՀԱՅԵՑԱԿԱՐԳ

DOI: 10.52174/2579-2989_2023.2-143

Հիմնաբառեր. արդար առևտուր, արդար առևտրի նվազագույն գին, արդար առևտրի հավելվածար, «արդար առևտուր» պարբերանշան, զարգացող երկրներ

«Արդար առևտուր» (Fairtrade) պարբերանշանն այսօր կարելի է տեսնել ներմուծված բանանի, սուրճի, շոկոլադե սալիկների կամ թխվածքաբլիթների և նույնիսկ միջազգային մարզական միջոցառումների համար պատրաստված համապատասխան գնդակների վրա, իսկ դա նշանակում է, որ թեև այդ ապրանքներն արտադրվել են զարգացող երկրներում, սակայն դրանց արտադրության ժամանակ պահպանվել են քաղաքակիրթ աշխարհին բնորոշ բարոյական և սոցիալական բարձր արժեքներն ու սկզբունքները. այն է՝ որպես աշխատուժե չեն օգտագործվել անչափահաս երեխաները կամ աշխատանքային թրաֆիկինգի զոհերը, վարձու աշխատողներն օգտվել են խելամիտ փրկությանը և պատշաճ վարձատրությամբ աշխատելու իրավունքից, ապրանքների լաբորատոր փորձաքննությունների ընթացքում չեն փորձել կենդանիներ և այլն:

Նույն տրամաբանությամբ՝ վերոնշյալ պահանջների խախտումներով կազմակերպվող արտադրությունը զարգացած աշխարհի քաղաքակիրթ սպառողի համար արդարացիորեն կհամարվի «ոչ բարոյական» և անընդունելի: Ծնորհիվ «բարոյական» բարձր արժեքների՝ արդար առևտրի շրջանակում Fairtrade պարբերանշանի ներքո վաճառվող ապրանքները շուկայի համորինակների նկատմամբ ունեն գնային գերազանցություն՝ արտադրողների համար ապահովելով լրացուցիչ ֆինանսական երաշխիքներ անհրաժեշտ կենսապահովման, սոցիալական և համայնքային ծառայություններից օգտվելու և բիզնեսի զարգացման համար:




Աննա ՓԱԽԼՅԱՆ

Տնտեսագիտության
թեկնածու, դոցենտ

2006 թ. գերազանցությամբ ավարտել է ԵՐՊՏԻ-ն (այժմ՝ ՀՊՏՀ)՝ «Համաշխարհային տնտեսագիտություն», իսկ 2010 թ.՝ ՀՊՏՀ սասիրանդուրան՝ «Միջազգային տնտեսագիտություն» մասնագիտությամբ: 2012 թ. պաշտպանել է թեկնածուական արեւմտախոսություն՝ ստանալով տնտեսագիտության թեկնածուի գիտական աստիճան:

2019 թ. ստացել է դոցենտի գիտական կոչում: «Ամբերդ» հեղափոխական կենտրոնի ավագ հեղափոխող է, ՀՊՏՀ միջազգային տնտեսական հարաբերությունների ամբիոնի դոցենտ:

Վերապատրաստվել և դասախոսություններ է վարել եվրոպական մի շարք բուհերում: Վերինակ է 50 գիտական և 16 գիտահանրամարտիկ վերլուծական աշխատանքների:

 <https://orcid.org/0000-0002-5854-2473>

Google Scholar profile:
<https://scholar.google.com/citations?user=sjZSaYsAAAAJ&hl=ru>
Research Gate profile:
<https://www.researchgate.net/profile/Anna-Pakhlyan>

Ընտրությունների սահմանափակության և մրցակցության սրման պայմաններում նույնիսկ առևտրի խթանման ավանդական մեթոդներն աստիճանաբար կորցնում են իրենց արդիականությունը՝ առևտրային հարաբերություններում ներմուծելով նախկինում չընդունված արժեքներ և մոտեցումներ, ինչպիսիք են գաղափարախոսական, աշխարհայացքային, բարոյական և նմանատիպ այլ ոչ տնտեսական շարժառիթները:

Վերջին տասնամյակներում «արտաքին առևտուր» հասկացության նկատմամբ կիրառելի են դարձել «արդար», «բարեխիղճ» կամ «բարոյական» բնորոշումները, որոնք էապես տարբերվում են Առևտրի համաշխարհային կազմակերպության հովանու ներքո արտաքին առևտրային քաղաքականության մեջ ընդունված այն դիրքորոշումից, համաձայն որի՝ առևտուրն արդար է համարվում, եթե դրանում բացառվում են գնագցումն (դեմպինգն) ու լրավճարների տրամադրումը:

«Բարոյականություն», «բարեխղճություն» կամ «արդարացիություն» հասկացություններն առևտրում արտացոլում են հասարակության սոցիալական, տնտեսական և բարոյահոգեբանական արժեքները, որոնք կարող են խիստ տարբերվել ոչ միայն որոշակի երկրներում, այլ երբեմն նաև միևնույն երկրի ներսում: Բնապահպանական, աշխատանքային, սոցիալական ստանդարտների (չափորոշիչների) ցածր նորմերը մի շարք զարգացող երկրների թույլ են տալիս արտաքին առևտրում ստանալ լրացուցիչ գնային առավելություններ, ինչն անարդարացի է հատկապես այդօրինակ ստանդարտների պահպանմամբ աշխատող ֆերմերների ու տնտեսավարողների նկատմամբ:

Վերոնշյալ գործոններն էլ պայմանավորեցին առևտրային քաղաքականության համեմատաբար նոր ուղղության՝ «արդար առևտրի» (Fairtrade) հայեցակարգի ձևավորումը: Արդար առևտուրն այլ կերպ կարող է բնութագրվել որպես «բարոյական առևտուր» կամ «էթիկական առևտուր»՝ շնորհիվ սոցիալական արդարության, կա-

յունության և արտադրողների նկատմամբ արդար վերաբերմունքի խթանման:

Արդար առևտուրը սոցիալական շարժում է, որն ուղղված է զարգացող երկրների արտադրողների և զարգացած երկրների սպառողների միջև կայուն ու արդարացի առևտրային փորձի խթանմանը: Արդար առևտրի նպատակն է ապահովել ավելի լավ առևտրային պայմաններ հատկապես զարգացող երկրներում փոքր արտադրողների համար և նպաստել ավելի մեծ հավասարության, սոցիալական արդարության և շրջակա միջավայրի կայունության ապահովմանը: Արդար առևտուրը հիմնված է մի շարք ստանդարտների վրա, որոնք ապահովում են արդար գներ, արդար աշխատանքային փորձ և շրջակա միջավայրի կայունություն: Արդար առևտրի (Fairtrade) կազմակերպություններն ուղղակիորեն աշխատում են փոքր արտադրողների հետ՝ օգնելով նրանց զարգացնել իրենց բիզնեսը, բարելավել աշխատանքային պայմանները և ստանալ արդար գին իրենց արտադրանքի համար, ինչպես նաև կատարելագործել արտադրական տեխնիկան և մուտք գործել արտասահմանյան շուկաներ:

Համաձայն առաջ մղվող գաղափարախոսության՝ երբ սպառողները ձեռք են բերում «արդար» ապրանքներ, նրանք աջակցում են կայուն և արդարացի առևտրային գործունեությանն ու նպաստում ավելի մեծ սոցիալական արդարության հաստատմանն ու բնապահպանական կայունության խթանմանը:

Արդար առևտրի հայեցակարգի սկզբունքները հանգում են հետևյալին. ի թիվս գործունեության թափանցիկության և բնապահպանական կայունության ապահովման՝ Fairtrade պիտակն ապրանքների վրա կրելու պատվին արժանանալու համար ընկերությունները պարտավոր են բացառել երեխաների աշխատուժի օգտագործումը, անձնակազմի շահագործումը, խտրականության դրսևորումներն աշխատավայրում, ապահովել անվտանգ աշխատանքային պայմաններ, ողջամիտ աշխատանքային ժամեր և արժանավայել վար-

ձատրություն: Արդար առևտրի համաշխարհային կազմակերպության (WFTO – World Fair Trade Organization)¹ սահմանած կարևորագույն պահանջներից է նաև արտադրողների կողմից իրենց արտադրանքի համար նվազագույն գնի սահմանումը, որը կերաշխավորի կայուն արտադրության ծախսերի ծածկում ու անհրաժեշտ կենսաապահովում: Արդար առևտրի նվազագույն գինը՝ Fairtrade Minimum Price-ը (որտեղ այն գոյություն ունի), այն նվազագույն գինն է, որը պետք է գնորդները վճարեն արտադրողներին, որպեսզի ապրանքը հավաստագրվի Արդար առևտրի ստանդարտներին համապատասխան: FMP-ը նվազագույն գին է, որը ծածկում է արտադրողների արտադրության միջին ծախսերը և թույլ տալիս նրանց մուտք գործել իրենց արտադրանքի շուկաներ: FMP-ն պաշտոնական անվտանգության շեմն է, որը պաշտպանում է արտադրողներին իրենց արտադրանքը չափազանց ցածր գներով վաճառելու հարկադրանքից, երբ շուկայական գինը ցածր է FMP-ից: Հետևաբար՝ դա ամենացածր հնարավոր գինն է, որը կարող է վճարվել Fairtrade արտադրողին:

Fairtrade-ի նվազագույն գնից ավելի վճարվող գումարը կոչվում է արդար առևտրի հավելավճար՝ Fairtrade Premium, որն արդար առևտրի հավաստագրման կարևոր նախապայման է, քանի որ այն արտադրողներին հնարավորություն է տալիս ներդրումներ կատարելու սեփական զարգացման մեջ ու ձևավորելու սոցիալական և տնտեսական դրական ազդեցություն իրենց համայնքներում: Պրեմիումի օգտագործման հետ կապված թափանցիկությունը և ժողովրդավարական որոշումների կայացման գործընթացը «Արդար առևտրի»՝ հզորացման և կայուն զարգացման հանձնառության հիմնական հատկանիշներն են:

Սակայն, ոչ բոլոր երկրներում արտադրված ոչ բոլոր ապրանքները կարող են հավակնել փաթեթավորման վրա կրելու

Fairtrade տարբերանշանը: Fairtrade International-ը, որը վերահսկում է արդար առևտրի համակարգը, մասնակցության իրավունք է շնորհել աշխարհի 75՝ բացառապես զարգացող երկրի Աֆրիկայում, Ասիայում, Լատինական Ամերիկայում և Կարիբյան ավազանում: Արդար առևտրի չափանիշներով հավաստագրման ենթակա ապրանքների տեսականին ևս սահմանափակ է: Fairtrade պիտակի ներքո արտադրվող հիմնական ապրանքատեսակներն են սուրճը, կակաոն, շոկոլադը, թեյը, բանանը, շաքարավազը, ծաղիկները, բամբակը, թարմ մրգերն ու բանջարեղենը, դրանցից պատրաստված հյութերը, գինին, մեղրը, ընդեղենը, սագախոտը (քինոա), բրինձը, խոտաբույսերն ու համեմունքները, տեքստիլ արտադրանքը, սպորտային գնդակները, ոսկին ու համակցված ապրանքները: Թեև վերջին շրջանում Fairtrade-ի չափանիշներով սկսել են հավաստագրվել նաև մի քանի տարբեր բաղադրիչներից պատրաստվող՝ համակցված ապրանքներ, ինչպիսիք են, օրինակ, պաղպաղակը և թխվածքաբլիթը, սակայն դրանց բաղադրիչների մի մասի (կակաո, վանիլին, շաքարավազ, մրգեր) դեպքում են միայն հասանելի Fairtrade տարբերակներ: Օրինակ՝ նույն պաղպաղակի կամ թխվածքաբլիթի մեջ օգտագործվող կաթը ենթակա չէ Fairtrade հավաստագրման:

Ելնելով վերջնական ապրանքներում «արդար առևտրի» սկզբունքներով արտադրված բաղադրիչների պարունակությունից՝ էապես տարբերվում են նաև դրանց փաթեթավորման վրա ներկայացվող Fairtrade տարբերանշանները:

Ինչևհետե, արդար առևտրի շրջանակում արտադրվող ապրանքների ծավալն ու գրանցված արտադրողների աշխարհագրությունն աստիճանաբար ընդլայնվում են՝ բիզնեսի զարգացման լրացուցիչ հնարավորություններ ստեղծելով զարգացող երկրների ՓՄՁ-ի համար:

Այսպես՝ գծապատկեր 1-ից երևում է, որ 2013-2021 թթ.-ի ընթացքում Fairtrade ար-

¹ Արդար առևտրի համաշխարհային կազմակերպությունը (World Fair Trade Organization, WFTO) հանդես է գալիս որպես արդար առևտրի համակարգի շրջանակում արտադրող ընկերությունների, արտահանողների, ներմուծողների, մանրածախ առևտրի, արդար առևտրի ազգային և տարածաշրջանային ցանցերի և արդար առևտրին աջակցող կազմակերպությունների համաշխարհային ընկերակցություն (<https://wfto.com/who-we-are>):



FAIRTRADE փարբերանշանի բնօրինակը դրոշմվում է «արդար առևտրի» սկզբունքներով արտադրված և արդարացի վաճառվող մեկ բաղադրիչ ունեցող ապրանքների կամ դրանց փաթեթավորման վրա: Օրինակ՝ բանան, սուրճ:



Այլքով *FAIRTRADE* փարբերանշանը կիրառվում է բազմաթիվ բաղադրիչներով (համակցված) ապրանքների դեպքում, ինչպիսիք են շոկոլադե կամ հացահատիկային սալիկները: Նմանադրյալ պատրաստի ապրանքներում արդար առևտրի սկզբունքներով արտադրված բաղադրիչների մասնաբաժինը պետք է լինի առնվազն 20%:

Երկու ապրանքներ՝ ոսկին և բամբակը, ունեն իրենց հատուկ նշանները՝ թերևս, պայմանավորված այն հանգամանքով, որ այդօրինակ բարիքների արդյունահանման կամ հավաքման աշխատանքներում մարդկանց շահագործումն ու թաֆիկինգն առավել հավանական են:



FAIRTRADE Gold փարբերանշանը երաշխավորում է զարդերի մեջ օգտագործվող ոսկու արդար արդյունահանումը և առևտուրը, ինչպես նաև ոսկու ֆիզիկական հեղափոխությունը մատակարարման շղթայում: Այս հավաստագրումը կարող է նշվել նաև ոսկերչական վերջին կտորի վրա՝ դրոշմակնիքով:



FAIRTRADE Cotton փարբերանշանը ցույց է տալիս, որ ապրանքը պատրաստված է հում բամբակից, որի արտադրության բոլոր փուլերում պահպանվել են արդար առևտրի սկզբունքները, և մշակման ընթացքում այն առանձնացվել է ոչ *FAIRTRADE* բամբակից: Խառը գործվածքը կարող է կրել այս պիտակը, եթե խառնուրդի մեջ օգտագործվող բամբակի 100 տոկոսն ունի *FAIRTRADE* հավաստագիր:



Ի փարբերություն սև փարբերակների, որոնց դեպքում արդար առևտրի հայեցակարգում «տեղավորվող» բոլոր բաղադրիչներն ամբողջովին արտադրված են *FAIRTRADE* սկզբունքներով, սպիտակ փարբերանշանները բնորոշում են այն ապրանքները, որոնցում միայն մասնանշված բաղադրիչն է արտադրված արդար առևտրի չափանիշներով, իսկ մնացածները՝ ոչ, նույնիսկ եթե դրանք ներառվում են այդ ձևաչափով արտադրման համար թույլատրելի ապրանքների ցանկում: Այսպես, օրինակ, նման փարբերանշան կարող է կրել հացահատիկային դիետիկ սալիկը, որի մեջ օգտագործված մեղրը կամ կակաոն ունի *Fairtrade* հավաստագիր:

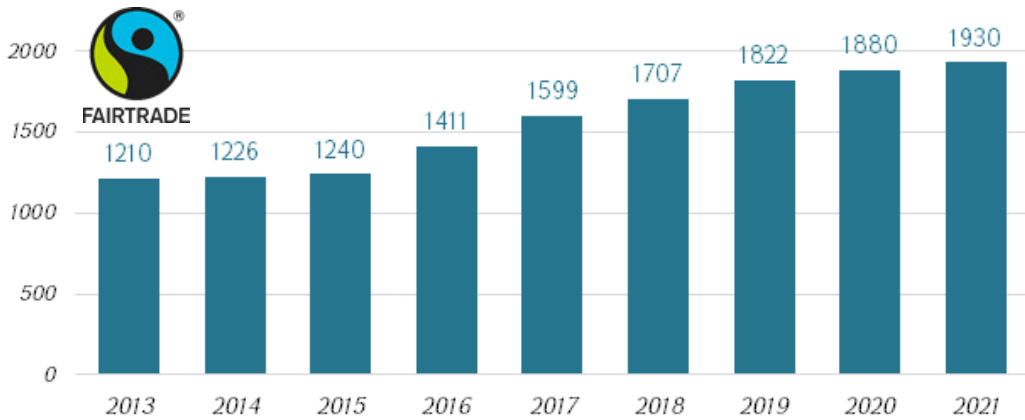


տադրողների թվաքանակը հետևողականորեն աճել է՝ նույնիսկ COVID-19 համավարակի պայմաններում: 2021 թ. աշխարհում Fairtrade արտադրողների թիվը 2013 թ. համեմատ աճել է 60%-ով՝ հասնելով 1930-ի:

Fairtrade արտադրող կազմակերպությունների գերակշիռ մասը կենտրոնացված է Հարավային Ամերիկայի և Աֆրիկայի զարգացող երկրներում: Նմանօրինակ կազմակերպությունները քիչ չեն նաև Հյուսիսային Ամերիկայում և Եվրասիայում (աղյուսակ 1): Fairtrade հավաստագրված արտադրանք թողարկող կազմակերպությունների թվով առաջատարներն են Պե-

րուն (267 կազմակերպություն), Կոս դ'Իվուարը (266), Կոլումբիան (154), Հնդկաստանը (113) և Քենիան (102): ԱՊՀ երկրներից արդար առևտրի ընձեռած հնարավորություններից առայժմ օգտվում են Ղրղզստանը (3), Տաջիկստանն ու Ուզբեկստանը (2-ական): ՀՀ սահմանակից երկրներից նմանատիպ 1 կազմակերպություն է գործում Իրանում:

Լատինական Ամերիկայի և Կարիբյան ավազանի երկրներում է արտադրվում Fairtrade բանանի, սուրճի և շաքարավազի գերակշիռ մասը: Բանանն արդար առևտրի «բարոյական» չափանիշներով թողարկված առաջին ապրանքատեսակն է, որը



ԳԾԱՊՍԿԵՐ 1

Fairtrade արտադրող կազմակերպությունները¹

ԱՂՅՈՒՍԱԿ 1

Fairtrade արտադրող կազմակերպությունների թիվն ըստ երկրների ու տարածաշրջանների

Հարավային Ամերիկա (702)	Եվրասիա (288)	Աֆրիկա (606)
Պերու – 267	Հնդկաստան – 113	Կոտ դ'Իվուար – 266
Կոլումբիա – 154	Վիետնամ – 35	Քենիա – 102
Էկվադոր – 85	Շրի Լանկա – 28	Հարավային Աֆրիկա – 34
Դոմինիկյան Հանրապետություն – 74	Ինդոնեզիա – 27	Ուգանդա – 30
Բրազիլիա – 57	Չինաստան – 26	Մադագասկար – 27
Բոլիվիա – 26	Թաիլանդ – 21	Գանա – 21
Չիլի – 15	Պակիստան – 12	Ռուանդա – 19
Պարագվայ – 12	Ֆիլիպիններ – 10	Եգիպտոս – 18
Արգենտինա – 11	Դրոզստան – 3	Եթովպիա – 15
Ուրուգվայ – 1	Ուլբեկստան – 2	Բուրկինա Ֆասո – 14
	Տաջիկստան – 2	Տանզանիա – 10
	Մյանմար – 2	Սիերա Լեոնե – 8
	Թիմոր Լեստե – 2	Մարոկկո – 6
	Լաոս – 2	Մալավի – 6
	Բանգլադեշ – 1	Էսվատինի – 5
	Իրան – 1	Կամերուն – 4
	Պաղեստին – 1	Թունիս – 4
		Կոնգոյի ԺԴՀ – 3
		Տոգո – 3
		Բենին – 2
		Սենեգալ – 2
		Մոզամբիկ – 2
		Ջամբիա – 2
		Չիմբաբվե – 2
		Բուրունդի – 1
		Օվկիանիա (10)
		Պապուա Նոր Գվինեա – 10
Հյուսիսային Ամերիկա (320)		
Հոնդուրաս – 75		
Դոմինիկյան Հանրապետություն – 74		
Մեքսիկա – 71		
Նիկարագուա – 41		
Գվատեմալա – 27		
Կոստա Ռիկա – 14		
Էլ Սալվադոր – 7		
Պանամա – 3		
Բելիզ – 3		
Կուբա – 3		
Ուրուգվայ – 1		
Հաիթի – 1		
Ճամայկա – 1		

² Fairtrade International / <https://www.fairtrade.net/impact/fairtrade-producers-overview> [Date of access: 29.04.2023]

շուկայում հայտնվել է դեռևս 1996 թվականին, այն դեպքում, երբ Fairtrade տարբերանշանը շրջանառության մեջ է դրվել շատ ավելի ուշ՝ 2002 թվականին: Աֆրիկյան երկրները մասնագիտացած են Fairtrade կակաոյի և ծաղիկների աճեցման, իսկ Ասիայի և խաղաղօվկիանոսյան տարածաշրջանի զարգացող երկրները՝ թեյի ու բամբակի արտադրության մեջ:

2020 թ. Fairtrade հավաստագիր ստացած ապրանքների արտադրության բնեղեն ծավալներն արտացոլված են աղյուսակ 2-ում:


Fairtrade տարբերանշանի ներքո վաճառվող հիմնական 7 ապրանքատեսակի (սուրճ, կակաո, բանան, շաքարավազ, ծաղիկներ և բույսեր, թեյ, բամբակ) արտադրության գործընթացում ներգրավված է Արդար առևտրի համակարգի ֆերմերների և աշխատողների ավելի քան 90 տոկոսը:

Աղյուսակ 3-ում ներկայացված են 2021 թ.-ի ընթացքում ամենաշատ վաճառված Fairtrade ապրանքները:

Պետք չէ ապրանքների արտադրության արդար առևտրի սկզբունքները շփոթել էկոլոգիապես մաքուր՝ օրգանական մթերքի աճեցման հետ: Fairtrade ապրանքներն ինքնին կարող են արտադրվել ինչպես օրգանական, այնպես էլ սովորական եղանակով: 2021 թ. վաճառված առաջատար 7 Fairtrade ապրանքներից օրգանական եղանակով արտադրվել է սուրճի 63%-ը, բանանի 61%-ը, բամբակի 56%-ը,

ԱՂՅՈՒՍԱԿ 2

Fairtrade հավաստագրված ապրանքների ընդհանուր արտադրությունը, 2020 թ.³

 FAIRTRADE	Ծավալը	Միավորը	Արտադրող 3 խոշոր երկրները (մասնաբաժինը, %)
Բանան	1,365,076	մետրիկ տոննա (MT) ⁴	Դոմինիկյան Հանրապետություն, Կոլումբիա, Էկվադոր (91%)
Սուրճ (կանաչ հաբիկներ)	889,589	մետրիկ տոննա	Պերու, Հնդկոստանդա, Կոլումբիա (84%)
Կակաո (կակաոյի հաբիկներ)	609,047	մետրիկ տոննա	Կոտ դ'Իվուար, Գանա, Դոմինիկյան Հանրապետություն (82%)
Բամբակ	54,840	մետրիկ տոննա	Հնդկաստան, Պակիստան, Սենեգալ (95%)
Ծաղիկներ և բույսեր	5,137,758	հազար հատ	Քենյա, Եթովպիա, Ուգանդա (99%)
Շաքարավազ (եղեգնաշաքար)	550,647	մետրիկ տոննա	Քեյլդ, Պարագվայ, Մավրիկիոս (66%)
Թեյ (թեյի թուփ)	7,690	մետրիկ տոննա	Հնդկաստան, Քենիա, Մալավի (56%)
Հացահարիկ	4,115	մետրիկ տոննա	-
Չիր	758	մետրիկ տոննա	-
Թարմ միրգ	677,339	մետրիկ տոննա	-
Խորաբույսեր, բուսական թեյեր և համեմունքներ	38,992	մետրիկ տոննա	-
Մեղր	10,450	մետրիկ տոննա	-
Ընկույզ	40,630	մետրիկ տոննա	-
Յուղաբու սերմեր և պրոդուկտներ	72,272	մետրիկ տոննա	-
Բրինձ	53,972	մետրիկ տոննա	-
Սպորտային գնդակ	3,732,301	հազար հատ	-
Բանջարեղեն	143,085	մետրիկ տոննա	-
Գինու խաղող	148,746	մետրիկ տոննա	-

³ Fairtrade International, Fairtrade Production Overview / <https://www.fairtrade.net/impact/annual-reports>

⁴ Մետրիկ տոննաները հաճախ օգտագործվում են գանգվածային ապրանքների (ինչպիսիք են հանքանյութերը, հանքաքարերը, մետաղները, գյուղատնտեսական ապրանքները և վառելիքը) ծավալի չափման համար: Նավերով, բեռնատարներով և գնացքներով փոխադրվող բեռների և ապրանքների քաշը որոշելու համար օգտագործվում են մետրիկ տոննաներ: 1 մետրիկ տոննան համարժեք է 1.102 տոննայի:

ԱՂՅՈՒՍԱԿ 3

2021 թ. ամենաշատ վաճառված Fairtrade ապրանքները⁵

FAIRTRADE	Ծավալը	Միավորը	Արտադրանքի բնույթը ⁶		Արտադրողների վաստակած Fairtrade հավելավճարները
			Սովորական	Օրգանական	
Բանան	739,111	մետրիկ տոննա (MT)	39%	61%	34.67 մլն եվրո
Կակաո (կակաոյի հատիկներ)	241,455	մետրիկ տոննա	82%	18%	49.12 մլն եվրո
Սուրճ (կանաչ հատիկներ)	222,328	մետրիկ տոննա	37%	63%	82.33 մլն եվրո
Բամբակ	10,903	մետրիկ տոննա	44%	56%	1.55 մլն եվրո
Ծաղիկներ և բույսեր	1,150,970	հազար հատ	100%		9.88 մլն եվրո
Շաքարավազ (եղեգնաշաքար)	180,348	մետրիկ տոննա	77%	23%	9.88 մլն եվրո
Թեյ (թեյի թուփ)	7,690	մետրիկ տոննա	57%	43%	3.93 մլն եվրո

թեյի 43%-ը, շաքարավազի 23%-ը և կակաոյի 18%-ը:

Այդուհանդերձ, աղյուսակ 3-ում առավել մեծ հետաքրքրություն են ներկայացնում ոչ այնքան վաճառված ապրանքների ծավալն ու օրգանական աճեցվածների մասնաբաժինը, որքան արդար առևտրի շրջանակում վաճառքի արդյունքում արտադրողների վաստակած հավելավճարները (Fairtrade Premium):

Fairtrade Premium-ը հավելյալ գումար է, որը վճարվում է որպես որոշակի ապրանքների համար Արդար առևտրի համաձայնեցված նվազագույն գնի վերադիր: Այն կոչված է հզորացնելու արտադրողներին՝ նրանց միջոցներ տրամադրելով սոցիալական, տնտեսական և բնապահպանական զարգացման ծրագրերում ներդրումներ կատարելու համար: Երբ ապրանքը վաճառվում է արդար առևտրի պայմաններով, սպառողի վճարած գնի մի մասն ուղղվում է Fairtrade Premium հա-

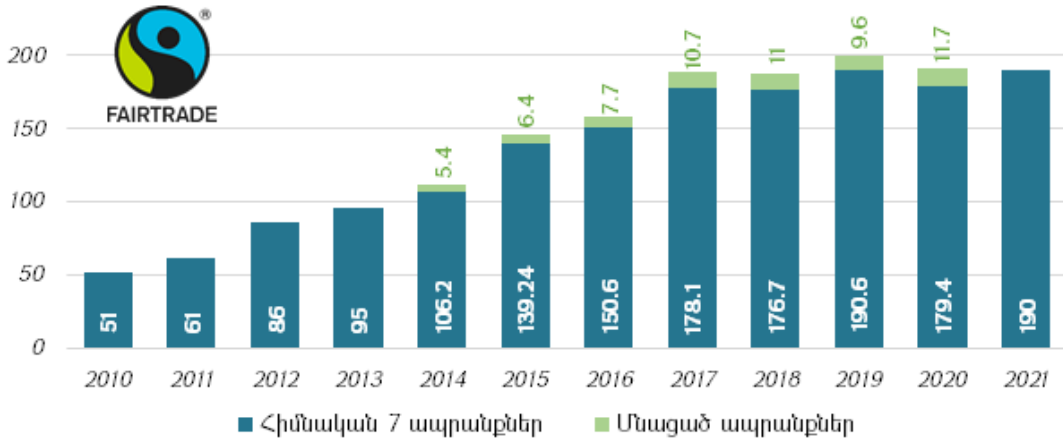
վելավճարի ֆոնդին: Այս լրացուցիչ գումարը վճարվում է անմիջապես արտադրող կազմակերպությանը կամ կոոպերատիվին, որը ներկայացնում է ֆերմերներին կամ աշխատողներին:

2021 թ. արտադրողները 7 առաջատար Fairtrade ապրանքների վաճառքից, ընդհանուր առմամբ, ստացել են 190 մլն եվրո Fairtrade Premium հավելավճար (գծապատկեր 2), որից միայն 82.33 մլն եվրոն վաստակել են սուրճ, իսկ 49.12 մլն եվրոն՝ կակաո արտադրողները: 3-րդ խոշոր արտադրանքը բանանն է, որն արտադրողներին նույն ժամանակում ապահովել է շուրջ 34.67 մլն եվրո հավելավճարով (աղյուսակ 3): Նշված 3 ապրանքներին միասին բաժին է ընկել Fairtrade հավելավճարի 2021 թ. տարեկան ամբողջ ծավալի ավելի քան 87%-ը:

2010-2021 թթ. արտադրողների կողմից ստացվող Fairtrade հավելավճարի ծավալներն էականորեն աճել են՝ մինչ օրս առա-

⁵ Fairtrade International, Building resilience in a changing world: Annual Report 2021-2022, Bonn, p. 17.

⁶ Միևնույն մշակաբույսը, թարմ միրգը կամ բանջարեղենը կարող է աճեցվել սովորական կամ օրգանական եղանակով: Սովորական թարմ արտադրանքը կարող է աճեցվել տարբեր քիմիական նյութերով, որոնք կօգնեն կառավարել պտղաբերությունը, ազատվել վնասատուներից և կանխարգելել հիվանդությունները: Սովորական եղանակով աճեցումը կարող է ներառել, բայցև չսահմանափակվել քիմիական պարարտանյութերի, թունաքիմիկատների, մոլայտուտերի ոչնչացման միջոցների, ինչպես նաև գենետիկորեն ձևափոխված օրգանիզմների (ԳՁՕ) օգտագործմամբ: Մինչդեռ օրգանական թարմ արտադրանքը աճեցվում է վերամշակվում է առանց սովորական կամ սինթետիկ թունաքիմիկատների, պարարտանյութերի, ԳՁՕ-ների, կեղտաջրերի նստվածքի, ճառագայթման, արհեստական բուրավետիչների, գույների կամ կոնսերվանտների օգտագործման: Օրգանական գյուղատնտեսությունը կենտրոնացած է առողջ էկոհամակարգերի և առողջ միջավայրի ստեղծման վրա, որպեսզի մշակաբույսերը կարողանան ծաղկել առանց սովորական քիմիական նյութերի:



ԳԾԱՊԱՏԿԵՐ 2

Արտադրողների կողմից ստացված Fairtrade Premium հավելավճարների չափը 2010-2021 թթ. (մլն եվրո)

վելագույն 200.2 մլն եվրոյի մակարդակին հասնելով 2019 թվականին: Սակայն, հավելավճարների գերակշիռ մասն ապահովվում է 7 հիմնական ապրանքատեսակների հաշվին:

Արտադրողներն իրավասու են Fairtrade Premium հավելավճարն օգտագործել իրենց հայեցողությամբ՝ թափանցիկ և ժողովրդավարական որոշումների կայացման գործընթացում՝ ելնելով սեփական առաջնահերթություններից և կարիքներից: Այսպես, օրինակ, 2020 թ. Fairtrade Premium հավելավճարներից ստացված ողջ հասույթի 44%-ը ներդրվել է արտադրող ընկերություններում՝ բիզնեսի զարգացման նպատակով, 48%-ը նպատակաուղղվել է ֆերմերային տնտեսությունների անդամների համար ծառայությունների մատուցմանը, իսկ մնացած 8%-ը՝ համայնքային ծառայություններին⁷:

Fairtrade Premium հավելավճարի օգտագործման ավելի հաճախ հանդիպող նպատակներից են.

- Ներդրումներ արտադրող ընկերություններում. հավելավճարի մի մասն արտադրողները կարող են ուղղել մարդկային ռեսուրսների և վարչարարության ծախսերին, արտադրական կարողությունների և բիզնես ենթակառուցվածքների զարգացմանը, անձնա-

կազմի վերապատրաստմանը, առաջավոր փորձի ու տեխնոլոգիաների ձեռքբերմանը:

- Ներդրումներ ենթակառուցվածքներում. արտադրողները կարող են հավելավճարն օգտագործել հիմնական ենթակառուցվածքները, օրինակ՝ ճանապարհները, ոռոգման համակարգերը կամ վերամշակման օբյեկտները բարելավելու և պահպանելու համար:
- Համայնքի զարգացման ծրագրեր. հավելավճարը կարող է ներդրվել համայնքի զարգացման (դպրոցներ, առողջապահական կենտրոններ, մաքուր ջրի նախագծեր կամ բնակարանային պայմաններ) նախաձեռնություններին աջակցելու գործում:
- Կրթություն և ուսուցում. արտադրողները կարող են հավելավճարը հատկացնել համայնքի անդամների կրթության և վերապատրաստման գործընթացին (օրինակ՝ գյուղատնտեսական ուսուցում կամ գործարար հմտությունների զարգացում):
- Բնապահպանական կայունություն. հավելավճարը կարող է օգտագործվել այնպիսի նախագծերի համար, որոնք խթանում են էկոլոգիապես կայուն ծրագրերի իրականացումը, ինչպիսիք են, օրինակ, օրգանական գյուղատնտեսության մեթոդների կամ վերականգնվող

¹⁷ Fairtrade International, Fairtrade Premium overview / <https://www.fairtrade.net/impact/fairtrade-premium-overview>

էներգիայի զարգացումը, անտառների վերականգնումը և այլն:

Թեև Երևանի որոշ սուպերմարկետների ու մասնագիտացած խանութների ցանցերում այսօր էլ կարելի է հանդիպել Fairtrade «բարոյական» տարբերանշանը «պատվով կրող» ապրանքների՝ շոկոլադե սալիկներ, սուրճ, կակաո, թխվածքաբլիթներ կամ բանան, սակայն Հայաստանում դեռևս չկան այդօրինակ չափանիշներով արտադրանք թողարկող գրանցված արտադրողներ: Այդուհանդերձ, Հայաստանը տիրապետում է արդար առևտրի համար ընդունելի ապրանքների որոշ տեսակների արտադրության ներուժի: Մասնավորապես, Fairtrade պահանջներին համապատասխան, մեր երկիրն ի վիճակի է արտադրելու և «սպառողական որոշումներ կայացնելիս բարձր բարոյական արժեքներով առաջնորդվող քաղաքակիրթ աշխարհին»⁸ առաջարկելու մեղր, գինի, խոտաբույսեր, բուսական թեյեր և հա-



մեմունքներ, մրգեր և բանջարեղեն, դրանցից պատրաստված հյութեր և պահածոներ, չիր ու չամիչ, շաքարավազ, տեքստիլ արտադրանք և ոսկի: Fairtrade շարժումը կարող է արտահանման լրացուցիչ խթաններ ստեղծել տեղական ՓՄՁ-ների համար, քանի որ այդօրինակ ապրանքները, Fairtrade Premium հավելվածարի հաշվին, շուկայականից 15%-ով բարձր վերադիր գներով վաճառվելու հնարավորություն են ստանում:

⁸ Փախլյան Ա., «Բարեխիղճ առևտու՞ր», թե՛ քաղաքակիրթ հովանավորչություն // «Կրթության, գիտության և արտադրության ինտեգրումը որպես տնտեսական աճի ապահովման ռազմավարական ուղղություն» (ՀՊՏՀ հիմնադրման 80-ամյակին նվիրված միջազգային գիտաժողովի նյութեր), 2010 թ., Եր.: «Տնտեսագետ» հրատ., էջ 280-284:

ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Փախլյան Ա., «Բարեխիղճ առևտու՞ր», թե՛ քաղաքակիրթ հովանավորչություն // «Կրթության, գիտության և արտադրության ինտեգրումը որպես տնտեսական աճի ապահովման ռազմավարական ուղղություն» (ՀՊՏՀ հիմնադրման 80-ամյակին նվիրված միջազգային գիտաժողովի նյութեր), 2010 թ., Եր.: «Տնտեսագետ» հրատ., էջ 280-284:
2. Fairtrade International, “Building resilience in a changing world: Annual Report 2021-2022”, Bonn, 24 p.
3. Fairtrade International, “Monitoring the scope and benefits of Fairtrade”, Monitoring Report 13th edition, Bonn, 2022, 23 p.
4. Fairtrade International / <https://www.fairtrade.net/impact>
5. World Fair Trade Organization / <https://wfto.com/about-us/publications>

Анна ПАХЛЯН

*Старший исследователь исследовательского центра «Амберд», АГЭУ.
кандидат экономических наук, доцент*

А ВЫ ЗНАЕТЕ, ЧТО...?

МОРАЛЬНЫЕ И «АМОРАЛЬНЫЕ» ПРОЯВЛЕНИЯ ТОРГОВЛИ: КОНЦЕПЦИЯ СПРАВЕДЛИВОЙ ТОРГОВЛИ

В наши дни логотип Fairtrade можно встретить на импортных бананах, кофе, шоколадных батончиках или печенье и даже на спортивных мячах, изготовленных для международных спортивных мероприятий, а это означает, что эти продукты, хотя и производятся в развивающихся странах, но с сохранением высоких моральных и социальных ценностей и принципов, типичных для цивилизованного мира. То есть, не используется труд несовершеннолетних или жертв траффинга, наемные работники должны иметь нормированный рабочий день и получать достойную заработную плату, ни одно животное не должно пострадать при лабораторных испытаниях продукции и т. д. По тому же принципу, производства, организованные с нарушением вышеуказанных требований, будут справедливо считаться «аморальными» и неприемлемыми для цивилизованного потребителя развитого мира. Продукция, продаваемая под логотипом Fairtrade, благодаря своим высоким «моральным» ценностям имеет ценовое преимущество перед рыночными аналогами, предоставляя производителям дополнительные финансовые гарантии для обеспечения необходимых средств к существованию, доступа к социальным и коммунальным услугам, а также развития бизнеса.

Ключевые слова: *справедливая торговля, минимальная цена справедливой торговли, надбавка за справедливую торговлю, логотип справедливой торговли, развивающиеся страны*

Anna PAKHLYAN

*Senior Researcher at «Amberd» Research Center,
PhD in Economics, Associate Professor, ASUE*

DO YOU KNOW THAT...?

ETHICAL AND “UNETHICAL” MANIFESTATIONS OF TRADE: THE FAIR TRADE CONCEPT

Today, the Fairtrade logo can be found on imported bananas, coffee, chocolate bars or cookies, and even on sports balls made for international sporting events. This signifies that these products, despite being produced in developing countries, adhere to high moral and social values and principles typical to the civilized world. This ensures that no child labor or labor trafficking is involved, employees have the right to work for reasonable hours and receive decent wages, not a single animal is harmed during laboratory testing of products, among other ethical considerations. According to the same logic, productions organized with violation of the above-mentioned requirements will be rightfully considered "unethical" and unacceptable for the civilized consumer of the developed world. Due to their high "moral" values, products sold under the Fairtrade logo have a price advantage over market counterparts, providing producers with additional financial guarantees for necessary livelihoods, access to social and community services, and business development.

Keywords: *fair trade, Fairtrade minimum price, Fairtrade premium, Fairtrade logo, developing countries*