

تجارت عادلانه



✕ دستادست، رویای ما برای جهانی عادلانه‌تر

✕ چه کسی و چگونه لباس مرا دوخته؟

✕ «اینزا» خانواده امید

✕ کلیشه‌ها؛ سد راه زنان

فهرست

۳ + سرمقاله
نوشته فائزه درخشانی

۶ + ده اصل تجارت عادلانه به روایت سازمان جهانی تجارت عادلانه
ترجمه پرستو موسوی

۸ + تاریخچه مختصری از تجارت عادلانه
ترجمه سپیده شهبازی

۱۰ + نقدی بر تجارت عادلانه: تجارت عادلانه در خدمت ثروتمندان است
نوشته ناچو سامبا سیلا + ترجمه و تلخیص آزاده فرشیدی

۱۲ + چه کسی و چگونه لباس مرا دوخته؟
نوشته سمیرا ایران

۱۴ + بحران قهوه؛ آیا راه حل تجارت عادلانه است؟ (بخش اول)
نوشته فوزی چنگ + ترجمه شمیم شرافت

۱۶ + معرفی چند تجارت عادلانه
ترجمه ستاره بهروز

۱۷ + «اینزا» خانواده امید
ترجمه سپیده شهبازی

۱۸ + دستادست، رویای ما برای جهانی عادلانه تر
نوشته فائزه درخشانی

۲۰ + زنانی که می‌دوزند تا قنات‌ها بمانند
مصاحبه از لیلا زمانی

۲۴ + کلیشه‌ها؛ سد راه زنان
نوشته مالین مالمستورم، ایجا ویتکین، جینس جوهانسن، ژواخیم وینسنت + ترجمه
هانیه کیانی، پرستو موسوی، ستاره بهروز، آزاده فرشیدی، آزاده کامیار

۲۶ + اخبار



فصل‌نامه فرهنگی-اجتماعی دستادست
سال اول، شماره اول

ناشر: کارآفرینی اجتماعی دستادست

سر دبیر:
فائزه درخشانی
دبیران:
زهره سروشفر، فروغ عزیزی

طرح روی جلد و پشت جلد:
سمیرا حاتمی‌زاده

مشاوران، مترجمان، نویسندگان:
لیلا زمانی، شمیم شرافت، پرستو موسوی، سپیده
شهبازی، آزاده فرشیدی، سمیرا ایران، ستاره بهروز،
هانیه کیانی، آزاده کامیار، آیدا عامریان، سپیده ثقفیان

[دستادست در ویرایش و کوتاه کردن مطالب آزاد است.
حقوق چاپ و انتشار، نقل مطالب و استفاده از طرح‌ها
برای دستادست محفوظ است.]

دستادست را دنبال کنید:

<http://dastadast.ir>

<http://instagram.com/dastadast>

<https://telegram.me/dastadast1>

تماس با دستادست:

dastadast@gmail.com

<https://telegram.me/dastadast>



عکس از پیام حمزه‌ای



عکس از وحید خدادادی

سرمقاله

صحبت کنیم تا صداهای مختلف همگی شنیده بشوند.

+ نوشته فائزه درخشانی +

- مفاهیم و کلمات به راحتی از معنای اصلی خود تهی می‌شوند: وقتی کسب سود، تنها هدف جریان اصلی تجارت و به دنبال آن زندگی، در دنیاست، طبیعتاً کسانی که در این کار موفق می‌شوند بیشترین امکانات، توجه و احترام را کسب می‌کنند. در حیطه کارآفرینی اجتماعی و تجارت عادلانه، اگر سازمانی موفق باشد، قاعدتاً قسمت عمده موفقیتش باید در رسیدن به هدف اجتماعی‌اش باشد، در حالی که به اهداف توسعه پایدار هم پایبند بوده. یعنی نمی‌تواند برای حل یک مشکل محیط زیستی به فقرا آسیب بزند و الی آخر. پایبندی به این اصول اجازه نمی‌دهند یک کارآفرینی اجتماعی به همان میزان و سرعت یک کارآفرینی اقتصادی رشد کند و درآمد داشته باشد. در نتیجه این وسوسه در دنیا و ایران هست که عنوان کارآفرینی اجتماعی را استفاده کنند، اما یک کارآفرینی اقتصادی باشند. اگر کسب و کاری یک مشکل واقعی جامعه را حل نکند، نمی‌تواند کارآفرینی اجتماعی باشد. مثلاً اگر چند نفر دوست با هم جمع شوند و کاری راه بیندازند، مشکلات اقتصادی خودشان و مشکل کسانی را که به آنها خدمات ارائه می‌کنند، حل می‌کنند و کارآفرینی کرده‌اند، اما اسمش کارآفرینی اجتماعی نیست. یا اگر در کنار کسب درآمد برای ادامه کار، اولویت اول را به حل مشکل اجتماعی، در کنار رعایت تمام اصول مرتبط نداده‌اند، کارشان بیشتر استفاده از پرستیژ و پوشش کارآفرینی اجتماعی است برای کسب حداکثر سود. با تدقیق هرچه بیشتر مفاهیم، به تفکیک این دو عنوان از هم

در سالهای اخیر مفهوم کسب و کار اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی در ایران به میزان زیادی استفاده شده و سازمانهای مختلفی با ادعای پایبندی به این رویکرد خود را معرفی می‌کنند. دستادست نیز با این رویکرد فعالیت خود را آغاز کرد. با گذشت چهار سال از تاسیس این سازمان، ما تصمیم گرفتیم که مجله‌ای برای حرف زدن درباره کارآفرینی اجتماعی و تجارت عادلانه داشته باشیم چون به نظر ما:

- تجارت فقط یک روش ندارد:

دنیايي که در آن زندگي مي‌کنيم به روابط کاري و مالي جنبه‌اي غيرانساني و غيرعادلانه داده است و با هزار و یک روش توجیهش هم کرده است. "کسب سود" و "پول در آوردن" تبدیل به بالاترین ارزش شده است. اگر شمای نوعی، آگاهانه تصمیم بگیری که به دنبال کسب بیشترین درآمد به هر قیمتی نروید و چیزهای دیگری مثل رعایت حقوق کارگران و کارمندان، حفظ محیط زیست و... را مهم بدانید، به عقل‌تان شک می‌کنند حتی اگر این شک را با صدای بلند اعلام نکنند. آدم‌های زیادی این طرف و آن طرف دنیا به این سبک زندگی معترض بوده‌اند. ایده کارآفرینی اجتماعی و تجارت عادلانه از اینجا می‌آید. ما فکر کردیم لازم است درباره این نگاه‌های نو صحبت کنیم. ایده‌های جایگزین می‌توانند به ما کمک کنند تا به درک روشنی از موقعیت کنونی هم برسیم. تا وقتی خبر از وجود جنگل نداشته باشیم، می‌توانند به ما بقبولانند که دنیا فقط صحراست.

- صداهای مختلف همه باید شنیده شوند:

کلمات جدید، و ایده‌های جدید که می‌آیند، تصور مردم از آنها به میزان زیادی بستگی به تصویری دارد که اولین پیام‌آوران ایده‌ها ارائه کرده‌اند. این اتفاق در ایران هم رخ داده است. افراد بسته به عقیده و شناخت خودشان در حال ترویج نگاه‌شان هستند. توجه به برابری حقوق و فرصت برای زنان و مردان، توجه به توسعه پایدار، توجه به انسان‌های به حاشیه رانده شده، توجه به هدف اجتماعی در مقام اول و قرار دادن هدف اقتصادی در مقام دوم، همگی مسائلی هستند که یک یا چندتایی از آنها توسط گروه‌های مختلفی که از کارآفرینی اجتماعی حرف می‌زنند، نادیده گرفته شده‌اند. به این نتیجه رسیدیم که باید از نگاه خودمان

توجه به برابری حقوق و فرصت برای زنان و مردان، توجه به توسعه پایدار، توجه به انسان‌های به حاشیه رانده شده، توجه به هدف اجتماعی در مقام اول و قرار دادن هدف اقتصادی در مقام دوم، همگی مسائلی هستند که یک یا چندتایی از آنها توسط گروه‌های مختلفی که از کارآفرینی اجتماعی حرف می‌زنند، نادیده گرفته شده‌اند.

کمک می‌کنیم تا سوءاستفاده از عنوان کارآفرینی اجتماعی باعث آسیب زدن به اعتماد مردم به کارآفرینی‌های اجتماعی نشود.

- کار پایدار، توسعه پایدار:

ما همیشه معتقد بوده‌ایم پخش کردن غذا و لباس و... به جز در موارد ضروری، هیچ دردی را دوا نمی‌کنند. انسان‌های به حاشیه رانده شده، انسان‌های گرفتار در چرخه فقر، نیاز به ترجمه ما ندارند. وظیفه ما کمک به این افراد است تا بتوانند آگاهی و توانایی لازم برای خروج از این چرخه‌های بیمار و کنترل زندگی‌شان را کسب کنند. برای چنین فعالیتی نیاز به کار پایدار هست و نه کار پروژه‌ای و موقت، و نه پخش خواروبار. کارآفرینی اجتماعی و زیرمجموعه‌هایش بر مبنای این ایده است که کار می‌کنند.

از سوی دیگر توسعه پایدار، یعنی توسعه‌ای که پایداری در سه جنبه اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی در آن لحاظ شده باشد. توسعه پایدار و متوازن می‌خواهد رشد درآمد و تولید ثروت، همراه با عدالت باشد. و در کنار مجموع این دو، حفظ محیط زیست در تمام کارها لحاظ شود. چنین توسعه پایداری بدون توجه به حل مشکل گروه‌های به حاشیه رانده شده، بدون از میان بردن انواع تبعیض‌ها و بدون اولویت دادن به صلاح آینده جامعه در مقابل سود زودگذر شخصی، ممکن نیست. اصول تجارت عادلانه براساس مفهوم توسعه پایدار طراحی شده‌اند.

با ترویج روش‌های پایدار و همه جانبه‌نگر می‌توانیم کمک‌های مردم را هم حداقل تا حدی به این سو جهت بدهیم. و پدیدآورنده تغییراتی پایدار باشیم.

- تعریفی بومی خلق کنیم:

تجارت عادلانه در اصل از سوی فعالین اجتماعی در کشورهای توسعه‌یافته برای کمک به کشورهای در حال توسعه شکل گرفت. در واقع قسمت عمده تجارت عادلانه در دنیا بر مبنای صادرات پایه‌ریزی شده است. با توجه به مشکل تحریم‌ها و نبود ارتباطات بانکی بین ما و باقی دنیا، عملاً نگاه صادراتی کارکرد

خاصی در ایران ندارد. از سوی دیگر نقدهایی به جریان اصلی تجارت عادلانه وارد است، که مهم و تأمل‌برانگیزند. اما ما فکر می‌کنیم اصول ده گانه تجارت عادلانه صرف نظر از مساله صادرات و صرف نظر از تمام نقص‌های اجرایی و نقدها، پتانسیل کار پایدار در دل یک جامعه را دارند. ما می‌توانیم نقدها را بخوانیم، درس بگیریم و نگاه بومی و ایرانی خود را به قضیه خلق کنیم و در گسترش آن بکوشیم. رعایت اصول تجارت عادلانه و توسعه پایدار نهایتاً به نفع هر جامعه‌ایست.

- از نگاه فانتزی و سطحی به مشکلات فاصله بگیریم:

مشکلاتی که زنان در مسیر کار کردن با آنها روبرو می‌شوند پیچیده‌تر و چندبعدی‌تر از مشکلات آزمون‌های استخدامی یا بیلبوردهای تبعیض‌آمیزند. فقر، عکس‌ها و سلفی‌های دردناکی نیستند که سلب‌کنندگی‌های اینستاگرامی برای جذب فالوور در صفحات‌شان پست می‌کنند. چند ماه قبل ایسنا در گزارشی اعلام کرد که ۳۳ درصد جمعیت ایران در فقر به سر می‌برند (ایسنا. ۱۳۹۷. ۳۳ درصد جمعیت در «فقر مطلق»)، با بحران اقتصادی فعلی مطمئناً این درصد رشد پیدا کرده است. اما اگر همین عدد را ملاک بگیریم، یعنی به طور میانگین بیش از ۳ نفر از هر ۱۰ نفری که شما امروز دیده‌اید برای تأمین نیازهای اولیه زندگی خود با مشکل روبرو هستند. ما سعی خواهیم کرد تا جایی که در توان‌مان بگنجد از کلیشه‌ها فاصله بگیریم و درباره مشکلات واقعی به شکلی واقعی صحبت کنیم. این تنها راهی است که برای شکل دادن به راه‌حل‌های واقعی سراغ داریم، تا به روزی برسیم که کسی نتواند به بهانه کمک به حل مشکل آب خوزستان از مردم پول آب معدنی جمع کند.

تجارت عادلانه، کارآفرینی اجتماعی، کار زنان، فقر، نابرابری و... همگی موضوعاتی هستند که امیدواریم به مرور زمان بتوانیم در فصل‌نامه دستادست به آنها بپردازیم و صدایی را در جامعه بلند کنیم که جهان را برابرتر می‌خواهد.





بخش اول: تجارت عادلانه



ده اصل تجارت عادلانه به روایت سازمان جهانی تجارت عادلانه

می‌کنند.

+ ترجمه پرستو موسوی +

اصل سوم تجارت عادلانه: رعایت اصول تجارت عادلانه در عمل

سازمان با اهمیت دادن به رفاه اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی تولیدکنندگان کوچک به حاشیه رانده شده با آنها تجارت می‌کند و به دنبال به حداکثر رساندن سود از طریق تحمیل هزینه خود به این تولیدکنندگان نیست. سازمان در انجام تعهداتش در زمان تعیین شده، به صورت مسئولانه و حرفه‌ای عمل می‌کند. تامین کنندگان به قراردادهای احترام می‌گذارند و محصولات را به موقع، با کیفیت و مشخصات تعیین شده تحویل می‌دهند.

هدف اصلی کاهش فقر از طریق تجارت عادلانه است.

خریداران تجارت عادلانه موانع و مشکلات مالی تولیدکنندگان و تامین کنندگان محصولات تجارت عادلانه را شناسایی می‌کنند و از پرداخت سفارشات مابه‌ازای رسید مدارک و با توافق دوطرفه اطمینان حاصل می‌کنند. پیش پرداخت عاری از سود، حداقل ۵۰ درصد در زمان سفارش صنایع دستی، پیش پرداخت حداقل ۵۰ درصد با سود قابل توجه و معقول در صورت درخواست مواد غذایی و کشاورزی انجام می‌شود. نرخ سودی که تامین کنندگان پرداخت می‌کنند، نایستی بیشتر از هزینه وام خریدار از شخص ثالث باشد. سود بهره در این نوع تجارت نباید به کار برده شود.

هنگامی که تامین کنندگان تجارت عادلانه، پیش پرداخت خود را از خریداران دریافت می‌کنند، از دریافت این پیش پرداخت توسط تولیدکنندگان محصولات تجارت عادلانه اطمینان حاصل می‌کنند.

خریداران، کنسلی و یا ارجاع سفارشات را با مشورت تامین کنندگان انجام می‌دهند. چنانچه سفارشات که از نظر کیفی و کمی با قرارداد تطابق دارند کنسل شوند، بایستی خسارت کافی جهت جبران ضرر وارد شده به تولیدکننده یا تامین کننده در نظر گرفته شود. همچنین هنگامی که مشکلی در تحویل کالا وجود داشته باشد، کیفیت و یا کمیت ارائه شده با قرارداد تطابق نداشته باشد،

سازمان جهانی تجارت عادلانه (WFTO) ده اصل، برای تجارت عادلانه تدوین کرده است. سازمان‌های تجارت عادلانه، ملزم به اجرا و حصول اطمینان از رعایت درست این اصول در امور کاری روزمره خود هستند. در تمام اصول زیر هر کلمه سازمان به کار رفته منظور هر سازمان و شرکتی است که براساس اصول تجارت عادلانه فعالیت می‌کند.

اصل اول تجارت عادلانه: خلق فرصت برای تولیدکنندگان به حاشیه رانده شده و محروم اقتصادی

هدف اصلی سازمان، کاهش فقر از طریق تجارت عادلانه است. سازمان از تولیدکنندگان به حاشیه رانده شده و محروم اقتصادی، شامل کسب و کارهای خانوادگی کاملاً مستقل و گروه‌ها و نهادهای به حاشیه رانده شده و محروم اقتصادی حمایت می‌کند. سازمان، موجب توان‌افزایی این تولیدکنندگان با هدف تغییر وضعیت‌شان از "فقر" و "عدم امنیت درآمد" به "مالکیت" و "خودکفایی" می‌شود. سازمان دارای برنامه عملیاتی مدون برای پیاده‌سازی طرح‌هایش است.

اصل دوم تجارت عادلانه: شفافیت، مسئولیت‌پذیری و پاسخ‌گویی

سازمان، در مدیریت و روابط تجاری خود شفاف عمل می‌کند. سازمان، در مقابل کلیه ذی‌نفعان خود مسئول و پاسخگو است و به محرمانه بودن و حساسیت اطلاعات تجاری که توسط ذی‌نفعان فراهم می‌شود، احترام می‌گذارد. سازمان در تلاش است که تولیدکنندگان و کارمندان خود را در فرآیند تصمیم‌گیری با روش‌های مشارکتی مناسب به کارگیرد. سازمان از فراهم شدن اطلاعات مرتبط و مناسب برای شرکای تجاری خود اطمینان حاصل می‌کند. شبکه‌ها و مجاری ارتباطی برای تمامی سطوح زنجیره تامین در دسترس است و به درستی عمل

کار کودکان پایبندند. هرگونه بکارگیری کودکان در تولید محصولات تجارت عادلانه (شامل یادگیری هنر و صنایع دستی سنتی) بایستی افشا شود و مورد بازرسی قرار گیرد. همچنین، این نوع همکاری کودکان، بایستی اثر معکوس بر رفاه، امنیت، نیازمندی‌های تحصیلی و نیاز به بازی کودکان بگذارد.

اصل ششم تجارت عادلانه: تعهد به عدم تبعیض، تساوی حقوق زن و مرد، توانمندسازی اقتصادی زنان و آزادی اتحادیه‌ها

سازمان بایستی در استخدام، پاداش، دسترسی به آموزش، ارتقا، خاتمه دادن قرارداد و بازنشستگی هیچگونه تبعیضی قابل شود. تبعیض قابل شدن در هر یک از موارد مذکور می‌تواند شامل تبعیض مبتنی بر نژاد، طبقه، ملیت، معلولیت، جنسیت، عضویت در اتحادیه‌ها، بیماری ایدز، مذهب، گرایش‌های سیاسی و جنسی، سن و... باشد.

سازمان، دارای خط مشی و برنامه شفاف برای بهبود برابری جنسیتی است. هدف از این خط مشی و برنامه، اطمینان از امکان دسترسی برابر زنان در قیاس با مردان به منابع موردنیاز خود است تا از این طریق، زنان، امکان بهره‌وری و تاثیرگذاری بر خط مشی، مقررات و محیطی که بر زندگی و معیشت آنها موثر است، داشته باشند. هنگامی که سازمان مبتنی بر عضویت است، قانون سازمان، به زنان، توانمندی و اجازه عضویت فعال در سازمان، جهت تاثیرگذاری در حقوق مرتبط با خود را می‌دهد. همچنین زنان، می‌توانند نقش رهبری در ساختار قدرت سازمان خود را بر عهده بگیرند حتی اگر صاحب هیچ یک از دارایی‌های سازمان مانند زمین و ملک نباشند. زنان بایستی در هر دو نوع استخدام رسمی و غیررسمی، حقوق برابر با مردان در ازای کار برابر دریافت کنند. سازمان، کلیه حقوق انسانی زنان را به رسمیت می‌شناسد و متعهد و مطمئن می‌شود که زنان مزایای استخدامی و قانونی خود را دریافت می‌کنند. سازمان، نیازهای ایمنی و بهداشتی زنان حامله و مادران شیرده را مدنظر قرار می‌دهد.

سازمان به حقوق کلیه کارمندان خود که تمایل به تشکیل و عضویت در اتحادیه‌های کسب و کار دارند احترام می‌گذارد. کارمندان در انتخاب این اتحادیه‌ها و چانه‌زنی جمعی برای حقوق خود آزاد هستند و سازمان خود را مستلزم به اعطا این حق به کارمندان می‌داند. هنگامی که عضویت در اتحادیه‌ها و چانه‌زنی‌های جمعی توسط قوانین محدود می‌شود، سازمان، تمهیدات لازم برای تشکیل اتحادیه‌های آزاد و چانه‌زنی آزاد و مستقل برای کارکنان فراهم می‌کند. سازمان مطمئن می‌شود که نمایندگان کارکنان در محل کار، در معرض تبعیض قرار نمی‌گیرند.

اصل هفتم تجارت عادلانه: اطمینان از شرایط کاری خوب و مناسب

سازمان برای کارمندان و اعضای خود، محیط ایمن و بهداشتی فراهم می‌کند. محیط سازمان دست کم با شرایط مقرر در قوانین بومی و ملی و کنوانسیون ایمنی و بهداشت سازمان نیروی کار جهانی (ILO) تطابق دارد. ساعت و شرایط کاری کارکنان، اعضا و حتی دورکاران با شرایط مقرر در قوانین بومی و ملی و کنوانسیون ایمنی و بهداشت سازمان نیروی کار جهانی (ILO) تطابق دارد.

سازمان‌های تجارت عادلانه از وضعیت بهداشتی و ایمنی تولیدکنندگان خود، آگاهی دارند. سازمان‌های تجارت عادلانه به صورت مستمر در تلاش برای ارتقا سطح آگاهی تولیدکنندگان خود از مسائل بهداشتی و ایمنی، کمک و ترغیب



عکس از علی نوجوان

سازمان [متعهد به تجارت عادلانه] با اهمیت دادن به رفاه اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی تولیدکنندگان کوچک به حاشیه رانده شده با آنها تجارت می‌کند و به دنبال به حداکثر رساندن سود از طریق تحمیل هزینه خود به این تولیدکنندگان نیست.

تولیدکنندگان و تامین‌کنندگان با صلاحدید خریداران، خسارت کافی بابت عدم تطابق کیفی/ کمی محصول با قرارداد در نظر می‌گیرند.

سازمان، رابطه تجاری بلندمدت مبتنی بر اتفاق نظر، اعتماد و احترام دوطرفه با شرکای تجاری و خریداران خود برقرار می‌کند که موجب ارتقا و رشد تجارت عادلانه می‌گردد. سازمان روابط موثر و کارآمد خود را با شرکای تجاری ابقا می‌کند. شرکای تجاری به دنبال افزایش حجم تجارت، ارزش و تنوع سفارش محصولات هستند تا از این طریق موجب افزایش درآمد تولیدکنندگان و رشد تجارت عادلانه شوند. سازمان با سایر سازمان‌های تجارت عادلانه همکاری می‌کند و از رقابت ناسالم پرهیز می‌نماید. سازمان خود را موظف می‌داند که بدون مجوز سازمان‌های دیگر از طرح‌های آنها استفاده نکند.

در تجارت عادلانه، هویت فرهنگی و مهارت سنتی تولیدکنندگان کوچک که به وضوح در صنایع دستی، محصولات خوراکی و سایر خدمات مرتبط نمایان است، شناسایی، ارتقا و محافظت می‌شود.

اصل چهارم تجارت عادلانه: پرداخت عادلانه

پرداخت عادلانه به پرداختی اطلاق می‌شود که به توافق کلیه افراد زنجیره تامین رسیده باشد. این توافق حاصل مذاکره، گفتگو و مشارکت مستمر است. در این نوع پرداخت، مبلغ عادلانه‌ای به تولیدکنندگان پرداخت می‌شود. این مبلغ، قابل تثبیت به عنوان نرخ پایدار است و در تعیین مبلغ پرداخت عادلانه، "اصل پرداخت مساوی به زن و مرد در قبال کار مساوی" در نظر گرفته شده است. هدف اصلی، حداقل پرداخت در حد تامین معاش و زیست افراد در آن مکان است. پرداخت عادلانه از سه بخش تشکیل شده است: قیمت عادلانه، دستمزد عادلانه و دستمزد در حد تامین معاش محلی.

قیمت عادلانه: قیمت عادلانه دربرگیرنده دستمزد عادلانه و سود عادلانه است. خریدار و فروشنده، قیمت عادلانه را بر مبنای قیمت‌گذاری شفاف و از طریق گفتگو و مذاکره آزادانه تعیین می‌کنند. قیمت عادلانه بیانگر سهم عادلانه‌ای است که بایستی به هر یک از عوامل زنجیره تامین تعلق گیرد.

دستمزد عادلانه: دستمزد عادلانه، دستمزدی است که به صورت آزادانه و عادلانه مذاکره شده و به توافق طرفین رسیده باشد. در دستمزد عادلانه، حداقل بایستی پرداختی در حد تامین معاش و زیست افراد در آن مکان در نظر گرفته شده باشد.

دستمزد در حد تامین معاش محلی: دستمزدی است که در ازای کار هفتگی استاندارد (۴۸ ساعت در هفته) هر کارگر در محل مشخص در نظر گرفته می‌شود. این دستمزد بایستی تامین‌کننده استاندارد "زندگی آبرومندانه" برای هر کارگر و خانواده‌اش باشد. استاندارد "زندگی آبرومندانه"، غذا، آب، مسکن، تحصیل، مراقبت‌های بهداشتی، ایاب و ذهاب، پوشاک و سایر نیازهای حیاتی مانند آمادگی برای اتفاقات غیرمنتظره را پوشش می‌دهد.

اصل پنجم تجارت عادلانه: اطمینان از عدم به کارگیری کودکان و عدم استثمار نیروی کار

هر سازمان تجارت عادلانه به کنوانسیون سازمان ملل متحد در خصوص حقوق کودکان و قانون ملی / بومی کار کودکان پایبند است. سازمان، اطمینان می‌یابد که هیچ یک از کارکنان، اعضا و یا همکاران آنها، نیروی کار را به استثمار نکشیده‌اند.

سازمان‌هایی که محصولات تجارت عادلانه را با واسطه یا به صورت مستقیم از تولیدکنندگان خریداری می‌نمایند، اطمینان حاصل می‌کنند که در فرآیند تولید، هیچ نیروی کاری به استثمار کشیده نشده است و تولیدکنندگان به کنوانسیون سازمان ملل متحد در خصوص حقوق کودکان و قوانین ملی/ بومی

آنها به کارگیری و رعایت هرچه بیشتر این قوانین هستند.

اصل هشتم تجارت عادلانه: توجه به ظرفیت سازی

سازمان از طریق تجارت عادلانه به دنبال ارتقا توسعه تاثیرات مثبت خود بر تولیدکنندگان کوچک و به حاشیه رانده شده است. سازمان، مهارت و توانمندی‌های کارمندان و اعضا خود را توسعه می‌دهد. سازمان‌های تجارت عادلانه برای تولیدکنندگانی که بی‌واسطه با آنها همکاری می‌کنند، تمهیدات ویژه‌ای فراهم می‌کند. این تمهیدات به تولیدکنندگان کمک می‌کند تا مهارت‌های مدیریتی، قابلیت‌های تولید و دسترسی به بازارهای داخلی/منطقه‌ای/بین‌المللی/ تجارت عادلانه و اصلی را به اندازه مورد نیاز و در حد مناسب ارتقا دهند. سازمان‌هایی که محصولات تجارت عادلانه را از طریق واسطه‌های تجارت عادلانه خریداری می‌کنند، به واسطه‌ها کمک می‌کنند تا ظرفیت خود را جهت پشتیبانی از گروه‌های همکار تولیدکننده به حاشیه رانده شده توسعه دهند.

اصل نهم تجارت عادلانه: ترویج و ارتقا تجارت عادلانه

سازمان تجارت عادلانه، درصد ارتقا سطح آگاهی عمومی از هدف تجارت عادلانه و نیاز به عدالت فراگیر از طریق تجارت عادلانه است. سازمان، در حیطه محدوده کاری خود، حامی اهداف و فعالیت‌های تجارت عادلانه است. سازمان برای مشتریان خود، اطلاعات سازمان، اطلاعات محصولات بازار خود و اطلاعات سازمان‌های تولیدکننده و اعضای دست‌اندرکار در تولید و برداشت محصول را فراهم می‌کند. در سازمان‌های تجارت عادلانه، همیشه از تکنیک‌های بازاریابی و تبلیغات صادقانه استفاده می‌شود.

اصل دهم تجارت عادلانه: احترام به محیط زیست

سازمان‌های تولیدکننده محصولات تجارت عادلانه، در حد امکان، مواد اولیه مورد نیاز خود را از منابع محلی که به صورت پایدار مدیریت می‌شوند، تهیه می‌کنند. این سازمان‌ها، جهت به حداقل رساندن انتشار گازهای گلخانه‌ای، در حد امکان از تکنولوژی‌هایی که انرژی تجدیدپذیر را به کار می‌گیرند و یا تکنولوژی‌هایی که مصرف انرژی پایین‌تری دارند، استفاده می‌کنند. سازمان‌های تجارت عادلانه در تلاش برای به حداقل رساندن زباله‌های خود در محیط زیست هستند. همچنین تولیدکنندگان کالاهای کشاورزی تجارت عادلانه حتی‌المقدور با به کار بردن متدهای تولیدی که از سموم ارگانیک و در مقیاس کم استفاده می‌کنند، تاثیر منفی بر محیط زیست را به حداقل می‌رسانند. اولویت خریداران و واردکنندگان محصولات تجارت عادلانه، خرید محصولات است که مواد اولیه آنها، تهیه شده از منابعی است که به صورت پایدار مدیریت می‌شوند و در مجموع کمترین تاثیر منفی را بر محیط زیست دارند. کلیه سازمان‌های تجارت عادلانه در حد امکان از مواد قابل بازیافت یا تجزیه‌پذیر در طبیعت برای بسته‌بندی محصولات خود استفاده می‌کنند. کالاهای سازمان‌های تجارت عادلانه حتی‌المقدور از طریق دریایی توزیع می‌شوند.

این نسخه در نوامبر سال ۲۰۱۷ توسط اعضای سازمان تجارت عادلانه جهانی (WFTO) ویرایش و تایید شده است.



+ ترجمه سپیده شهبازی +

قدیمی‌ترین سازمان‌های تجارت عادلانه آمریکای شمالی (FTO) شروع به خرید صنایع دستی از پورتوریکوی‌های فقیر و اروپایی‌های پس از جنگ جهانی دوم کردند و بعدتر بر کشورهای در حال توسعه تمرکز کردند. در دهه‌های اول فعالیت، این سازمان‌ها خود را سازمان‌های تجارت جایگزین می‌نامیدند. بیشترین FTO های امروزی در اوایل قرن بیستم به عنوان پروژه‌های مذهبی، تلاش‌های بشردوستانه یا فعالیت‌های سیاسی/اقتصادی، آغاز به کار کردند.

سازمان‌های غیر دولتی نیز به طور قابل توجهی جنبش تجارت عادلانه را پیش برده‌اند، آنها اغلب با استفاده از تخصص بازاریابی FTO ها جمعیت مناطق در حال توسعه را هدف قرار می‌دهند. در آمریکای شمالی سازمان‌های وابسته به کلیسا، از قدیمی‌ترین و بزرگترین تاجران عادلانه هستند.

توسعه اقتصادی FTO ها در دهه ۱۹۶۰ در اروپا آغاز شد، زمانی که بخش هلندی آکسفام اولین فروشگاه‌های خود را باز کردند. در این فروشگاه‌ها کالاهای تولید شده توسط تعاونی‌های مناطق در حال توسعه به فروش می‌رسید. در اواسط دهه ۱۹۸۰، بیش از ۱۰۰۰ مغازه جهان سوم در انگلستان و سوئیس فعالیت داشتند.

تقریباً در همان زمان، سازمان هلندی Max Havelaar اولین سیستم اعطای گواهینامه و برچسب محصول تجارت عادلانه را (برای قهوه) ایجاد کرد. در آمریکای شمالی، در دهه ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ با افزایش ایجاد FTO های اقتصادی / سیاسی مانند بورس جهانی و Pueblo to People، روبرو شدند که اغلب در پاسخ به نزاع در ملت‌های در حال توسعه و آگاهی رو به رشد نسبت به گسترش شکاف بین ثروتمندان و فقرا بود.

طرفداران تجارت عادلانه در آمریکای شمالی که به اندازه اروپایی‌ها از پشتیبانی دولتی برخوردار نبودند، مشتریان خودشان را در گروه‌های دانشجویان، خریدارهای تعاونی‌ها، سازمان‌های معنویات‌محور، طرفداران محصولات ارگانیک و تولیدات مزرعه، فعالان محیط زیست و اتحادیه‌های کارگری یافتند.

در ادامه جدول رویدادهای مهم تاریخ تجارت عادلانه با توضیحاتی درباره پیشگامان آن و دیگر سازمان‌های غیرانتفاعی بزرگ آمده است:



<p>۱۹۴۶</p> <p>ادنا روت بیلر صنایع دستی سوزن‌دوزی زنان کم درآمد پورتوریکویی و آوارگان اروپایی را وارد می‌کند و اولین سازمان تجارت عادلانه آمریکای شمالی را با نام «ده هزار روستا» پایه‌گذاری می‌کند.</p>	<p>۱۹۴۵</p> <p>۲۰۱۰</p>	<p>۱۹۸۹</p> <p>انجمن بین‌المللی تجارت عادلانه (IFAT) (در حال حاضر WTO)، به وسیله پیشگامان عرصه تجارت عادلانه به عنوان اولین شبکه جهانی تجارت عادلانه تاسیس شد.</p>
<p>۱۹۴۹</p> <p>کلیسای برادران (Brethren) دومین سازمان تجارت عادلانه آمریکای شمالی را به نام Serrv، برای وارد کردن ساعت‌های چوبی پناهندگان آلمانی جنگ جهانی دوم تاسیس می‌کند.</p>		<p>۱۹۹۴</p> <p>فدراسیون تجارت عادلانه به عنوان اولین شبکه FTO ها در آمریکای شمالی تشکیل شد.</p>
<p>۱۹۶۸</p> <p>کنفرانس سازمان ملل متحد در زمینه کمک و توسعه (UNCTAD) مفهوم «تجارت نه کمک» را در بر می‌گیرد و تجارت عادلانه را به سیاست توسعه وارد می‌کند.</p>		<p>۱۹۹۷</p> <p>سازمان‌های گواهی‌دهی تجارت عادلانه تشکیل شدند، که به عنوان مرجع ناظر اعطای گواهی در ایالات متحده در ۱۹۹۸ به وسیله سازمان TransFair USA مدیریت می‌شدند.</p>
<p>۱۹۶۹</p> <p>آکسفام و دیگر سازمان‌های بشردوستانه اروپا اولین فروشگاه جهانی را در هلند برای فروش صنایع دستی، ایجاد آگاهی و کمپین برای اصلاحات در تجارت باز کردند.</p>		<p>۲۰۰۴</p> <p>تولیدکنندگان انجمن‌های تجارت عادلانه ملی و منطقه‌ای را در سراسر آسیا، آمریکای لاتین و آفریقا تشکیل دادند. برای مثال، COFTA توسط تولیدکنندگان آفریقایی تاسیس شد تا صدای این قاره در لابی برای دسترسی بیشتر به بازار و حمایت از تجارت عادلانه باشد. COFTA در حال حاضر شامل بیش از ۷۰ سازمان عضو از ۲۰ کشور آفریقایی است.</p>
<p>۱۹۷۲</p> <p>«ده هزار روستا» اولین خرده‌فروشی تجارت عادلانه را در آمریکای شمالی باز کرد.</p>		<p>۲۰۰۵</p> <p>۷۵۰ نفر در بزرگترین کنفرانس تجارت عادلانه در آمریکای شمالی به نام آینده تجارت عادلانه شرکت کردند.</p>
<p>۱۹۸۶</p> <p>«مبادله برابر» (Equal Exchange) به عنوان اولین تعاونی تجارت عادلانه در آمریکای شمالی برای واردات قهوه از نیکاراگوئه تاسیس شد. این تعاونی با کیفیت بالا و تولید خانگی، عرضه‌داشت و بیان یک نگاه سیاسی-اجتماعی بود.</p>		<p>۲۰۰۷</p> <p>خرده‌فروشی‌های تجارت عادلانه در ایالات متحده بیش از یک میلیون دلار و در دنیا بیش از دو و نیم میلیون دلار فروختند.</p>
<p>۱۹۸۸</p> <p>کشاورزان و فعالان اولین سیستم اعطای گواهی‌نامه تجارت عادلانه را در سازمان Max havelaar هلند پایه‌گذاری کردند تا تشخیص و اعطای برچسب تولیدات تجارت عادلانه به وسیله یک مرجع سوم انجام شود.</p>		<p>۲۰۱۰</p> <p>دومین گواهی تجارت عادلانه‌ای که پذیرش گسترده‌ای در بازار آمریکای شمالی کسب کرد، «عدالت برای زندگی» بود که به وسیله شرکت IMO بنیان گذاشته شده بود.</p>
		<p>۲۰۱۱</p> <p>تولیدکنندگان کوچک در آمریکای لاتین تحت CLAC، گواهی‌نامه و برچسب خود را به وجود آوردند. سازمان «تجارت عادلانه ایالات متحده» از «سیستم بین‌المللی تجارت عادلانه» جدا شد.</p>



نقدی بر تجارت عادلانه: تجارت عادلانه در خدمت ثروتمندان است

+ نوشته ناجو سامبا سیلا +
+ ترجمه و تلخیص آزاده فرشیدی +

توزیع ناعادلانه حاصل تجارت عادلانه، تا حد زیادی برخاسته از مشخصاتی است که گرفتن گواهی آن دارد. گواهی تجارت عادلانه به نشانی گفته می‌شود که سازمان‌های دارای گواهی می‌توانند آن را به محصولاتشان وصل کنند و نشان می‌دهد که محصول تولید شده بر اساس اصول تجارت عادلانه تولید شده است. این گواهی از سوی سازمان‌های بین‌المللی تجارت عادلانه صادر می‌شود. سیستم گواهی یک جانبداری دولایه را به ضرر فقیرترین کشورهای در حال توسعه ارائه می‌دهد. اول اینکه، ملاحظاتی در رابطه با هزینه گواهی وجود دارد. این هزینه‌ها با وجود یکسان بودن در سرتاسر دنیا و با احتساب تساوی تمام مسائل دیگر، برای فرودست‌ترین کشورهای دنیا به نسبت گرانترند. دوم اینکه به طور کلی گواهی برای سازمان‌های تولیدکننده بزرگ کم‌هزینه‌تر از سازمان‌های کوچک است. در نهایت، هزینه انطباق با استانداردهای تجارت عادلانه (مانند تغییرات در روش‌های کشاورزی و مدیریتی) برای سازمان‌های کوچک، به خاطر پایین‌تر بودن بهره‌وری و توان اقتصادی، بیشتر است.

اقدام تحت پوشش گواهی تجارت عادلانه معمولاً بر پایه محصولات صادراتی آمریکای لاتین هستند. قهوه ۳۶٪ درخواست‌های گواهی را در بر می‌گیرد. این محصول به همراه چای (۹.۳٪)، میوه تازه و سبزیجات (۹.۱٪) و موز (۸٪) لیست محصولات گواهی شده برتر سال ۲۰۰۹ را تکمیل می‌کنند. از هر دو

محصول گواهی شده، یکی قهوه یا موز یا کاکائو است. از لحاظ درآمد صادرات نیز، قهوه با ۴۷٪، بالاترین میزان فروش در میان محصولات تجارت عادلانه را داراست و موز با ۱۸.۸٪ در رده دوم قرار دارد. قهوه و موز دو سوم کل درآمد صادرات محصولات تولید شده تحت تجارت عادلانه را تشکیل می‌دهند. در کل آمریکای لاتین ۲۶۳ تا از ۳۱۷ گواهی صادر شده در سال ۲۰۰۹ (به عبارتی ۸۳٪ گواهی‌ها) برای قهوه و ۷۰ تا از ۷۱ گواهی موز را در اختیار دارد.

یعنی آمریکای لاتین در مقایسه با آفریقا و آسیا دو برابر سود می‌برد زیرا گواهی‌ها برایشان ارزان‌تر هستند و آنها با محصولات اصلی خود بر بازار مسلطند. نتیجه این سیستم جانبدارانه این است که آمریکای لاتین ۵۶٪ مجموع درخواست‌های موثر گواهی را در اختیار دارد، در حالی که سهم آفریقا ۲۹٪، سهم آسیا ۱۴٪ و اقیانوسیه ۱٪ است. کشورهای آمریکای لاتین اگرچه بدون شک در دسته نابرابرترین کشورهای دنیا قرار دارند، ولی مطمئناً جزو فقیرترین کشورها نیستند. مکزیک اولین کشوری بود که تجارت عادلانه در آن مورد آزمایش قرار گرفت، با این حال، این عضو سازمان توسعه و همکاری اقتصادی یک چهارم مجموع تولید ناخالص ملی کل حوزه آمریکای لاتین و دریای کارائیب را تولید می‌کند. در واقع، میزان تولید ناخالص ملی مکزیک از مجموع کل کشورهای مرکز و جنوب آفریقا (پایین‌تر از صحرای آفریقا) بالاتر است. چنانچه از این زاویه به مساله نگاه شود، به نظر می‌آید که سیستم تجارت عادلانه از ابتدا جانبدارانه بوده است. بدون شک تجارت عادلانه به تولیدکنندگان فقیر و آسیب‌پذیر کمک می‌کند، اما مطمئناً در خدمت فقیرترین‌ها نیست. درخواست موثر گواهی در رابطه مستقیم با درآمد کشور است. کشورهایی که توسط بانک جهانی دارای درآمد متوسط رو به بالا رده‌بندی شده‌اند ۵۴٪ کل تولیدکنندگان دریافت‌کننده گواهی تجارت عادلانه را تشکیل می‌دهند، در حالی که کشورهای کم‌درآمد فقط ۱۲٪ از آن مجموع را در اختیار دارند. در این میان، توسعه‌نیافته‌ترین کشورها (ال دی سی‌ها) فقط ۱۳.۵٪ درخواست‌های موثر گواهی را در اختیار دارند. هر تعریفی از فقر و آسیب‌پذیری اقتصادی را که در نظر بگیریم، نتیجه یکسان است، تجارت عادلانه فقیرترین کشورها را شامل نمی‌شود.

بعضی‌ها این بحث را مطرح می‌کنند که در کشورهایی مانند مکزیک نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی بزرگی وجود دارند که در نتیجه آنها بعضی گروه‌ها در وضعیت فقر شدید قرار می‌گیرند. این بحث تردیدناپذیر است اما قانع‌کننده نیست. اول اینکه، این استدلال توضیح نمی‌دهد که چرا در چنین کشورهایی با چنین سیستم‌های نابرابری، معمولاً پردرآمدترین فقرا توسط تجارت عادلانه انتخاب می‌شوند. دوم اینکه، معیار توجیه اینکه کدام کشورها شایستگی پیوستن به سیستم تجارت عادلانه را دارند دارای تناقضاتی است. برای مثال فرانسه کشور بسیار ثروتمندی است، با این حال کارگرها و کشاورزان فقیر بسیاری دارد. پس چرا همانطور که گاهی در مباحث مطرح شده است، تجارت عادلانه را در فرانسه گسترش ندهیم، یا حتی در آمریکا یا بریتانیا؟ مهره‌های اصلی تجارت عادلانه می‌گویند که این کشورها بخاطر در اختیار داشتن ابزارهای لازم، توان مقابله با مشکلات خود را دارند. اما این در مورد مکزیک و ثروتمندترین کشورهای در حال توسعه نیز صادق است. حتی تفاوت میزان درآمد مکزیک با کشورهای کمتر توسعه یافته از تفاوت میان میزان درآمدهای فرانسه با مکزیک چشمگیرتر است. اگر ما براساس معیار نیاز، مکزیک را بر فرانسه ترجیح بدهیم، مطابق همان استدلال، می‌بایست فقیرترین کشورها را بر کشورهای در حال توسعه ثروتمندتر ارجح بدانیم.

از سوی دیگر برخی از کشورها بسیار به صادرات تعداد محدودی محصولات اولیه وابسته هستند. کمترین تغییرات قیمت می‌تواند تأثیرات قابل توجهی در اقتصاد آنها داشته باشد. در سیستم تجارت عادلانه، کشورهایی با این چنین وابستگی کمتر نمایان می‌شوند، در حالی که کشورهایی که دارای صادرات متنوع‌تری هستند، حضور پررنگ‌تری دارند. بگذارید مورد قهوه را بررسی کنیم، محصولی که چون عمدتاً توسط موسسات تولیدی کوچک تولید می‌شود، دارای امتیازات عمده در بخش توزیع است. اتیوپی و بروندي از جمله کشورهایی هستند که بیشترین میزان وابستگی به قهوه را دارند. قهوه به ترتیب ۳۴٪ و ۲۶٪ درصد از درآمد صادرات آنها را تشکیل می‌دهد. در سال ۲۰۰۹، در مجموع سه گواهی تجارت عادلانه برای این دو کشور صادر شد. در مقابل، مکزیک و پرو به ترتیب ۴۲ و ۵۷



به تعبیری، "اشتباه" بنیان گذاران تجارت عادلانه و جنبشی که آنان بنا نهادند، این بود که معتقد بودند آنچه که در آمریکای لاتین اعمال می شود در بقیه مناطق در حال توسعه نیز قابل انجام است. اگر تجارت عادلانه در بستر آفریقا متولد شده بود، احتمالاً تمرکز بیشتری بر محصولات معدنی و نفتی می داشت. به همین ترتیب، چنانچه در آسیا شکل می گرفت، احتمالاً به طور ویژه ای به تجارت محصولات پارچه ای و پوشاک می پرداخت.

تجارت محصولات پارچه ای و پوشاک می پرداخت. به نظر می رسد که تجارت بین المللی در عمل میدان عمل "باشگاه" هاست. تحت شرایط برابر، ثروتمندان بیشتر با ثروتمندان داد و ستد می کنند تا با فقرا. توجه گر این مساله تفاوت در سطوح توسعه یافتگی آنهاست. و رای تمام توجیهات، شناسایی یک مدل جامع گسترش گواهی تجارت عادلانه در بعضی نواحی دنیا دشوار است. در آفریقای مرکزی و جنوبی، کشور آفریقای جنوبی، با ثروتمندترین اقتصاد (به لحاظ تولید ناخالص ملی)، با تعداد ۵۴ عدد از ۲۶۰ عدد، صدرنشین درخواست کنندگان گواهی تجارت عادلانه در سال ۲۰۰۹ است. دو محصول تجارت عادلانه عمده این کشور، میوه و سبزیجات تازه و انگور هستند که در بین ۱۰ محصول صادراتی برتر کشور نیستند. در آسیا، هند دارنده ۵۶ عدد از ۱۲۴ عدد گواهی تجارت عادلانه صادر شده در سال ۲۰۰۹ بود. محصولات اصلی این کشور کتان و چای هستند. به طور خلاصه، قسمت اعظم عواید تجارت عادلانه، به کشورهای آمریکای لاتین تعلق می گیرد. تجارت عادلانه در عملیات جهانی خود درگیر فلسفه توزیع بین المللی به سود فقیرترین کشورها یا حتی وابسته ترین کشورها نیست. در واقعیت، به نظر می رسد این جنبش پیرو طرز تفکر طبقه ثروتمند است. به عبارت دیگر منطقی است که در خدمت حکومت ثروتمندان است. و نکته شایان توجه این است که شخصیت های اصلی و طرفداران تجارت عادلانه هنوز این مسئله را درک نکرده اند که تجارت عادلانه از آمریکای لاتین در مقابل آفریقا و آسیا حمایت می کند و گواهی سیستم فراتر از دسترس بسیاری از کشورهای در حال توسعه است.

منبع:

<https://www.theguardian.com/global-development/2014/sep/05/fairtrade-unjust-movement-serves-rich>

گواهی دریافت کردند که نزدیک به ۳۱٪ کل گواهی های موثر برای قهوه است. با این حال این دو اقتصاد نسبتاً متنوع هستند و با هر نرخی که در نظر گرفته شود، صادرات قهوه فقط کمتر از ۲٪ کل درآمد صادرات آنها را تشکیل می دهد. در آمریکای لاتین، دو کشور هندوراس و نیکاراگوآ بسیار به قهوه وابسته اند. در مقام مقایسه، وابستگی آنها به قهوه ده برابر مکزیک و پرو است. اما سهم آنها از مجموع کل درخواست گواهی کمتر است. این مساله برای تجارت عادلانه موز، کاکائو و کتان هم صادق است. کشورهایی با بیشترین وابستگی به این محصولات کمترین میزان حضور در سیستم تجارت عادلانه را دارا هستند. در میان محصولات گل سرسید سیستم، تنها چای از این حالت استثناء است. با این حال یکی از خصوصیات آن (همین طور برای موز، گل ها و گیاهان، و میوه ها و سبزیجات) این است که عمدتاً در کشتگاه ها و توسط کارگران مرد و زن مزدبگیر تولید می شود.

این مستثنی بودن کشورهای کمتر توسعه یافته و دیگر کشورهای آسیب پذیر حاصل یک انتخاب عمدی استراتژی های عنوان بندی تجارت عادلانه نیست. مساله از اینجا به وجود می آید که جنبش علی الخصوص خواهان کمک به آنهاست است که در حال حاضر در مسیر توسعه قرار دارند. به عبارت دیگر موسسات تولیدی ای که دارای پتانسیل توسعه و پیش نیازهای سازمانی اند.

حرکت در مسیر تجارت عادلانه بسیار دشوارتر از حد توان کشورهای فقیر است. تجارت عادلانه به صورت اختصاصی عمل در حوزه محصولات کشاورزی را در اولویت قرار داد. این یک واقعیت است که کشورهای کمتر توسعه یافته کشورهای هستند که در آنها نیروی کار عمدتاً در کشاورزی بکار گرفته می شود. با این حال مشکل این است که کشورهای کمتر توسعه یافته معمولاً به مقیاس وسیع تری به صادرات محصولات اولیه ای غیر از محصولات کشاورزی وابسته اند. بخش تجارت سازمان ملل، آنکتد، فقط ۱۱ تا از مجموع ۴۹ کشور فقیر را در رده کشورهای صادرکننده محصولات کشاورزی (که محصولات کشاورزی بالای نیمی از درآمد صادراتشان را تشکیل می دهند) قرار می دهد. مساله زمانی پیچیده تر می شود که می بینیم اکثر کشورهای کمتر توسعه یافته در نهایت واردکننده محصولات غذایی هستند. همه کشورهای کمتر توسعه یافته، به استثناء سه تای آنها، در دسته بندی تعریف شده توسط سازمان غذا و کشاورزی سازمان ملل، در رده کشورهای کم درآمد دارای کسری غذا قرار می گیرند. بنابراین، تجارت عادلانه بیشتر به سود کشورهای آمریکای لاتین است زیرا این منطقه در مجموع صادرکننده محصولات کشاورزی است. برای مثال آرژانتین، نیمی از درآمد صادرات خود را مدیون محصولات کشاورزی است. به عبارت دیگر، کشاورزی در آمریکای لاتین عمدتاً روی صادرات تمرکز دارد، در حالی که برای کشورهای کمتر توسعه یافته آفریقا و آسیا، کاربرد معیشتی دارد.

به تعبیری، "اشتباه" بنیان گذاران تجارت عادلانه و جنبشی که آنان بنا نهادند، این بود که معتقد بودند آنچه که در آمریکای لاتین اعمال می شود در بقیه مناطق در حال توسعه نیز قابل انجام است. اگر تجارت عادلانه در بستر آفریقا متولد شده بود، احتمالاً تمرکز بیشتری بر محصولات معدنی و نفتی می داشت. به همین ترتیب، چنانچه در آسیا شکل می گرفت، احتمالاً به طور ویژه ای به





چه کسی و چگونه لباس مرا دوخته؟

+ سمیرا ایران از گروه پوشاک پایدار

هنوز قابلیت استفاده مجدد را دارند.^۲ امروزه برخی از شرکت‌ها و تولیدکنندگان صنعت پوشاک با رعایت اصول تجارت عادلانه در صدد جلوگیری از چنین ناملایماتی برآمده‌اند. بنیاد (فِر وِر Fair Wear) یک سازمان غیرانتفاعی است که با مارک‌ها، کارخانه‌ها، اتحادیه‌های کارگری، سازمان‌های غیردولتی و گاهی دولت‌ها برای بررسی و بهبود شرایط کاری در محل کار در ۱۱ کشور تولیدکننده آسیا، اروپا و آفریقا کار می‌کند. این بنیاد هشت اصل (که بر اساس هشت استاندارد کاری مطرح شده از سوی کنوانسیون‌های بین‌المللی و اعلامیه سازمان ملل درباره حقوق بشر تنظیم شده‌اند) را برای تجارت عادلانه در صنعت پوشاک مهم می‌شمارد. در اینجا نگاهی اجمالی به این اصول می‌اندازیم.

۱. انتخاب آزادانه مشاغل: از هرگونه کار اجباری باید اجتناب شود (کنوانسیون‌های ۲۹ و ۱۰۵ سازمان بین‌المللی کار). به طور مثال در کشورهای آسیایی و یا آفریقایی گاهی کارگران با تهدید، به انجام کار در کارگاه‌های تولید پوشاک واداشته می‌شوند.

۲. عدم تبعیض در استخدام: سیاست‌های

دستمزد، سیاست‌های ارتقاء کارکنان، سیاست‌های خاتمه دادن به اشتغال، بازنشستگی و هر جنبه دیگر از رابطه کار، باید بر اساس اصل فرصت‌های برابر، بدون در نظر گرفتن نژاد، رنگ، جنسیت، مذهب، وابستگی سیاسی، عضویت اتحادیه، ملیت، منشاء اجتماعی، کمبودها یا معلولیت صورت بگیرد (کنوانسیون‌های سازمان بین‌المللی کار ۱۰۰ و ۱۱۱). به صورت کلی حقوق و مزایای کارگران صنعت پوشاک معمولاً بسیار پایین است، با این وجود گاهی برای شغل یکسان در

شرایط مساوی مردان حقوق بیشتری نسبت به زنان دریافت می‌کنند.

۳. عدم استفاده از کار کودکان: کودک نباید کار کند. سن پذیرش اشتغال نباید از سن تکمیل تحصیلات اجباری کمتر باشد و در هیچ صورتی کودکان زیر ۱۵ سال اجازه کار ندارند (کنوانسیون ۱۳۸ سازمان بین‌المللی کار). نباید هیچ‌گونه برده‌داری یا شیوه‌هایی مشابه با برده‌داری وجود داشته باشد. سازمان

نه تنها هر روز فروشگاه‌های بیشتری برای فروش لباس در ایران بازگشایی می‌شوند، بلکه امکان خرید آنلاین هر روز مصرف‌کنندگان بیشتر و بیشتری را به خرید پوشاک ترغیب می‌کند. خریدارها در هنگام انتخاب و خرید به مسائلی از جمله قیمت، طرح و کشور تولیدکننده توجه می‌کنند. سؤال بسیار مهمی که پرسیده نمی‌شود این است که چه کسی و تحت چه شرایطی این لباس‌ها را تولید کرده‌است. تجارت عادلانه که سالهاست در بازارهای جهانی به عنوان موضوع مهمی مطرح می‌شود، در این راستا استانداردهایی را پایه‌ریزی کرده است تا از حقوق کارگرانی که لباس‌ها را تولید می‌کنند حمایت کند و شرایطی را فراهم بیاورد که مصرف‌کنندگان بتوانند کالاهایی را که با در نظر گرفتن اصول تجارت عادلانه (Fairtrade) تولید شده‌اند را از دیگر محصولات تشخیص دهند. در این مقاله می‌خواهیم به بررسی اجمالی مفهوم تجارت عادلانه، لزوم و چگونگی محقق کردن آن در صنعت پوشاک بپردازیم.

به طور کلی هدف اصلی تجارت عادلانه حمایت از حقوق تولیدکنندگان و افزایش پایداری است. زمانی که برچسب تجارت عادلانه روی یک مارک و یا کالا دیده می‌شود به خریدار نشان می‌دهد که تولید این محصول یا محصولات با احترام به استانداردهای تعریف‌شده در تجارت عادلانه انجام شده و کارگران تولیدکننده مورد استثمار قرار نگرفته‌اند. در حوزه پوشاک چنین استثنائاتی به وفور به چشم می‌خورند. مهم‌ترین مثال در این زمینه حادثه دلخراش «رانا پلازا» است که حدود پنج سال پیش در بنگلادش اتفاق افتاد.^۱ در این حادثه بیش از ۱۱۰۰ کارگر صنعت پوشاک بر اثر آتش‌سوزی و فروریختن ساختمان تولیدی که در آن کار می‌کردند جان خود را از دست دادند و بیش از ۲۲۰۰ نفر دچار نقص عضو شدند. یکی از بازماندگان این حادثه در مستندی که درباره مشکلات این صنعت ساخته شده،^۲ می‌گوید: «ما متوجه شدیم که ساختمان دارد فرومی‌ریزد ولی سرپرست‌ها درهای ساختمان را به روی ما قفل کردند و به ما اجازه خارج شدن از ساختمان را ندادند». در کنار چنین حوادثی که مخفی کردن آن‌ها از دیدرس خبرنگاران ممکن نیست، هر روزه کارگران زیادی در کشورها و مناطق فقیر در صنایع پوشاک مشغول به کار طاقت‌فرسا هستند. آنها معمولاً ساعت‌های طولانی (گاهی تا ۱۴ ساعت در روز) در شرایط بسیار سخت با قراردادهای ناعادلانه روزمزد، بدون داشتن امنیت شغلی و یا بیمه درمانی برای حقوق ناچیزی سخت کار می‌کنند. همه این‌ها فقط برای یک هدف اتفاق می‌افتد: فروش بیشتر و در نتیجه سود بیشتر برای سرمایه‌داران. در کنار این، لباس‌هایی که اکثراً با استثمار کارگران تولید می‌شوند تنها در مدت کوتاهی استفاده شده و در ادامه دور ریخته می‌شوند. تخمین زده شده که تقریباً ۹۵٪ از لباس‌هایی که دور ریخته می‌شوند

Current status of fiber waste recycling and its future, written by Lu, J.J. and Hamouda, H. (2014) in Advanced Materials Research
<https://www.fairwear.org/about>

<https://www.theguardian.com/global-development/2018/apr/24/bangladeshi-police-target-garment-workers-union-rana-plaza-five-years-on>
<https://truecostmovie.com>

تخمین زده شده که تقریباً ۹۵٪ از لباس هایی که دورریخته می شوند هنوز قابلیت استفاده مجدد را دارند.



و گاهی اوقات حتی ۱۶ تا ۱۸ ساعت کار روزانه در دستور کار قرار می گیرد.^۴ ۷. تامین ایمنی و سلامت شرایط کاری: یک محیط کاری ایمن و بهداشتی باید ارائه شود و بهترین شیوه های بهداشت و ایمنی شغلی باید با توجه به دانش غالب صنعت باشد (کنوانسیون ۱۵۵ سازمان بین المللی کار). سوءاستفاده فیزیکی، تهدید برای سوءاستفاده فیزیکی، مجازات های غیرمعمول، آزار و اذیت جنسی و سایر تهدیدات توسط کارفرما به شدت ممنوع است. نمونه بارز عدم ایمنی محیط کار حادثه نامبرده شده راناپلازا

بین المللی کار برآورد کرده است که بر اساس تعاریف سازمان ملل ۱۷۰ میلیون کودک در جهان مشغول به کار هستند که بسیاری از آنها به تولید پارچه ها و پوشاک مشغول هستند.^۱ ۴. آزادی برای داشتن انجمن و حق عضویت در اتحادیه های کارگری: تمام کارگران باید حق تشکیل و پیوستن به اتحادیه های کارگری را داشته باشند. (کنوانسیون های ۸۷ و ۹۸ سازمان بین المللی کار) در شرایطی که حق تقدم و توافق های جمعی در قانون محدود می شوند، شرکت ها باید به طور مؤثر با همکاری مستقل و رایگان و چانه زنی برای همه کارگران از آنها

حمایت کنند. در سال ۲۰۱۴ میلادی پلیس کامبوج کارگران نساجی را که برای اعتراض به دستمزدهای ماهانه خود و افزایش آن به مبلغ ۸۰ دلار به خیابان آمده بودند، به گلوله بست، حداقل چهار نفر را به قتل رساند و ده ها تن دیگر را نیز زخمی کرد.^۲ ۵. پرداخت حقوق کافی برای زندگی: دستمزد و مزایای پرداخت شده برای یک هفته کار باید حداقل استانداردهای قانونی یا صنعت را برآورده کند و همیشه برای پاسخگویی به نیازهای اساسی کارگران و خانواده های آنها مناسب باشد (کنوانسیون های ۲۶ ILO و ۱۳۱). عدم پرداخت دستمزد به منظور اقدامات انضباطی مجاز نیست و کارمندان باید به طور کامل و واضح در مورد مشخصات دستمزد خود، از جمله نرخ دستمزد و دوره پرداخت، مطلع شوند. در کامبوج، حدود ۳۰۰۰۰۰ زن

در کارخانه های نساجی، عموماً تحت شرایط بسیار بد، کار می کنند. یک کارگر کامبوج می تواند در حدود ۵۰ یورو در ماه درآمد داشته باشد.^۳ این حقوق حتی برای تهیه غذای کافی برای کارگر و خانواده اش مکفی نیست.

۶. داشتن ساعت های کار مناسب: ساعت کار باید مطابق با قوانین قابل اجرا و استانداردهای صنعت باشد. در هر صورت، کارگران به طور منظم نباید بیش از ۴۸ ساعت در هفته کار کنند و باید حداقل یک روز تعطیل برای هر دوره هفت روزه ارائه شوند. اضافه کاری باید داوطلبانه باشد، نباید از بیش از ۱۲ ساعت در هفته تجاوز کند، نباید به طور منظم درخواست شود و همیشه باید با نرخ حق بیمه جبران شود (کنوانسیون ۱ ILO). در صنعت پوشاک مدیران کارخانه ها معمولاً کارمندان را تحت فشار قرار می دهند تا روزی ۱۰ تا ۱۲ ساعت کار کنند

در باره گروه پوشاک پایدار: گروه پوشاک پایدار با انگیزه پرداختن به موضوع لباس و پوشاک سازگار با محیط زیست و حمایت از تولیدات ملی در این زمینه به وجود آمده است. این گروه با انتشار مطالبی مربوط به پوشاک سازگار با محیط زیست و تولید ملی و همچنین برگزاری کارگاه های آموزشی در جهت اطلاع رسانی و آموزش مصرف کنندگان ایرانی می کوشد.

در کارخانه های نساجی، عموماً تحت شرایط بسیار بد، کار می کنند. یک کارگر کامبوج می تواند در حدود ۵۰ یورو در ماه درآمد داشته باشد.^۳ این حقوق حتی برای تهیه غذای کافی برای کارگر و خانواده اش مکفی نیست.

۶. داشتن ساعت های کار مناسب: ساعت کار باید مطابق با قوانین قابل اجرا و استانداردهای صنعت باشد. در هر صورت، کارگران به طور منظم نباید بیش از ۴۸ ساعت در هفته کار کنند و باید حداقل یک روز تعطیل برای هر دوره هفت روزه ارائه شوند. اضافه کاری باید داوطلبانه باشد، نباید از بیش از ۱۲ ساعت در هفته تجاوز کند، نباید به طور منظم درخواست شود و همیشه باید با نرخ حق بیمه جبران شود (کنوانسیون ۱ ILO). در صنعت پوشاک مدیران کارخانه ها معمولاً کارمندان را تحت فشار قرار می دهند تا روزی ۱۰ تا ۱۲ ساعت کار کنند

در کارخانه های نساجی، عموماً تحت شرایط بسیار بد، کار می کنند. یک کارگر کامبوج می تواند در حدود ۵۰ یورو در ماه درآمد داشته باشد.^۳ این حقوق حتی برای تهیه غذای کافی برای کارگر و خانواده اش مکفی نیست.

۶. داشتن ساعت های کار مناسب: ساعت کار باید مطابق با قوانین قابل اجرا و استانداردهای صنعت باشد. در هر صورت، کارگران به طور منظم نباید بیش از ۴۸ ساعت در هفته کار کنند و باید حداقل یک روز تعطیل برای هر دوره هفت روزه ارائه شوند. اضافه کاری باید داوطلبانه باشد، نباید از بیش از ۱۲ ساعت در هفته تجاوز کند، نباید به طور منظم درخواست شود و همیشه باید با نرخ حق بیمه جبران شود (کنوانسیون ۱ ILO). در صنعت پوشاک مدیران کارخانه ها معمولاً کارمندان را تحت فشار قرار می دهند تا روزی ۱۰ تا ۱۲ ساعت کار کنند

در باره گروه پوشاک پایدار: گروه پوشاک پایدار با انگیزه پرداختن به موضوع لباس و پوشاک سازگار با محیط زیست و حمایت از تولیدات ملی در این زمینه به وجود آمده است. این گروه با انتشار مطالبی مربوط به پوشاک سازگار با محیط زیست و تولید ملی و همچنین برگزاری کارگاه های آموزشی در جهت اطلاع رسانی و آموزش مصرف کنندگان ایرانی می کوشد.

1 <https://labs.theguardian.com/uncif-child-labour>
2 <https://www.dw.com/en/cambodia-raises-minimum-wage-for-textile-workers/a-35926002>
3 <https://www.dw.com/en/cambodia-raises-minimum-wage-for-textile-workers/a-35926002>

4 <https://cleanclothes.org/issues/working-hours>
5 <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>



بحران قهوه،
آیا راه حل تجارت عادلانه است؟
(بخش اول)

+ نوشته فوزی چنگ +

+ ترجمه شمیم شرافت +

پیشینه

اهمیت قهوه در کشورهای در حال توسعه

قهوه یکی از مهم‌ترین کالاهای ضروری جهان است، که بعد از نفت از نظر ارزش معامله در سراسر جهان مقام دوم را از آن خود کرده است. در سال ۲۰۰۳ کل صادرات قهوه جهان به ۹۰ میلیون کیسه (۶۰ کیلوگرم معادل یک کیسه است) به ارزش ۶ میلیارد دلار آمریکا رسید. دو نوع عمده قهوه در بازار جهانی وجود دارد: عربیکا، که عمدتاً در آمریکای لاتین تولید می‌شود، و روبوستا که عمدتاً توسط ویتنام (از دهه ۱۹۹۰) و همچنین بعضی کشورهای آفریقای و آسیای جنوب شرقی تولید می‌شود. قیمت عربیکا معمولاً به دلیل کیفیت بهتر، عطر و طعم ملایم و کشت و پرورش بیشتر، بالاتر از روبوستا است.

قهوه عمدتاً در کشورهای در حال توسعه رشد می‌کند. در سال ۲۰۰۶ بیش از ۱۲۲ میلیون کیسه قهوه در بیش از ۵۰ کشور در

حال توسعه، از جمله برخی از کمتر توسعه یافته‌ترین کشورهای جهان تولید شده است. برزیل بزرگترین تولیدکننده قهوه در جهان است و پس از آن ویتنام، کلمبیا و اندونزی قرار دارند. اقتصاد برخی کشورها به خصوص آفریقا و آمریکای مرکزی به شدت به تولید قهوه به عنوان منبع درآمد و صادرات وابسته است. به عنوان مثال، در نیکاراگوئه، ۷ درصد از کل تولید ناخالص داخلی به قهوه اختصاص دارد. در اتیوپی، قهوه بیش از ۵۰ درصد از درآمد صادرات را تشکیل می‌دهد و در بوروندی این رقم تقریباً ۸۰ درصد است.

قهوه نقش مهمی در معیشت مردم فقیر جهان دارد. حدود ۲۵ میلیون نفر برای ادامه زندگی به قهوه وابسته‌اند. برای مثال

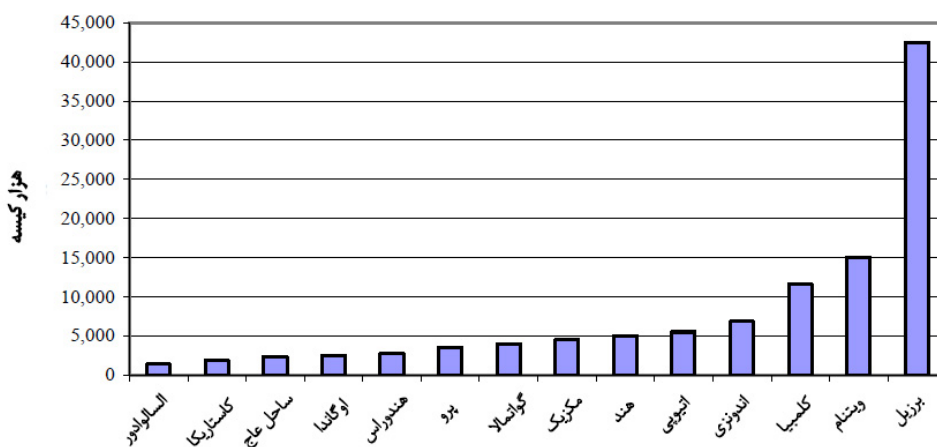
در اتیوپی که اولین محصول قهوه در آنجا ایجاد شده، حدود ۷۰۰،۰۰۰ خانوار مستقیماً در تولید قهوه مشارکت دارند. در برزیل، که تقریباً یک سوم قهوه جهان را تولید می‌کند، حدود ۳۰۰،۰۰۰ نفر از کشاورزان قهوه و ۳ میلیون نفر دیگر در صنعت قهوه مشغول به کار هستند. قهوه برخلاف بسیاری از کالاهایی که به صورت بین‌المللی معامله می‌شوند، هنوز توسط خانوارهای دهقانی و نه کشتزارهای بزرگ تولید می‌شود. حدود ۷۰ درصد قهوه جهان در مزارعی کوچک‌تر از ۱۰ هکتار کشت می‌شود که اکثر آن هم در زمین‌های خانوادگی

بین ۱ تا ۵ هکتار پرورش داده می‌شوند (آکسفام، ۲۰۰۲). حتی در کشورهایی همچون برزیل، هند و کنیا که کشتزارهای بزرگی دارند نیز تولیدکنندگان خرد بسیاری وجود دارند. قهوه برای این تولیدکنندگان خرد، منبع اصلی و گاهی تنها منبع درآمدی است. درآمدهای حاصل از فروش قهوه برای خرید محصولاتی به کار می‌رود که امکان تولید آنها در مزرعه نیست. این درآمدها صرف پرداخت هزینه‌های آموزش و بهداشت و پرداخت هزینه‌های نقدی دیگر همچون مواد کشاورزی می‌شود.

بحران قهوه

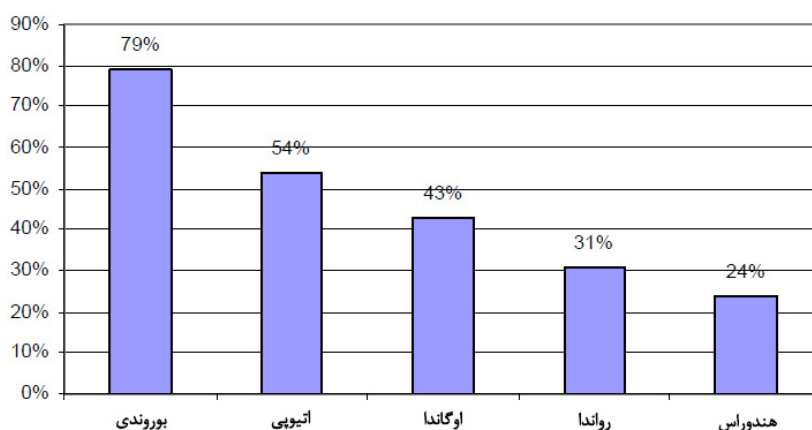
در گذشته کشاورزان خرده پا از محصولات قهوه خود سود بسیاری کسب می‌کردند. هزینه فروش قهوه نیز صرف بودجه مدارس، بیمارستان‌ها، زیرساخت‌ها و آموزش کشاورزان می‌شد. مناطق تولیدکننده قهوه نیز با سطوح بالایی درآمدی، نرخ بالای باسوادی، سطوح بالاتر تغذیه و بی‌ثباتی کمتر سیاسی همراه بودند. تمام این سودها از اواخر دهه ۱۹۹۰ که قیمت قهوه جهان به میزان بی‌سابقه‌ای کاهش یافت از بین رفتند. بنابر اعلام سازمان بین‌المللی قهوه (ICO)، میانگین قیمت عربیکا و روبوستا از میانه دهه ۱۹۷۰ تا اواخر ۱۹۸۰

شکل یک: کشورهای مهم تولیدکننده قهوه - ۲۰۰۶



منبع: ICO 2007

شکل دو: سهم صادرات قهوه از کل صادرات - ۲۰۰۶



منبع: ICO 2007

بیش از صد دلار در هر پوند بود. قطع توافق بین‌المللی قهوه (ICA) در ۱۹۸۹ شروع نزول بلند مدت قیمت را به همراه داشت. به استثنای دو افزایش ناگهانی قیمت در سال‌های ۱۹۹۵ و ۱۹۹۷ که بر اثر از دست دادن محصول بیخزده در برزیل بود، قیمت‌های قهوه طی سی سال اخیر به پایین‌ترین سطح خود نزول کرده است (یا کمترین حد طی ۱۰۰ سال اخیر با ثابت نگه داشتن نرخ تورم). در

International Coffee Organization 1
International Coffee Agreement 2

شکل سه: قیمت‌های عربیکا و روبوستا- ۱۹۷۰ تا ۲۰۰۶



منبع: ICO 2007

به طور نسبی یا کامل صنعت قهوه خود را آزاد کرده بودند.

لیبرالیزاسیون داخلی با تلاش‌های آژانس‌های توسعه در جهت ارتقاء تولید و صادرات، از طریق اعطای وام برای پروژه‌ها و اصلاحات اقتصادی گسترده‌تر بود. برای مثال پروژه‌های متعدد توسعه محور به ویتنام در تولیدات و صادرات قهوه کمک رساندند. این کشور اکنون دومین کشور بزرگ صادر کننده قهوه در جهان است. پروژه‌های مشابهی نیز در کشورهای دیگر انجام شده است. از سال ۱۹۹۰ با کاشت درختان جدید قهوه، پیشرفت فناوری و ورود تازه‌واردان به بازار، تولید قهوه در جهان ۱۵ درصد افزایش یافته است. اما مصرف تنها نصف این میزان افزایش یافته که منجر به عرضه بیش از اندازه و تجمع سهام بیش از یک میلیون تن در کشورهای مصرف کننده شده است.

کشورهای تولیدکننده قهوه از حمایت‌های سیاسی کمی برای بازیابی خود و بازگشت به وضعیت پیش از ۱۹۸۹ بهره‌مند هستند. این مساله در شکست برنامه اخیر حفظ قهوه (CRP)^۳ که توسط انجمن کشورهای تولیدکننده قهوه (ACPC)^۴ برای تنظیم تولید قهوه کشورها ایجاد شده بود، بیشتر نمایان شد.^۵ البته کنترل میزان تولید اگر قیمت‌ها بتوانند به سطوح سودآورتری بازگردانده شوند، در طولانی مدت می‌تواند سودده باشد، اما در کوتاه مدت به‌خاطر از دست دادن فروش احتمال دارد هزینه‌بر باشد. کشورهای اندکی ممکن است حاضر باشند قدم اول را بردارند تا نهایتاً همه به قیمت بالاتر دست پیدا کنند. با وجود پیش‌فرض‌ها و زمانی که مساله «سواری مجانی» مطرح می‌شود، توافق از این هم کمتر ممکن به چشم می‌آید. عرضه‌کنندگان عمده در شرق آسیا، مانند اندونزی و ویتنام، به دنبال افزایش سهم بازار خود، بی‌توجه به قیمت‌های جهانی هستند.

عدم حمایت کشورهای مصرف کننده قهوه نیز به بحران کنونی کمک کرده است. علیرغم شواهد بسیاری که حکایت از فجایع اجتماعی و اقتصادی کاهش مقررات بازار قهوه برای فقرا دارد، کشورهای ثروتمند از طرح مجدد مساله مدیریت قیمت کالاها در دستور کار بین‌المللی سر باز می‌زنند. آنها در عوض «سیاست عدم مداخله» را بکار گرفته‌اند چراکه این بحران تجارت خوبی برای شرکت‌های فراملی قدرتمند سیاسی آنها فراهم کرده است...

(ادامه این مقاله را در شماره‌های بعدی خواهید خواند.)

سال ۲۰۰۱ قیمت به کمترین میزان خود در تاریخ رسید؛ یعنی تنها ۳۰ سنت/پوند برای روبوستا و ۶۰ سنت/پوند برای عربیکا. البته قیمت‌ها طی سال‌های اخیر اندکی بهتر شده‌اند که عمدتاً به‌خاطر کاهش تولید در برزیل و ویتنام است.

سقوط قیمت قهوه به یک بحران انسانی با تاثیرات ویرانگری بر تولیدکنندگان قهوه، جوامع و کشورها منجر شده است. خانواده‌های وابسته به پول قهوه، فرزندان‌شان به‌خصوص دخترها را از مدرسه درمی‌آورند و اندوخته‌های نسل بعد را به‌خاطر بی‌پولی در فنا می‌بینند. در برخی مناطق به‌خاطر عدم دسترسی به غذا و داروهای اساسی، گرسنگی و سوء تغذیه رو به افزایش است. تولیدکنندگان مستاصل قهوه ناچار به مهاجرت به شهرها برای تولید محصولات غیرقانونی همچون کاکائو می‌شوند. علاوه بر خانواده‌های کشاورزان، اقتصاد ملی نیز در عذاب است. به عنوان مثال، در کشورهای آمریکای مرکزی درآمد حاصل از صادرات قهوه در یک سال ۴۴ درصد کاهش یافت - یعنی از ۱،۷ میلیارد دلار در ۲۰۰۰/۱۹۹۹ به ۹۳۸ میلیون دلار در سال ۲۰۰۱/۲۰۰۰ (آکسفام، ۲۰۰۲). در همان دوره، درآمد صادرات قهوه اتیوپی ۴۲ درصد کاهش یافت، یعنی از ۲۵۷ میلیون دلار به ۱۴۹ میلیون دلار آمریکا. دولت‌های وابسته به صادرات قهوه، با کاهش شدید بودجه‌های آموزشی و بهداشتی و ناتوانی در بازپرداخت بدهی‌ها مواجه می‌شوند. برای کشورهایمانند برونزی و اتیوپی که قهوه بیش از نیمی از درآمد صادرات را تشکیل می‌دهد، کاهش جهانی قیمت‌ها تهدیدی برای ایجاد توازن در بحران پرداخت‌ها تلقی می‌شود. برخی کشورها در آستانه بحران‌های جدی‌تر بشردوستانه‌اند، مانند بحرانی که مکزیک و رواندا در اوایل دهه ۱۹۹۰ تجربه کرده بودند.^۱

علل بحران

تا زمانی طولانی بعد از جنگ تجارت، قهوه توسط مجموعه توافقات بین‌المللی قهوه (ICAs) تنظیم می‌شد. سازمان ICA توافقی بین کشورهای تولیدکننده قهوه جهت محدود کردن عرضه و توافقی بین کشورهای مصرف کننده قهوه برای حفظ بالای قیمت‌ها بود. در این دوره قیمت قهوه در بسیاری از کشورهای تولیدکننده قهوه تنظیم شده و شرکت‌های فرادولتی به شدت در تثبیت و نظارت بر قیمت‌ها مشارکت داشتند. بعد از ۱۹۸۹ جنبش بازار آزاد بر دستورکار سیاسی بسیاری از کشورهای تولیدکننده کنترل پیدا کرد و کشورهای مصرف کننده دیگر توجیه جنگ سرد را برای حمایت از تولیدکنندگان نداشتند. در ۱۹۸۹ ICAها منحل شدند و در ۱۹۹۰ بسیاری از کشورهای تولید کننده

۱ برخی معتقدند که درگیری‌های مسلحانه در چیاپاس و آواخاکای مکزیک و نسل کشی رواندا بخشی از ادامه ی بحران قهوه بوده است (به حال و همکاران، ۲۰۰۲ مراجعه کنید).
 ۲ International Coffee Agreements

3 Coffee Retention Plan -CRP

4 Association of Coffee Producing Countries -ACPC

5 مطابق با قواعد CRP، که از برزیل و کلمبیا آغاز شده بود، صادرکنندگان باید ۲۰ درصد از

صادرات خود را از بازار محرومین تهیه کنند.



معرفی چند تجارت عادلانه



+ ترجمه ستاره بهروز +

اولونجو تچالا Olowo-n'djo Tchala در سال ۲۰۰۳ آلفیا را به عنوان راهی برای کاهش فقر و برابری جنسیتی در کشور خودش توگو در غرب آفریقا پایه‌گذاری کرد. سازمان آلفیا یک چرخه کامل تجارت عادلانه است. اعضای تعاونی شیباتر آلفیا مواد اولیه خام را بر اساس روش‌های سنتی در شهر سوکودی در توگو با دست می‌سازند. این مواد اولیه بعدها به ایالت واشنگتن راه پیدا کردند، جایی که با هم ترکیب شدند تا فرمول مراقبت پوستی پایدار آلفیا، اوری دی شی Everyday Shea، و محصولات بیوتیفول کرلز Beautiful Curls را بسازند. ماموریت آلفیا سه اصل اساسی و واضح دارد:

*خلق کردن: ما محصولاتمان را براساس دانش زیبایی بومی و به صورت خام و با مواد اولیه تجارت عادلانه فرمول‌بندی و خلق می‌کنیم.

*اطلاع‌رسانی: محصولات آلفیا جامعه را در ارتباط با پیوستگی بین جوامع و اینکه چطور با هم می‌توانیم فقر را از طریق تجارت عادلانه و انتخاب‌های پایدار کاهش دهیم مطلع می‌کند.

*تقویت کردن: تجارت عادلانه تعاونی شی‌باتر و پروژه‌های محلی‌اش برابر جنسیتی در جوامع آفریقای غربی را تقویت می‌کند.

به علاوه برای ایجاد دستمزد و سود منصفانه برای اعضای تعاونی آلفیا، حداقل ۱۰ درصد فروش محصولات آلفیا به توگو باز می‌گردد تا در پروژه‌های توان‌افزایی در جوامع عقب‌مانده سرمایه‌گذاری شود. این ارتباط منحصر به فرد است و آلفیا را تبدیل به یک سازمان تجارت عادلانه‌ای کرده است که هوادار جوامع پایدار با محصولات پاک، موثر و مقرون به صرفه است.

منبع:

<https://fairworldproject.org>

آلتر اکو یک نشان تجاری مبتنی بر ارزش در حوزه مواد غذایی است که مواد اولیه تازه، باکیفیت، خوشمزه و شگفت‌انگیزش را از اقصی نقاط دنیا برای مشتریان در آمریکا تهیه می‌کند، در حالی که به کشاورزان خرده‌پایی که آن‌ها را تولید می‌کنند سود می‌رساند. محصولات آلتر اکو شامل غلات رنگارنگ کینوا از بولیوی، انواع برنج‌های بومی از تایلند، شکلات تلخ و شکر تصفیه نشده از فیلیپین است. مسیر آلتر اکو و محصولاتش پاسخگوی بسیاری از پرسش‌هایی است که ما امروزه درباره مورد غذایی‌ای که می‌خوریم داریم: از کجا می‌آید؟ چه کسی این محصولات را کشت می‌کند، و آیا با آن‌ها برخورد منصفانه‌ای می‌شود؟ چطور می‌توانیم تاثیرات مخرب محیط زیستی را کاهش دهیم و یک زنجیره تامین اخلاقی را در حالی که محصولاتی با کیفیت بالاتر و مغذی‌تر برای مشتریان تامین می‌کنیم، تضمین کنیم؟

آلتر اکو تصمیم گرفت که این موارد را به طور کلی در تجارتش در نظر بگیرد. به عنوان یک شرکت، آنها متعهد شده‌اند به:

- فروش محصولات غذایی که نشانی خاص از مناطق مختلف سرتاسر دنیا را در خود دارند.

- حمایت از کشاورزان خرده‌پایی که محصولاتشان را پرورش می‌دهند، با خرید ۱۰۰ درصد محصولات به قیمت تجارت عادلانه و حتی بالاتر از آن، شرایط و ساعات خوب کاری، و فرصت‌هایی برای رشد اقتصادی و پیشرفت.

- فراهم کردن غذاهای ارگانیک سالم، و مناسب مردم که از زیست‌بوم سالم و مناسب تامین می‌شوند.

- رواج دادن نوعی از کشاورزی که زیست‌بوم‌ها را ترمیم می‌کند. ۱۰۰ درصد انتشار کربنی که توسط محصولات آنها صورت می‌گیرد از طریق جنگل‌کاری و نگهداشت و تلاش برای بازسازی جنگل‌ها در پرو و تایلند جبران می‌شود.



اینزا که در رواندا به معنی «کار خوب انجام بده» است، در سال ۲۰۰۶ به وسیله سازمان «برابری زنان در دسترسی به مراقبت و درمان» (WE-ACTx) آغاز به کار کرد. این سازمان بین‌المللی و غیردولتی که در رواندا مستقر است، در سال ۲۰۰۴ تاسیس شده و درمان‌های کاملی را برای زنان و کودکان مبتلا به ایدز در قالب مراقبت‌های اولیه، داروهای ضدویروسی، خدمات بهداشت روانی، و آموزش ارائه می‌دهد. از ابتدا، سازمان WE-ACTx با بیماران برای توسعه برنامه‌ها و ایجاد فرصت‌های دیگر کار می‌کرد تا دو مانع بزرگ در راه سلامت و تندرستی زنان رواندا را مورد توجه قرار دهد: فقر و کمبود تغذیه کافی.

این تابستان چهارمین سالگرد همکاری Manos de Madres با اینزا است. این مجموعه در حال حاضر یک تعاونی ثبت شده است که مدیریت دموکراتیک و توزیع بودجه را ضمانت می‌کند. زنان این مجموعه به عنوان خیاطان بسیار بااستعداد شناخته می‌شوند و تولیداتشان در مغازه‌های متعددی در رواندا، آمریکا و اروپا به فروش می‌رسد. آنها از زنانی که قدران داشتن جایی بودند که هر روز صبح به آنجا بروند، تبدیل به زنانی موفق و سالم در کسب و کار شدند. این جملات ماری را بخوانید: «ما اینزا هستیم، یک تعاونی خیاطی که از ۲۵ زن تشکیل شده که با ایدز که نتیجه نسل‌کشی در رواندا بوده، زندگی می‌کنند. ما اینزا را خانواده امید می‌دانیم که در آن فرصت داشتن درآمد برای حمایت از خانواده‌هایمان و خودمان را پیدا کردیم. ما دیگر در ناامیدی زندگی نمی‌کنیم، ما اینزا هستیم و کارمان را خوب انجام می‌دهیم!»

علیرغم موفقیت اینزا، تلاش برای ایجاد درآمدی مستقل و ثابت برای زنان تعاونی، و رسیدن به وضعیت اقتصادی پایدار ادامه دارد. این تلاش‌ها برای حل مشکل بالا بودن قیمت مواد خام در رواندا، رقابت با گروه‌های رواندایی که برای تولیداتشان از طرف سازمان‌های غیردولتی یارانه دریافت می‌کنند، و همین طور رقابت با تولیدکنندگان دیگر کشورهای آفریقایی، مانند اوگاندا و غنا است که هزینه‌های مواد و تولید در آنها کمتر است.

در ۱۷ سال گذشته کشور رواندا یکی از سریع‌ترین رشدهای اقتصادی آفریقا را داشته و مرکزی برای صنعت حرفه‌ای شده است. تعاونی‌هایی مانند اینزا و سازمان‌های غیردولتی حامی‌شان با توجه به برنامه‌های توسعه سریع رواندا درباره آینده دچار تردیدند. اما دولت اعلام کرده برای حفظ انسجام تعاونی‌ها و حفظ نقش‌شان به عنوان سپری میان اقتصاد کشاورزی بزرگ و اقتصاد تکنولوژی‌های جدید که رواندا امیدوار است به آنها برسد متعهد است. تعاونی‌هایی مانند اینزا ممکن است در رشد کسب و کار در رواندا پیشرو و مدرن نباشند اما منبع درآمد حیاتی، توانمندی فردی و ارتقا سلامتند. زنان اینزا برنده مبارزه در برابر فقر و ایدز هستند و می‌دانند که باید آن کیفیت زندگی را که باعث توسعه می‌شود خود به وجود بیاورند. «ما در اینزا دیگر در ناامیدی زندگی نمی‌کنیم بلکه کارمان را خوب انجام می‌دهیم.»

منبع:

۲۵ زن که اینزا را به وجود آوردند از فقیرترین افراد جامعه بودند که بسیاری از آنها به دلیل تجاوز در سال ۱۹۹۴ در نسل‌کشی رواندا به ایدز مبتلا شده بودند. این زنان تصمیم به حمایت از خانواده‌هایشان گرفتند. یک تعاونی تشکیل دادند و شروع به دوخت عروسک‌های سنتی کردند.

در سال ۲۰۰۴ سازمان WE-ACTx با برنامه جهانی غذا در تهیه غذای مکمل برای بیمارانشان همکاری کرد، اما از سال ۲۰۰۵ کمک هزینه غذا به اتمام رسید و بیماران WE-ACTx خود را در حالی یافتند که راهی برای غذا دادن به خانواده‌هایشان وجود نداشت. بیست و پنج زن که اینزا را به وجود آوردند از فقیرترین و بیمارترین بیماران سازمان WE-ACTx بودند که بسیاری از آنها به دلیل تجاوز در سال ۱۹۹۴ در نسل‌کشی رواندا به ایدز مبتلا شده بودند. این زنان تصمیم به حمایت از خانواده‌هایشان گرفتند. یک تعاونی تشکیل دادند و شروع به خیاطی عروسک‌های پارچه‌ای سنتی کردند. اهمیت این پروژه برای سلامتی و تندرستی زنان به وسیله یکی از بنیان‌گذارانش، ماری، خلاصه شده است، او می‌گوید: «بیدار شدن بهتر است وقتی جایی را برای رفتن و کار کردن داشته باشی». با این حال، با تقاضای محدود، اینزا به زودی به این نتیجه رسید که آنها نیاز به ساخت تولیدات پیچیده‌تری دارند تا بتوانند از پس هزینه‌های زندگی بیاورند. WE-ACTx با اهدا چرخ‌های خیاطی، تسهیلات کار و یک طراح/آموزش‌دهنده رواندایی به نیازهای آنان پاسخ داد. در طول ۲ سال بعد از آن، اعضای اینزا مهارت‌های خیاطی خود را ارتقا دادند و تولیدات خود را از عروسک به وسایل شخصی و وسایل خانه گسترش دادند اما بازار آنها محدود و رقابت از سوی گروه‌های خیاطی دیگر شدید بود و همچنان با توجه به قیمت بالای پارچه و ناکارآمدی در تولید، اعضای اینزا هنوز نمی‌توانستند خرج زندگی را در بیاورند.

سازمان Manos de Madres در طول تابستان ۲۰۰۷ در نتیجه کارآموزی مارگوت ماینستر^۲ یکی از بنیان‌گذاران در WE-ACTx با اینزا همکاری کرد. Manos de Madres یک سازمان غیرانتفاعی آمریکایی است که به دنبال ایجاد راه‌هایی برای برون‌رفت از فقر از طریق ابتکارات برای تولید درآمد به وسیله زنان است. Manos در ابتدا و در سال ۲۰۰۳، با پروژه‌هایی در هندوراس همکاری می‌کرد. او با گروه‌هایی از زنان در تعاونی‌های در حال ظهور یا موجود کار می‌کرد و برای آنها حمایت‌های تجاری، فنی و مالی فراهم می‌کرد و در عین حال در توسعه محصول و تولید به آنها کمک‌های خلاقانه می‌کرد. به علاوه، Manos de Madres به عنوان سنگ بنای تمرین تجارت عادلانه یک بازار بین‌المللی برای این تولیدات فراهم کرد که هزینه‌های زندگی را برای همه تولیدکنندگان تضمین می‌کرد و هزینه‌های نقدی را به وسیله پرداخت پیش‌پرداخت برای مواد اولیه کاهش می‌داد. Manos عضو فدراسیون تجارت عادلانه^۴ و آمریکای سبز^۵ است.

اینزا که در رواندا به معنی «کار خوب انجام بده» است، در سال ۲۰۰۶ به وسیله سازمان «برابری زنان در دسترسی به مراقبت و درمان» (WE-ACTx) آغاز به کار کرد. این سازمان بین‌المللی و غیردولتی که در رواندا مستقر است، در سال ۲۰۰۴ تاسیس شده و درمان‌های کاملی را برای زنان و کودکان مبتلا به ایدز در قالب مراقبت‌های اولیه، داروهای ضدویروسی، خدمات بهداشت روانی، و آموزش ارائه می‌دهد. از ابتدا، سازمان WE-ACTx با بیماران برای توسعه برنامه‌ها و ایجاد فرصت‌های دیگر کار می‌کرد تا دو مانع بزرگ در راه سلامت و تندرستی زنان رواندا را مورد توجه قرار دهد: فقر و کمبود تغذیه کافی.

در سال ۲۰۰۴ سازمان WE-ACTx با برنامه جهانی غذا در تهیه غذای مکمل برای بیمارانشان همکاری کرد، اما از سال ۲۰۰۵ کمک هزینه غذا به اتمام رسید و بیماران WE-ACTx خود را در حالی یافتند که راهی برای غذا دادن به خانواده‌هایشان وجود نداشت. بیست و پنج زن که اینزا را به وجود آوردند از فقیرترین و بیمارترین بیماران سازمان WE-ACTx بودند که بسیاری از آنها به دلیل تجاوز در سال ۱۹۹۴ در نسل‌کشی رواندا به ایدز مبتلا شده بودند. این زنان تصمیم به حمایت از خانواده‌هایشان گرفتند. یک تعاونی تشکیل دادند و شروع به خیاطی عروسک‌های پارچه‌ای سنتی کردند. اهمیت این پروژه برای سلامتی و تندرستی زنان به وسیله یکی از بنیان‌گذارانش، ماری، خلاصه شده است، او می‌گوید: «بیدار شدن بهتر است وقتی جایی را برای رفتن و کار کردن داشته باشی». با این حال، با تقاضای محدود، اینزا به زودی به این نتیجه رسید که آنها نیاز به ساخت تولیدات پیچیده‌تری دارند تا بتوانند از پس هزینه‌های زندگی بیاورند. WE-ACTx با اهدا چرخ‌های خیاطی، تسهیلات کار و یک طراح/آموزش‌دهنده رواندایی به نیازهای آنان پاسخ داد. در طول ۲ سال بعد از آن، اعضای اینزا مهارت‌های خیاطی خود را ارتقا دادند و تولیدات خود را از عروسک به وسایل شخصی و وسایل خانه گسترش دادند اما بازار آنها محدود و رقابت از سوی گروه‌های خیاطی دیگر شدید بود و همچنان با توجه به قیمت بالای پارچه و ناکارآمدی در تولید، اعضای اینزا هنوز نمی‌توانستند خرج زندگی را در بیاورند.

سازمان Manos de Madres در طول تابستان ۲۰۰۷ در نتیجه کارآموزی مارگوت ماینستر^۲ یکی از بنیان‌گذاران در WE-ACTx با اینزا همکاری کرد. Manos de Madres یک سازمان غیرانتفاعی آمریکایی است که به دنبال ایجاد راه‌هایی برای برون‌رفت از فقر از طریق ابتکارات برای تولید درآمد به وسیله زنان است. Manos در ابتدا و در سال ۲۰۰۳، با پروژه‌هایی در هندوراس همکاری می‌کرد. او با گروه‌هایی از زنان در تعاونی‌های در حال ظهور یا موجود کار می‌کرد و برای آنها حمایت‌های تجاری، فنی و مالی فراهم می‌کرد و در عین حال در توسعه محصول و تولید به آنها کمک‌های خلاقانه می‌کرد. به علاوه، Manos de Madres به عنوان سنگ بنای تمرین تجارت عادلانه یک بازار بین‌المللی برای این تولیدات فراهم کرد که هزینه‌های زندگی را برای همه تولیدکنندگان تضمین می‌کرد و هزینه‌های نقدی را به وسیله پرداخت پیش‌پرداخت برای مواد اولیه کاهش می‌داد. Manos عضو فدراسیون تجارت عادلانه^۴ و آمریکای سبز^۵ است.

منبع:



دستادست؛ رویای ما برای جهانی عادلانه‌تر

+ فائزه درخشانی +

نیازی به گفتن نیست که در حال گذراندن روزهای سختی هستیم. تورم توانمان با افزایش قیمت دلار و ترس از آینده نامعلوم و... همه دست به دست هم داده‌اند و امنیت و آرامش ذهنی و مالی را از بسیاری از خانواده‌ها گرفته‌اند. این عدم اطمینان از آینده، و از دست رفتن آرزوهایی که برای رسیدن به آنها هزار نقشه ریخته بودیم، مثل زهر تلخی هستند که به اجبار نوشیده باشیم.

چند سال پیش وقتی به فکر این افتادیم که برای مبارزه با فقر کاری انجام بدهیم، در تحقیقات اولیه‌مان با گروه‌هایی از زنان روبرو شدیم که تنها بیست درصد از قیمت نهایی فروش به دست‌شان می‌رسید. بعدها وقتی به دل کار زدیم با واقعیت‌هایی به مراتب بدتر روبرو شدیم، زانی که حتی دو درصد از قیمت فروش کارهایشان را دریافت نمی‌کردند، یعنی دو درصد پولی که خریداران در یک فروشگاه بابت یک جنس می‌پرداختند هم به دست تولیدکننده واقعی نمی‌رسید.

ما در مجموعه دستادست به عنوان یک کارآفرینی اجتماعی غیرانتفاعی و مستقل، با رویکرد تجارت عادلانه یک هدف و مأموریت مهم برای خودمان تعریف کردیم، کمک به توانمندتر و قدرت‌مندتر شدن تولیدکنندگان کارهای دست‌ساز، با اولویت دادن به گروه‌های به حاشیه رانده شده. ما این کار را با کمک اینترنت و ایجاد ارتباط مستقیم (تا جای ممکن) با این گروه‌ها و افراد انجام می‌دهیم. سعی می‌کنیم ضمن شکل دادن رابطه‌ای برابر با هم رشد کنیم. روی طراحی محصولات کار می‌کنیم، برای فروش‌شان به دنبال راه حل می‌گردیم و... منظور ما از گروه‌های به حاشیه‌رانده شده تمام گروه‌هایی هستند که به شکل خواسته یا ناخواسته بر اثر تبعیض از دریافت بسیاری از خدمات و امکانات محروم شده‌اند. گروه‌هایی مثل زنان روستایی، سرپرست خانوار، مهاجر، معلول و...

دستادست چه کار می‌کند؟

مهم‌ترین موضوع برای ما، پایبندی به اصول ده‌گانه تجارت عادلانه است که بر رعایت حقوق تولیدکنندگان، عدم وجود کار اجباری یا دست‌مزد ناعادلانه یا کار کودک، عدم تبعیض بین زن و مرد و... تاکید دارند. این اصول خط قرمزهای ما را در طی کار مشخص و پررنگ کرده‌اند.

ما برای رسیدن به هدف‌مان فعالیت‌های زیادی را انجام داده و می‌دهیم:

- همکاری فعالانه با گروه‌های به حاشیه رانده شده: سعی می‌کنیم مشوق این گروه‌ها برای اعتماد کردن به خودشان و توانایی‌هایشان باشیم. در حد توان‌مان برای تهیه مواد اولیه و ابزار لازم برای تولید محصولات کمک‌شان می‌کنیم. به طور کلی سعی می‌کنیم در ارتباط با این گروه‌ها ضمن شکل دادن به رابطه‌ای برابر، نقش مشوق و پشتیبان را نیز بازی کنیم.

- حمایت از پروژه‌های معیشت جایگزین: پروژه‌های معیشت جایگزین با حمایت سازمان محیط زیست یا سازمان‌های مشابه دیگر در روستاهای کشور اجرا می‌شوند و هدف‌شان تغییر نحوه معیشت روستاییان به شکلی است که محیط‌زیست آسیب نبیند و منابع آبی، گیاهی، جانوری و... نیز حفظ شوند. ما از پروژه‌های معیشت جایگزینی

که در حیطه کارهای دست‌ساز قرار بگیرند به اشکال مختلف حمایت می‌کنیم.

- فراهم کردن بازاری بزرگ‌تر برای فروش: ما از هر راه ممکن و عادلانه‌ای برای عرضه محصولات تولیدکنندگان همکارمان استفاده کرده و می‌کنیم مانند استفاده از اینترنت، برگزاری بازارچه‌های فصلی، فروش‌های کافه‌ای و...

- کمک به طراحی محصولات کاربردی‌تر و سازگارتر با سلیقه خریداران: مجموعه طراحی دستادست سعی می‌کند با پایه قرار دادن توانایی‌ها و تولیدات فعلی هر گروه، قدم به قدم به آنها کمک کند تا محصولاتی بهتر و کاربردی‌تر تولید کنند.

- آموزش: با وجود نداشتن دسترسی مستقیم به همه تولیدکنندگان همکار، در گذشته با فرستادن ویدئوهای کم‌حجم و آموزش‌های مرحله به مرحله تصویری، به آن‌ها کمک کردیم مهارت‌های جدیدی بیاموزند و کارشان را بهبود بخشند. طی چند ماه اخیر در زمینه آموزش گام‌های بلندتری برداشته‌ایم. برگزاری آموزش حضوری پایلوت با یک گروه از دختران کم‌توان ذهنی، و تولید ویدئوهای آموزشی برای کمک به طراحی و تولید و فروش، از جمله اقدامات اخیر ما هستند. به زودی برگزاری کارگاه‌های حضوری آموزشی در نقاط مختلف کشور را هم در دستور کار اجرایی قرار خواهیم داد.

- استفاده از فن‌آوری‌های جدید: با کمک اینترنت و ابزارهای استفاده از آن، با گروه‌های دور از دسترس ارتباط برقرار کرده‌ایم. این ابزارها برای آموزش، طراحی و کاهش فاصله میان مرکز و حاشیه به ما کمک می‌کنند.

- حذف واسطه‌ها: حذف واسطه‌ها یعنی در حالی که تولیدکنندگان نیز سود می‌برند، قیمت محصول برای خریداران مناسب باشد. حذف واسطه‌ها، به نفع تولیدکننده و خریدار است، زیرا نه تنها تولیدکننده قیمت محصول را تعیین می‌کند، بلکه خریدار دیگر هزینه مربوط به دلالی و واسطه‌گری را که گاهی چند برابر مبلغ دریافتی تولیدکننده است، پرداخت نمی‌کند.

- ترویج‌گری: ما درباره اهداف و ارزش‌هایی مثل تجارت عادلانه، توان‌افزایی زنان و... نیز اقدامات ترویجی انجام می‌دهیم. نمونه‌ای از این اقدامات، برگزاری دو دوره مسابقه و نمایشگاه عکس «تی‌تی‌کا» با موضوع توانمندی‌ها و کار زنان و همچنین انتشار این مجله است.

امید ما این است که بتوانیم در کنار همکاران تولیدکنندگان‌مان (بیش از ۴۰۰ نفر از ۱۶ استان کشور) توان و قدرت بیشتری به دست بیاوریم و خدمات کامل‌تری را با کیفیت بهتر ارائه کنیم. آرزوی بزرگ ما در حال حاضر داشتن فروشگاه‌هایی برای فروش مستقیم و حضوری محصولات همکاران‌مان است، اولین فروشگاه تجارت عادلانه ایران.

تجارت عادلانه کارهای دست‌ساز کارآفرینی اجتماعی غیرانتفاعی





عکس از آیتنا صدیقی

بخش دوم: زنانی که کار می‌کنند

زنانی که می‌دوزند تا قنات‌ها بمانند



عکس از نسیم نصیبی

+ مصاحبه از لیلا زمانی +

سال و نیم کار کردن، سود اولین فروشمان ۸۰۰ هزار تومان شد. اوایل بچه‌ها می‌گفتند که ما نمی‌توانیم خودمان بفروشیم، فکر می‌کردیم که یک دلالی باید باشد، واسطه‌ای که بیاید اینها را از ما بخرد. ولی ما آمدیم گروه شدیم، صندوق زدیم، حق عضویت دادیم، بعد شروع کردیم به کار کردن. یک جای توریستی را انتخاب کردیم که محصولمان را عرضه کردیم و فروختیم، آن هم با اولین فروشمان ۸۰۰ هزار تومان سود داشتیم.

ویدئوی مشارکتی که ساختیم را در یک مکان عمومی به نمایش گذاشتیم تا مردم ببینند که ما داریم چه کار می‌کنیم. خانم‌ها دیدند ما داریم چه کار می‌کنیم، و بعد از پخش فیلم هدف‌های ما را دنبال کردند، مردها فهمیدند که ما داریم چه کاری انجام می‌دهیم. همان مردهایی که شاید با کار ما مخالف بودند، زن‌ها و خواهرهای خودشان را تشویق کردند که به جمع ما اضافه بشوند. بعد از پخش فیلم این ۶ نفر، ۱۲ نفر بعد ۱۸ نفر بعد ۲۲ نفر شدند. حول و حوش دو تا سه سال کار کردیم، و همین جور به جمع ما اضافه‌تر شد، محصولاتمان بیشتر و با کیفیت‌تر شد. بعد دنبال یک جا برای فروش بودیم که در اقامتگاه‌ها، به ما یک اتاق دادند.

با فعالیت گروه ما، ارگان‌ها و نهادهای دیگر وقتی فهمیدند که ما برای احیا و مرمت قنات‌ها کار می‌کنیم، یک تلنگری خورد بهشان و به دو تا روستا بودجه برای قنات‌هایشان دادند.

از فروش محصولاتمان، از صد در صد فروش، ۱۵ درصد برای احیا و مرمت قنات‌ها کنار می‌گذاریم، از مابقی هزینه مواد اولیه کم میشود و در حدود ۷۰ تا ۸۰ درصد می‌رود به جیب دوزنده. پس از شروع به کار گوجینو، الان چند تا روستای دیگر هم به جمع روستای ما اضافه شده‌اند. روستاهایی که الان داریم کار می‌کنیم روستای زیارتگاه، ملک‌آباد است و سه محل در حاشیه شهر، اهالی روستاهایی که به دلیل مشکلات قنات‌ها مجبور شده‌اند در حاشیه شهر زندگی کنند. آنها هم حالا گروه شده‌اند و فعالیت می‌کنند که تسهیلاتشان من هستم با اسما شایگان از گوجینو.

اگر گوجینو را هسته مرکزی در نظر بگیریم، در کنارش چه گروه‌هایی فعالیت می‌کنند؟

در اولین شماره فصل‌نامه دست‌دست رفتیم سراغ گروه گوجینو از کرمان. این گروه زنان با هدف بهبود وضعیت معیشت در کنار احیا و مرمت قنات‌ها تشکیل شد، و حدود ۴ سال است که فعالیت می‌کند. برای تهیه گزارش با خانم فریبا رادی گفتگو کردیم، یکی از اعضای قدیمی گوجینو که حالا خودش تسهیلاتگر چند گروه دیگر در آن حوالی است.

برای شروع لطفاً گوجینو را هر طور که دوست دارید معرفی کنید.

- تشکیل گوجینو از سال ۹۳ با ۶ نفر عضو شروع به کار کرد. ما تقریباً یک سال و نیم با همدیگر کار کردیم، تا توانستیم گروهمان را جمع و جور کنیم. همین ۶ نفر شروع به تولید صنایع دستی‌مان کردیم. اول برای گروهمان هدف قرار دادیم. هدف‌هایمان احیا و مرمت قنات‌ها، کمتر کار کردن با واسطه‌ها یا حذف واسطه‌ها و حفظ ارزش و جایگاه زن بود. برای رسیدن به این اهداف تصمیم گرفتیم که گروه شویم و داشته‌محور کار کردیم. در کنار اینکه می‌خواستیم صنایع دستی‌مان را احیا کنیم ویدئوی مشارکتی هم تولید کردیم. یکی از داشته‌های ما پته‌دوزی و حصیربافی است. حصیربافی را خودمان نمی‌توانستیم انجام بدهیم اما مادرهایمان و مادر بزرگ‌هایمان می‌توانستند انجام دهند. خودمان آمدیم یک صندوق برای گروه تشکیل دادیم، برای خودمان حق عضویت نفری ۲۰ تومان گذاشتیم. یعنی ۶ نفر ۱۲۰ تومان پول جمع کردند که شد سرمایه صندوق. کمکی هم از طرف یک سازمان مردم‌نهاد شد که مقدارش یادم نیست دقیقاً چقدر بود، اما زیاد نبود. بعد با پولی که جمع شد شروع کردیم به کار کردن، مواد اولیه خریداری کردیم: شال پته، نخ پته و همین‌طور هزینه‌های طراحی و رفت و آمد را فراهم کردیم و شروع کردیم به کار کردن. اولین فروشمان یک جای توریستی بود. جای تمیزی نبود، خودمان تمیز و مرتبش کردیم. اولین فروش‌هایمان را در اقامتگاه‌ها و کاروانسراها در روستا داشتیم که توریست‌ها می‌آمدند برای بازدید. ما تقریباً یک سال و نیم کار کردیم و هیچ سودی هم برداشت نکردیم تا توانستیم چرخ خیاطی، اتو و آن چه که لازمه کارمان است را فراهم کنیم. در این بین ویدئوهای مشارکتی از سختی‌های کارمان، روند و شیوه اجرای کار تولید کردیم.

می‌خواستیم به گروهمان هویت بدهیم و اسم انتخاب کنیم. اسم گروهمان را گذاشتیم گوجینو، یک نوع بافت حصیری است که مختص منطقه خودمان و روستایمان است. اصلی‌ترین بافت حصیری را بهش می‌گویند گوجینو. بعد از یک

- گروه روستای زیارتگاه، گروه روستای ملک آباد، گروه روستای دوده، حاشیه شهر کرمان، گروه دوک و یک گروه دیگر که در حال تشکیل و در مرحله تشکیل صندوق است.

درباره گروه دوک برایمان توضیح می دهید.

- یک گروه هستند که در حاشیه شهر زندگی می کنند. دوک نوعی دوخت اصیل سوزن دوزی سیستانی است. این اسم را بچه ها خودشان انتخاب کردند. تقریباً یک سال است که گروه شده اند و کار می کنند. گروه ما هم حدود ۵ سال و خرده ای است که خودش کار می کند. یعنی ۷۰ تا ۸۰ درصد بچه ها با واسطه ها کار نمی کنند. خودشان برای خودشان کار می کنند. عرضه مستقیم می کنند و سود اصلی هم به جیب خودشان می رود و به فئات هایشان هم کمک می شود.

الان از این ۱۵ درصدی که برای فئاتها کنار گذاشته شده یک بالابر برقی خریداری شده. چون این منطقه گرمای طاقت فرسایی دارد مردمش نمی توانند زیاد کار کنند، باید با چرخ دستی کار کنند که خیلی سخت است. این جوری تصمیم گرفتیم با خود مردها، خود سهم آب دارها یک بالابر برقی بگیریم. که هم به حفظ و احیای فئات کمک شود و هم زودتر لایه رویی شود. این طوری کارها سریع تر و آسان تر انجام می شود.

شما مواد اولیه را از کرمان تهیه می کنید؟ به چه شکل؟ مثلاً اعضای گروه خودشان مواد را تهیه می کنند؟

- در گروه ما یک نفر مسئول صندوق، یک نفر حسابدار، یک نفر مسئول خرید، یک نفر بازرسی، یک نفر مسئول ارتباطات با افراد و گروه های مختلف است و همین طور هیات مدیره دارد. چند مدت پیش مردهای روستای دوده آمدند در دفتر اسناد رسمی تسهیلگرشان را به عنوان نماینده گروه انتخاب کردند که برود بودجه برای فئاتشان بگیرد. یعنی الان بچه ها این قدر معتمد جامعه شدند.

تقسیم کارها در گروه چطور است؟ کار دوزندگی از کارهایی مثل خرید و اینها جداست؟

- مثلاً من قبلاً مسئول خرید بودم و الان هم هستم. چون رفت و آمدم به کرمان و جاهای دیگر بیشتر از بقیه بچه هاست. شال پته را خریداری می کردیم و می دادیم به طراح، طراح بعد از کامل شدن طراحی می رساند به دست ما، ما هم تقسیم می کردیم بین کل بچه ها، بچه ها براساس توانایی ای که داشتند طرحشان را انتخاب می کردند. بعد مثلاً برای این که برای خود بچه ها رویت شود که چقدر از روز را مفید کار می کنند، در یک جلسه ماتریس ۲۴ ساعته را اجرا کردیم. این یکی از تکنیک های تسهیلگری است.

از جلسه هایی که با گروه های دیگر می گذارید خاطره یا اتفاق جالبی بوده به یادتان مانده باشد؟

- خانمها می گویند که این گروه باعث شد خیلی همبستگی بین همدیگر پیدا کنیم. وقتی در حاشیه شهر کرمان کار می کردیم هدفی که داشتیم جانفناده بود برای بعضیها. کار برایشان سراسر کی بود، شاید فقط برایشان از نظر اقتصادی مهم بود. اما بعد از یک مدت بچه ها گفتند این گروه باعث شد که ما همدیگر را بیشتر بشناسیم. نظری که راجع به طرف مقابل داشتیم عوض شده. همدیگر را بیشتر شناختیم و همبستگی مان بیشتر شد. یا الان می گویند که چه خوب که ما هدف احیای فئاتها را برای خودمان قرار دادیم. این باعث می شود که اگر دبی آب بیشتر شود ما برگردیم به روستا. یعنی خیلی هدفها برایشان جا افتاده شده و از این بابت خوشحال هستند. یا مثلاً همان ارزش و جایگاه زن، خیلی الان بالاتر رفته. قبلاً زنها و دخترها حق تصمیم گرفتن برای خودشان نداشتند ولی الان حق تصمیم گیری دارند. این مهم ترین چیزی است که بچه ها بدست آوردند و ما به دست آوردیم. یک اتفاق دیگری که افتاد این است که محصولی که بچه ها تولید می کنند با اسم مادر خورده می شود. یعنی الان ارزش و جایگاه مادر رفته بالاتر، قبلاً اگر من را به نام پدرم صدا می زدند الان من را به نام مادرم صدا می کنند.

پس شما هنوز از فئاتها فعالانه استفاده می کنید؟

- در حدود ۷۰ تا ۸۰ درصد آدمهای روستا سهم آب برای فئات دارند. حفظ و احیای فئاتها یکی از هدفهایی بود که انتخاب کردیم و این میراثی است که می تواند به نسل بعدی منتقل شود. ما با تولید صنایع دستی خودمان فروش داریم، هم سود اصلی به جیب خودمان می رود و هم در این هدف خیلی خوب شریکیم. هدفی که مثل یک ثواب می ماند، هم ثوابش به خود آدم می رسد و هم می تواند به نسل بعدی منتقل شود.



در هفته گذشته چه محصولاتی را دوختید یا تولید کردید؟

- توی این هفته بچه ها زیورآلات، رومیزی بته جقه، رومیزی با طرح بیضی دوخته اند. هر چیزی که طراح، طراحی می کند را تسهیلگرهای جامعه در جلسه ها بین بچه ها پخش می کنند و بچه ها براساس این طرحها محصولات مختلف را تولید می کنند.

هر محصول شما را، مثلاً رومیزی، چند نفر آماده می کند و می دوزد؟

- ببینید مهمترین اصل گروه ما که باعث شده دوام بیاورد همبستگی بین اعضا بوده. یعنی منی که قرار بوده پته بدوزم خطدوزی اش را یاد نداشتم، آن یکی دوستم که در گروه هست می گوید باشد فریبا، من خطدوزی برایت انجام می دهم تو بقیه اش را ادامه بده، یا برعکس اگر کاری را من می دانستم به او می گویم.

منی که کم حق داشتیم به خانه همسایه ام بروم، الان بلند می شوم می روم تهران، مثلاً نمایشگاه شرکت می کنم. بلند می شوم می روم تو یک روستای دیگری تسهیلگری انجام می دهم، بلند می شوم می روم توی حاشیه شهرها کار می کنم، با توریستها صحبت می کنم، به گروه مان توضیح می دهم. منی که قبلاً خجالتی بودم الان با ۴ تا توریست حرف می زنم. مادرها الان بچه هایشان را تشویق می کنند که زبان خارجه یاد بگیرند، بچه ها را از روستا می برند به شهر تا زبان خارجه یاد بگیرند، این خیلی اتفاق خوب و بزرگی است. اینها همه در قالب تشکیلی اتفاق افتاده، یعنی من همه اینها را مدیون تشکل خودمان می دانم.

- دستادست را به ما معرفی کردند، من و بچه‌ها از این بابت خیلی خوشحالیم، چون تابستان‌ها این جا توریست نمی‌آید و یک جایی که می‌توانیم محصولاتمان را در تابستان بفروشیم دستادست است. سفارش‌ها هم در تابستان از طریق دستادست به ما داده می‌شود. یعنی نمایشگاه خیلی کم است. در این تابستان نمایشگاه نرفتیم، سفارشاتش که داشتیم در قالب دستادست فروختیم.

نینا امین‌زاده با دستادست آشنا شد. یعنی اینها همدیگر را پیدا کردند و بعد با ما ارتباط گرفتند که نتیجه‌اش همکاری گوجینو با دستادست بود.

چه تفاوتی بین فروش از طریق دستادست با بقیه روش‌های فروش گوجینو است؟ اصلا فرقی هم دارد؟

- تنها تفاوت این است که در دستادست تمام مدت سال می‌توانیم بفروشیم اما این جا که ما هستیم فروش فصلی است، از شهریور شروع می‌شود تا اردیبهشت. دستادست پتانسیل این را دارد که در ۱۲ ماه سال هر ماه فروش داشته باشیم. حالا هر چند تا که شد. همین طور دستادست شرایط سفارش را هم برای ما ایجاد می‌کند. قسمت تبلیغات دستادست خیلی عالی است. ما را معرفی می‌کند، از محصولات ما عکس می‌گذارد با یک سری آدم‌هایی که همیشه سفارشاتشان را اینترنتی انجام می‌دهند ارتباط برقرار می‌کند. این طوری محصول ما در اینترنت قرار می‌گیرد و افراد مختلف می‌بینند و خریداری می‌کنند.

انتظارات شما از دستادست چیست؟ فکر می‌کنید چه اتفاق‌هایی برای بهتر شدن همکاری بین گوجینو و دستادست لازم است؟ بدون تعارف بگویید.

- چیزی که الان به ذهنم آمد را می‌گویم. مثلا اگر روزی من یک گالری بزنم. وقتی که می‌خواهم کار را معرفی کنم، کار را زنده انجام می‌دهم. یعنی فکر می‌کنم اگر یک فیلم ۵ دقیقه‌ای از بچه‌ها آنجا باشد که بازدیدکنندگان ببینند چطوری اینها محصولات را تولید می‌کنند، فکر می‌کنم این جور فروش بهتر شود.

مورد بعدی اینکه اهداف هر گروهی خوب است برای کسی که می‌آید سر می‌زند هم، شفاف باشد. من دیدم که دستادست پای محصولات ما، هدف گروه که احیا و مرمت قنات‌هاست را می‌نویسد، این خیلی خوب است. یک وقتی توریست به ما سر می‌زند اما قصد خرید ندارد وقتی که درباره اهداف گروه توضیح می‌دهیم، می‌گوید چون اهدافتان خیلی ارزشمند است می‌خواهم که در این هدف شریک باشم و این شریک بودنشان با خریداری کردن از محصولات انجام می‌شود. این تجربه‌ای بود که من دوست داشتم به شما بگویم هم برای گروه ما و هم گروه‌هایی که شما با آنها کار می‌کنید.

عالی، هر دو پیشنهاد خیلی خوب بود، ممنونم. دستادست در زمینه‌های به جز فروش چه همکاری‌هایی با شما دارد؟

- اگر عیب و نقصی در کارها باشد به ما می‌گویند. نظر مشتری‌ها را به ما منتقل می‌کنند مثلا یک بار ساعتی درست کرده بودیم که شماره‌های انگلیسی بود و مشتری گفته بود که اگر اینها فارسی بودند می‌خریدم. خوب این برای ما خیلی مفید بود، دفعه بعد فارسی درست کردیم. در سایزبندی‌ها و رنگ‌بندی به ما مشورت می‌دهند یا فایل‌های آموزشی درباره طراحی محصول برای ما فرستادند که برای ما کمک بود.

در فرآیند کارهایی که تعریف کردید چه مشکلاتی برای شخص خودتان و یا گروه‌ها وجود داشته یا دارد؟

- موانع شاید اوایل زیاد بود، هنوز جایگاه و ارزش ما زنان حفظ نشده بود. اوایل نمی‌توانستیم بیرون روستا برویم. خوب کم کم توانستیم برویم بیرون و داد خودمان را بزنیم. داد قنات‌ها و مردم را بزنیم. خوب ما اول صندوق تشکیل دادیم، حق عضویت دادیم، ویدئو مشارکتی را برای حفظ جایگاه زن‌ها ساختیم. می‌دانستیم که مطمئنا با ما برخورد منفی هم می‌شود. اما اهداف ما اهداف درستی بود، آمدیم کنار هدف‌هایمان تا جایگاهمان را حفظ کنیم.

- بعضی اتفاق‌ها خودشان افتادند و باید می‌افتادند. یک اتفاق خوبی که افتاد حمام تاریخی روستا جای متروکی بود. یک وقتی آقای آمد به منطقه و می‌خواستند که کویر را ثبت بونسکو کنند، ما گروه‌مان را برایشان توضیح دادیم و خواستیم که این حمام را برای ما مرمت کنند. مردهای آن جامعه گفتند که چون این حمام در مسیر قنات هست مرمت نشود. اما یک سری مرد هم در کنار ما بلند شدند و از ما حمایت کردند. یک استشهدا محلی نوشتند و از همه سهم آب دارها امضا گرفتند. الان حمام تاریخی احیا شده، برق کشی شده و چند مدت دیگر پرده‌ها نصب می‌شوند و الان برای ما شده است. مردها فکر می‌کردند که مسیر آب بسته می‌شود. اما مسیر آب بسته نشد و اتفاقا تازه و نو شد و نام‌گذاری شد.

اتفاق خیلی خوب دیگری که افتاد این بود که آدم‌هایی مثل من، اسما شایگان، سمیه ابراهیمی فرد، زهرا مهدی‌آبادی، معصومه مهدی‌آبادی، نجمه شایگان، مینا مهدی‌آبادی، ما کسانی بودیم که از دل جامعه بلند شدیم، رفتیم به روستاهای دیگر مثل خودمان و شروع کردیم به کار کردن و الان نزدیک به صد نفر خانم هستند که دارند با ما کار می‌کنند. صنایع دستی‌شان را احیا کردند، واسطه‌ها را تقریبا حذف کردند. برای احیا و مرمت قنات‌ها تلاش می‌کنند. به دو روستا برای احیای قنات‌ها کمک شده، بالابر برقی گرفته شده، بعد چهار تا جای فروش همیشگی و دائمی به دست آوردیم. به علاوه اینکه نمایشگاه‌ها را می‌رویم با اقامتگاه‌ها و بوم‌گردی‌ها همکاری می‌کنیم و حمایت مردها را هم بدست آوردیم.

منی که کم حق داشتیم به خانه همسایه‌ام بروم، الان بلند می‌شوم می‌روم تهران، مثلا نمایشگاه شرکت می‌کنم. بلند می‌شوم می‌روم تو یک روستای دیگری تسهیلگری انجام می‌دهم، بلند می‌شوم می‌روم توی حاشیه شهرها کار می‌کنم، با توریست‌ها صحبت می‌کنم، به گروه‌مان توضیح می‌دهم. منی که قبلا خجالتی بودم الان با ۴ تا توریست حرف می‌زنم. مادرها الان بچه‌هایشان را تشویق می‌کنند که زبان خارجه یاد بگیرند، بچه‌ها را از روستا می‌برند به شهر تا زبان خارجه یاد بگیرند، این خیلی اتفاق خوب و بزرگی است. اینها همه در قالب تشکلی اتفاق افتاده، یعنی من همه اینها را مدیون تشکلی خودمان می‌دانم.

در روستای شفیع‌آباد (روستای شروع گوجینو) چند نفر زن زندگی می‌کنند؟ جمعیت کل زنان روستا چقدر است؟

- این را نمی‌دانم باید بپرسم اما می‌دانم که در هر خانواده بین دو تا سه نفر زن با گوجینو همکاری می‌کند.



همان مردهایی که شاید با کار ما مخالف بودند، زن‌ها و خواهرهای خودشان را تشویق کردند که به جمع ما اضافه بشوند. بعد از پخش فیلم این ۶ نفر، ۱۲ نفر بعد ۱۸ نفر بعد ۲۲ نفر شدند. حول و حوش دو تا سه سال کار کردیم، و همین جور به جمع ما اضافه‌تر شد، محصولات مان بیشتر و با کیفیت‌تر شد.

شدیم. اگر نکته‌ای یا موضوعی هست که دوست دارید در پایان بگویید بفرمایید.

- مثلا یک چیزی که الان یادم آمد ما با ۴ تا جامعه کار می‌کنیم سه تا حاشیه شهری، سیستان، بچه‌هایی که از روستا رفتند کرمان و حاشیه‌نشین شدند و گروه جدیدی از حاشیه که با ایشان کار می‌کنیم. هدف بچه‌های گوجینو که در کرمان با این گروه‌ها کار می‌کنند این است که گروه‌ها از نظر اقتصادی قوی شوند و همین طور کمک کنند دبی آب بیشتر شود و به احیا و مرمت قنات‌ها کمک کنند تا برگردند به روستا. تا حالا دو تا از آن خانواده‌ها برگشتند به روستا، این اتفاق خیلی خوبی است. بچه‌های ما که در روستا هستند می‌خواهند قنات‌شان آبادتر شود، دبی آب بیشتر شود و مردم اینجا مهاجرت نکنند به شهر و ارزش و جایگاه و شان زن حفظ شود. زنان توانمند شوند از نظر اقتصادی، تربیت فرزند، معاشرت و چیزهایی که یک انسان را کامل‌تر می‌کند. بچه‌ها فقط یک بعد را در نظر نمی‌گیرند. به همه ابعاد زندگی فکر می‌کنند: اقتصادی، اجتماعی، معنوی و سیاسی.

یکی از بچه‌ها می‌گفت من قبل از این که در گروه باشم نمی‌دانستم با فرزندم چطور رفتار کنم. الان می‌دانم که به چه زبانی و چطوری با فرزندم صحبت کنم. این اتفاقی است که من را خیلی خوشحال کرد. یک خاطره‌ای که همیشه در یادم می‌ماند این است که یک خانمی از فروشی که داشت برای بچه‌اش لباس خرید و عکسش را برای من فرستاد و گفت که از دست‌رنج خودم برای بچه‌ام خرید کردم. در کل باید بگویم هر جامعه‌ای که ما با ایشان کار می‌کنیم برای خودش اهداف مشخص و خاص خودش را دارد.

دست شما درد نکند، ممنونم برای فرصتی که به ما دادید. کسب و کارتان همیشه به راه باشد.

- ما هم ممنونیم از شما.

محصولات گروه گوجینو را اینجا ببینید:

<http://bit.ly/2wbVjft>



اهداف‌تان را چه طور انتخاب کردید؟

- از دغدغه‌هایمان، با بارش افکار، این قدر فکر کردیم و فکر کردیم، که توانستیم بهترین هدف را انتخاب کنیم. چیزی را برای تلاش انتخاب کردیم که هم برای الان ما خوب باشد و هم برای نسل‌های آینده. چون ما در روستا هستیم و همه ما سهم آب داریم و زندگی ما به قنات بستگی دارد مهمترین هدف‌مان می‌توانست حفظ و احیای قنات‌ها باشد.

قنات‌ها چقدر در زندگی مردم روستاها مهم هستند؟

- خیلی مهم هستند، اگر به قنات‌ها رسیدگی نشود ما می‌گوییم آب پشت کار می‌ماند. سالانه باید قنات‌ها لایه‌روبی شوند و این کار هزینه‌بردار است که معنی بیاید و کار کند. باید یک وسایلی فراهم شود تا روند کار بهتر شود و آسان‌تر کار انجام شود.

چه مساله‌ای باعث می‌شود که قنات‌ها خشک شوند؟

گوجینو: در منطقه تکاب بیشتر شغل مردم کشاورزی است. قبلا به آن اندازه‌ای که باید قنات‌ها لایه‌روبی نمی‌شد. وقتی که ما آمدیم روی این موضوع کار کردیم مردم حساس‌تر شدند. الان دارند پی می‌برند که آب قنات هدر نرود و این که چه محصولی بکاریم که زیاد آب نخواهد و به چه شیوه‌ای آبیاری شود که آب هدر نرود و چه فصل‌هایی لایه‌روبی شود و چطوری قنات نگهداری شود. الان خانم‌ها و آقایان در کنار هم یاد می‌گیرند. الان داریم بذرهایی بومی که فراموش شده بودند را احیا می‌کنیم. این هم در قالب تشکل ما انجام می‌شود که چه بذرهایی بکاریم که آب کمتر بخواهد و فروش بهتر داشته باشد تا اینکه محصولی بکاریم که آب هدر برود و در آخر فروشی هم نداشته باشد که هم زحمت و هم آب مصرف شده به هدر برود. الان مردم دارند خودیاری کار می‌کنند. یعنی مثلا پدر من کشاورز است سالانه مبلغی را برای نگهداری قنات باید کنار بگذارد برای این که قنات حفظ شود.

سیستم آب‌دهی به زمین کشاورزی و خانه‌ها در روستای شما به چه شکلی است؟

- برای کشاورزی آب قنات و برای مصارف خانگی از آب لوله‌کشی استفاده می‌کنیم.

چه محصولاتی را می‌کارید؟

- سیر، سبزیجات، خرما، بذر کتان، گل خشت، کنجد، سدر، حنا، انگبین. نا گفته نماند که ما در کنار کار صنایع دستی روی بحث مواد غذایی هم برای تولید محصولات سالم کار می‌کنیم. ارگانیک نمی‌گوییم چون برای این که محصول ارگانیک شود ده سال طول می‌کشد. الان با فروشگاه‌های در تهران همکاری می‌کنیم. یک پروژه دیگر هم برای تولید و فروش گز داریم که تولید و عرضه مستقیم داشته باشیم.

کار اصلی مردم روستای شما چیست؟

- کشاورزی است و الان ده سال تا دوازده سال است که بوم‌گردی هم شکل گرفته. منطقه ما جاذبه گردشگری مثل کلوت، کویر، آسمان شب و صنایع دستی دارد.

یک خاطره دیگر هم می‌خواهم تعریف کنم. گروه ما یکی از موفق‌ترین گروه‌های مردم نهاد بوده که کار کرده. گاهی گروه‌های دیگری از ما می‌خواهند که برویم برایشان از تجربه‌هایمان بگوئیم. برای شهرپور از ما دعوت کردند که در بوم از گروه‌مان توضیح دهیم، که این هم اتفاق خوبی است.

ما می‌خواستیم که هدف تولیدکننده‌هایی که با دستادست فعالیت می‌کنند را بیشتر برای خریداران دستادست بگوئیم. از گفتگو با شما خیلی خوشحال

این گزاره یکی از متداول‌ترین باورهای سرمایه‌گذاران VC مورد مطالعه است. جملات جمع‌آوری شده از این مطالعه در گزاره‌های ذیل طبقه‌بندی شده است:

“او خیلی محتاط است، مثل اغلب زنان. به شدت مراقب تمام کارهایی است که انجام می‌دهد و جرات سرمایه‌گذاری ندارد.”

“اینکه زنان در سرمایه‌گذاری محتاط‌ترند، یک واقعیت است.”

“او مثل بسیاری از زنان دیگر، بیش از حد ریسک‌گریز است.”

بعلاوه، سرمایه‌گذاران VC هنگامی که در خصوص سرمایه‌گذاری کوچک صحبت می‌کنند، کارآفرینان زن را هدف قرار می‌دهند. چرا؟



برداشت آنها از ریسک‌گریزی زنان آن است که زنان تمایلی به پذیرش تعهدات بزرگ مالی ندارند. این جمله، به طور خاص برای ما پررنگ بود:

“تسهیلات مالی کوچک جهت تاثیر انگیزشی بر تمایل و جرات زنان در پذیرش ریسک در اقدامات خود، کافی است. زنان، تمایل چندانی برای سرمایه‌گذاری بسیار بزرگ ندارند. برای همین کافی است آنها را با تسهیلات کوچک مالی حمایت کنیم.”

در مقابل، شخصیت مردان، بلندپرواز، ریسک‌پذیر و مشتاق برای تست ایده‌های جدید توسط شرکت‌کنندگان در این مطالعه ترسیم شده است. این موضوع، در گزاره‌های ذیل به خوبی منعکس شده است:

“ما مثال‌های زیادی از مردان شایسته و خودانگیزش دیده‌ایم که علاوه بر ریسک‌پذیری، کار خود را تا رسیدن به سرانجام و شکوفایی به خوبی مدیریت می‌کنند.”

“او ثابت کرده که در تمام مراحل کار، پشتکار خود را حفظ می‌کند.”

ریسک‌پذیری مردان، اغلب به عنوان تمایل و جرات بالای مردان برای پذیرش ریسک در اقدامات خود که نیازمند پشتیبانی مالی قابل ملاحظه است، تعریف شده است.

“معمولا این نوع شرکت‌های تولیدکننده نیازمند سرمایه‌گذاری‌های سنگین هستند.”

“من باید بگویم که مردان بزرگ‌انتهایی هستند که در قیاس با زنان، سرمایه‌گذاری‌های سنگین‌تری انجام می‌دهند.”

فرضیه دوم: برخلاف مردان، زنان راغب نیستند که تجارتشان را گسترش بدهند

این عقیده که سرمایه‌گذاری در معاملات پرمخاطره زنان غالبا سوددهی ندارد در جملات زیر کاملا مشهود است:

“ما باید در جایی سرمایه‌گذاری کنیم که بتوان مشارکت را به حد بالایی رساند و برای سرمایه‌گذاری، چنین تجارت‌هایی بر سرمایه‌گذاری در مشاغل بخور نمیری اولویت دارند که عموماً زنان آن‌ها را مدیریت می‌کنند.”

“این زن خیلی حواسش به هزینه‌هاست، این روش درستی برای رشد شرکت نیست.”

در مقابل، مردان همواره به گونه‌ای دیده می‌شوند که انگار می‌خواهند معاملاتشان را گسترش بدهند. عبارات زیر جملات معمولی است که در آن مردان به عنوان کسانی که سودای رشد و نیاز به سرمایه‌گذاری دارند معرفی می‌شوند:

“مشکل اصلی این مرد این است که سرمایه مالی کافی برای سرمایه‌گذاری جور کند تا پیشرفت کنند.”

“آن مرد بخش بزرگی از سهام شرکت را دارد و به طور قطع می‌خواهد که حجم تولید را افزایش دهد تا از آن طریق سوددهی را بیشتر کرده و شرکت را گسترش بدهد.”

+ نوشته مالین الماستورم، ایجا ویتکین، جینس جوهانسن، ژواخیم وینست +
+ ترجمه هانیه کیانی، پرستو موسوی، ستاره بهروز، آزاده فرشیدی، آزاده کامیار

در اکثریت قریب به اتفاق سرمایه‌گذاری‌های پرریسک (VCs) مردان کارآفرین ذینفع هستند. اما آیا ایده‌های آنها نسبت به ایده‌هایی که توسط زنان ارائه شده‌اند، حقیقتاً فرصت‌های بهتری برای این نوع از سرمایه‌گذاری هستند؟

طبق پژوهش‌های ما لزوماً اینطور نیست. در یک بررسی دو مرحله‌ای مشاهده شد که سرمایه‌گذاران پروژه‌های پرریسک حین تصمیم‌گیری، تصورات کلیشه‌ای بسیار متفاوتی از مردان و زنان کارآفرین دارند.

این مفاهیم کلیشه‌ای که مردان را دارای ویژگی‌های بهتر و در نتیجه مناسب‌تر برای شروع کسب و کارهای موفق می‌بینند با داده‌های عملکرد سازمانی در گزارش‌های سالانه هم‌خوانی ندارند. به عبارت دیگر هیچ‌گونه شواهد آماری مبنی بر صحت این کلیشه‌ها و عقاید نادرست رایج درباره زنان کارآفرین وجود ندارد.

قبل از معرفی کامل پژوهش، دانستن برخی حقایق مرتبط مفید است:

برای سالها سوئد رتبه نخست شاخص برابری جنسیتی در اتحادیه اروپا بوده است. با این وجود آمارها نشان می‌دهند که کسب و کارهای متعلق به زنان که یک سوم کل کسب و کارهای این کشور را تشکیل می‌دهند، به نسبت مساوی از سرمایه‌گذاری‌های دولتی در بخش VC بهره‌مند نشده‌اند؛ در حقیقت کسب و کارهای متعلق به زنان تنها ۷٪ این بخش را دریافت می‌کنند.

این درصد قابل توجه است چرا که سرمایه‌گذاران حوزه VC در دولت سوئد هنگام تامین مالی کارآفرینان باید از قوانین ملی و اروپایی برابری جنسیتی پیروی کنند.

برای درک بهتر این ناسازگاری گیج‌کننده، ما از داده‌های حاصل از مصاحبه برای بررسی اینکه چگونه ۱۱ سرمایه‌گذار VC از دو سازمان دولتی سوئد، جنبه‌های جنسیتی را هنگام ارزیابی درخواست‌های ۱۲۶ کارآفرین (۴۳٪ زن و ۵۷٪ مرد) مد نظر قرار دادند، استفاده کردیم.

سپس عملکرد اجرایی این ۱۲۶ شرکت را برای تجزیه و تحلیل آماری نتایج مربوط به شاخص‌های عملکرد و اطلاعات حسابداری، عیناً از گزارش‌های حسابداری آنها جمع‌آوری کردیم.

نتایج نشان داد که تفاوت‌های چشمگیری بین باورهای کلیشه‌ای جنسیتی سرمایه‌گذاران VC و عملکرد واقعی و بازده این گونه سرمایه‌گذاری‌ها وجود دارد.

ما چهار باور کلیشه‌ای جنسیتی را شناسایی کردیم که نشان می‌دهند چگونه جنسیت کارآفرین در نحوه ارزیابی پروژه پرریسک توسط سرمایه‌گذاران، تفاوت‌های عمده ایجاد می‌کند.

فرضیه اول: زنان محتاط و ریسک‌گریزند، در حالی که مردان بلندپرواز و ریسک‌پذیرند

میزان ریسک پذیری

نسبت بدهی به سرمایه، نسبت سرمایه، بافر یا ضربه گیر ریسک، اموال رهنی یا نسبت رهن مستغلات کسب و کارها، استفاده از امکان اضافه برداشت از حساب بانکی یا نسبت حساب جاری مورد تایید و نسبت دیون یا تعهدات بلندمدت را تحلیل کردیم.

بر این اساس، نتایج ما نشان داد بین کسب و کارهای تحت اداره زنان و مردانی که متقاضی سرمایه هستند، هیچ تفاوت چشمگیری وجود ندارد.

میزان رشد

برای تعیین اعتبار این تلقی که زنان کمتر از مردان خواهان رشد و توسعه تجارت هستند، شاخص‌های زیر را با هم مقایسه کردیم که به اندازه کسب و کار و تغییرات در اندازه کسب و کار مربوط می‌شود: گردش معاملات، رشد میزان گردش معاملات، تعداد کارمندان و رشد تعداد کارمندان.

باز هم براساس اعداد و ارقام به دست آمده متوجه شدیم نتایج تحلیل ما هیچ گونه تفاوت چشمگیری بین زنان و مردان متقاضی سرمایه نشان نمی‌دهد.

منابع لازم برای رشد

برای تعیین اعتبار این تلقی که برخلاف مردان، زنان فاقد منابع لازم برای رشد هستند، اطلاعاتی را در نظر گرفتیم که نشان‌دهنده ثروت بالقوه موجود رشد بود. حاشیه عملیاتی، ارزش مستغلات، ارزش ماشین‌آلات، اطلاعات مربوط به سهم سهام‌داران، سرمایه قابل توزیع و حساب جاری تایید شده یا امکان اضافه برداشت از حساب بانکی برای نیل به این هدف با هم مقایسه شد.

نتایج حاصل از تحلیل این آمار و ارقام نشان‌دهنده هیچ گونه تفاوت معناداری بین زنان و مردان متقاضی سرمایه نبود.

عملکرد ضعیف

برای تعیین اعتبار این تلقی که زنان صاحب کسب و کار عملکرد ضعیف‌تری دارند، داده‌های حسابداری مربوط به کارایی و سودآوری را با هم مقایسه کردیم، از جمله بازگشت سرمایه کل یا نسبت‌های دارایی‌ها، بازگشت سرمایه به کار رفته، حاشیه سود، نسبت گردش معاملات به ازای هر نفر کارمند، نسبت گردش سرمایه و عایدات پیش از کسر سود و مالیات یا سود عملیاتی.

نتایج هیچ تفاوت آماری معنی‌داری بین زنان و مردان متقاضی سرمایه نشان نداد. به‌طور کلی براساس داده‌های مربوط به نحوه عملکرد کسب و کار مشخص شد هیچ یک از باورهای سرمایه‌گذاری پرمخاطره در مورد کارآفرینان زن صحت ندارد.

تحقیق ما نشان می‌دهد در سرمایه‌گذاری پرمخاطره وقتی پای جنسیت به میان می‌آید کارآفرینان به شکلی متفاوت ارزیابی می‌شوند. به همین دلیل، کارآفرینان زن برای کسب اعتبار با مشکلات بیشتری روبه‌رو هستند زیرا ارزیابی عملکرد آنان بر مبنای معیارهایی متفاوت صورت می‌گیرد. در حالی که این باورها هیچ گونه مبنای واقعی ندارند. این تحقیق می‌کوشد با نمایش این نتایج، در روند خودارزیابی سرمایه‌گذاری پرمخاطره تغییر ایجاد کند. ما می‌خواهیم شیوه‌های بحث و گفتگو با کارآفرینان و نحوه توزیع سرمایه در سرمایه‌گذاری پرمخاطره از نو ارزیابی و دگرگون شود.

منبع:

<https://hbr.org/۲۰۱۸/۰۳/vc-stereotypes-about-men-and-women-arent-supported-by-performance-data>

”آن مرد به دنبال یک شرکت برای خریدن است. این نشان می‌دهد که دلش می‌خواهد پیشرفت کند.“

فرضیه ۳: زنان برخلاف مردان منابعی که در مراحل بالای پیشرفت به آن نیاز دارند، ندارند

سرمایه‌گذاران خطرپذیر بیان می‌کنند که در تمامی موارد نیاز به تخمین شرایط برای تمامی سرمایه‌گذاری‌های مالی دارند. به طور به خصوص آن‌ها به شرایطی که در آن کارآفرینان زن نمی‌توانند استانداردهای آن‌ها را برآورده کنند حساسند. آن‌ها عموماً زنان را به عنوان کسانی که منابعی برای رشد در مراحل بالا را ندارند توصیف می‌کنند. ”آن زن تنها زیاد حرف می‌زند و می‌خواهد به پول برسد. سوال این‌جاست که آیا آن‌ها می‌توانند روی توانایی‌های خودشان حساب کنند؟“ این دیدگاه همچنین در عباراتی که در مورد نداشتن سرمایه مالی شخصی زنان است کاملاً به طور واضح خودش را نشان می‌دهد: ”او حتی پس‌اندازی ندارد که برای سرمایه‌گذاری‌ها از آن استفاده کند.“

در شرایطی که کارآفرینان مرد موقعیت مالی ضعیفی دارند، سرمایه‌گذاران خطرپذیر رویکرد بخشنده‌تری نسبت به آنها دارند و عموماً مسائل مالی را نادیده می‌گیرند و گاهی نداشتن شرایط مالی مساعد مردان و توانایی کلی آنها را سبک و سنگین می‌کنند. برای مثال، در ارتباط مستقیم با موقعیت مالی ضعیف مردان، سرمایه‌گذاران خطرپذیر به طور مکرر دیدگاه‌هایی مانند «من او را بسیار توانا می‌بینم. او می‌داند که چه کار می‌کند، و ما از این دست مردان توانا پیش از این دیده‌ایم.“ در حالی که مردان کارآفرین سرمایه‌گذاری‌های عاقلانه‌ای انجام داده‌اند، درخواست منبع موفق تاکید می‌شود «ما شاهد بودیم که او پولش را در این زمینه سرمایه‌گذاری کرده است» و «او ظرفیت انجام این سرمایه‌گذاری را دارد.»


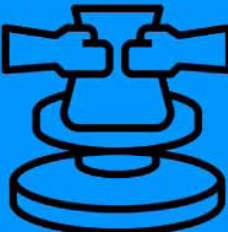
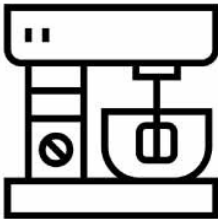



فرض ۴: فعالیت‌های اقتصادی زنان کارایی کم و فعالیت‌های اقتصادی مردان کارایی خوبی دارند

سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر معمولاً فعالیت‌های اقتصادی زنان را زیر سوال می‌برند و مدعی‌اند که این فعالیت‌ها کارایی کمی دارند: ”من نمی‌توانم بگویم که او کارآفرین بدی است، اما کسب و کارش با مشکلاتی مواجه است.“ بجای اذعان کردن به مواردی که زنان کارایی خوبی دارند، سرمایه‌گذاران معمولاً درباره توانایی زنان در مدیریت کسب و کارشان ابراز تردید می‌کنند. آنها گاهی حتی با دیدن موفقیت زنان شگفت‌زده می‌شوند: «او هیچ درکی از نحوه مدیریت کسب و کار ندارد، اما به طرز شگفت‌آوری همه چیز به نظر خوب پیش می‌رود.»

انتظارات سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر از مردان کاملاً متفاوت است. آنها معمولاً از مردان دفاع می‌کنند یا زمانی که کارایی‌شان ضعیف بوده، برای آن توجیه می‌تراشند. مثالهایی از اظهارنظرهایی که بیانگر این ایده هستند که مردها عموماً در فعالیت‌های اقتصادی کارایی خوبی دارند، عبارتند از «او با اندکی کمک موفق خواهد شد» و «او در کسب و کار قبلی‌اش موفق شد، بنابراین فکر می‌کنم از پس این یکی هم برمی‌آید.“ در بسیاری موارد، علیرغم عدم وجود هیچ مدرکی مبنی بر اینکه فعالیت‌های اقتصادی مردان کارایی خوبی داشته است یا خواهد داشت، سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر اطمینان داشتند که آنها موفق خواهند شد: «فعالیت اقتصادی‌اش کاملاً به مرحله بهره‌برداری نرسیده، اما در مسیر موفقیت قرار دارد» و «او برای سرمایه‌گذاری تایید شده چون در این زمینه به مدت دو سال کار کرده است و بنابراین کمی تجربه دارد.»

داده‌ها چه می‌گویند

هر چهار گروه باورهای فوق، دیدگاه بنیادی سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر نسبت به توانایی‌های بالقوه کارآفرینی و نحوه ارزیابی آنها را شکل می‌دهند. اما آیا این دیدگاه‌ها قابل اثبات هستند؟ برای آزمودن ماهیت این دیدگاه‌ها، ما همزمان با ارزیابی سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر، با هدف تمرکز بر روی اطلاعات حسابداری و شاخص‌های کلیدی کارایی، به اطلاعات کارایی کارآفرینانی که مورد ارزیابی‌شان بودند دسترسی پیدا کردیم (از طریق شماره شناسایی شرکت). این داده‌ها نمایانگر کارایی واقعی کسب و کارها، تصمیماتی که توسط کارآفرینان در رابطه با نحوه مدیریت کسب و کارشان گرفته شده، و فعالیت‌های ریسک‌پذیرانه‌شان از قبیل فروش، سرمایه‌گذاری در تجهیزات، استخدام، و تولیدند. سپس ما معیارهای مشخصی برای ارزیابی هر کدام از چهار باور انتخاب کردیم.

ظرفیت محدود	ویژه علاقه‌مندان و صاحبان کسب‌کارهای خانگی			دستادست برگزار می‌کند
آدرس: خیابان مطهری، خیابان لارستان، کوچه مجلسی، پلاک ۲۷			کارگاه صفر تا صد یک محصول دست‌ساز	
			شما یک کار دست‌ساز می‌سازید و سعی می‌کنید به کمک شبکه‌های اجتماعی بفروشیدش اما بعد از چندین هفته موفق نمی‌شوید. می‌خواهید بدانید چرا؟	
مخاطب‌شناسی خلاقیت و طراحی محصول جدید ارائه و عکاسی از محصول شناخت و توجه به چند عنصر حیاتی در شروع تولید تبلیغات و استفاده از شبکه‌های اجتماعی			۹:۰۰ صبح الی ۲۰:۰۰ شب	۵ مهر ماه
	برای کسب اطلاعات بیشتر و ثبت نام با شماره زیر تماس بگیرید. ۰۹۱۴۹۷۳۶۳۱۹			

تسهیلگران دوره:
فاطمه امیری / کارشناسی ارشد طراحی صنعتی از دانشگاه تهران و مدیر بخش طراحی دستادست
فائزه درخشانی / مدیر کارآفرینی اجتماعی دستادست

این برنامه آموزشی ویژه تولیدکنندگان خرد و خانگی‌ای طراحی شده است که در آغاز راه هستند یا کارشان را شروع کرده‌اند اما در فروش کارهایشان مشکل دارند. تمام کسانی که مهارت کافی در ساخت کارهایشان دارند، اما قادر به فروش نیستند و نمی‌دانند چرا.

سرفصل مباحث:

فرم ثبت‌نام و اطلاعات بیشتر:
<http://bit.ly/2BZSwth>
معرفی شدگان از سوی سازمان‌های مردم‌نهاد و خیریه‌ها، همچنین تولیدکنندگان محصولات دوستدار محیط زیست از تخفیف در ثبت‌نام بهره‌مند خواهد شد.
کلیدی درباره کارگاه:
<https://www.aparat.com/v/kN9a7>

- * مخاطب شناسی
- * خلاقیت و طراحی محصول جدید
- * درباره عکاسی از محصول
- * شناخت چند عنصر حیاتی در شروع تولید
- * مقدمات استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات



مسابقه عکس "تبی تی کا"
امسال با موضوع توان‌افزایی
برگزار شد؛

نمایش توان و قدرت آدم‌ها به
ویژه زنان، برای ایجاد تغییر در
زندگی‌شان.

دوازده عکس منتخب و سه
عکس برگزیده همزمان با
افتتاحیه معرفی خواهند شد.

فراخوان ارسال مقاله

آماده پذیرش و چاپ مقالات و یادداشت‌های شما در تمام زمینه‌های مرتبط با موضوعات این فصل‌نامه
هستیم:

* کارآفرینی اجتماعی + تجارت عادلانه + کار زنان + فقر + نابرابری و... *

با ما تماس بگیرید: dastadast@gmail.com

از مخاطبان اینستاگرام دست‌آدمت پرسیدیم با شنیدن
«تجارت عادلانه» چه چیزی به ذهن‌شان می‌رسد؟
پاسخ شما چیست؟

توزیع
عادلانه
سود

توسعه
اجتماعی، توسعه
پایدار

با
هم برنده
باشیم و با هم
بازنده

حذف واسطه‌ها

لغو
کار کودک

درآمد عادلانه در
ازای کار انجام شده

دستمزد واقعی

انصاف

سود
بیشتر برای
تولیدکننده اصلی و
حذف واسطه‌ها

تجارت با انگیزه
خدمت؛ نه منفعت
و رقابت

حقوق وزارت
کار

شفافیت
اقتصادی

سود
متعلق به کسی
باشد که اثر را خلق
کرده و نه دلال

جلوگیری از
دلال‌بازی و سود
برای تولیدکننده
اصلی

برابری دستمزد
زن و مرد