

Univerzita Karlova v Praze
Fakulta humanitních studií

Bakalářská práce

Josef Tětek

**Fair Trade káva v perspektivě rakouské školy
ekonomie**

Vedoucí práce
Ing. Miroslav Svoboda

Praha, 2009

Obsah

ÚVOD	- 4 -
1. FAIR TRADE: CHARAKTERISTIKA.....	- 6 -
1.1 HISTORIE	- 6 -
1.2 FORMY FAIR TRADE.....	- 7 -
1.3 FAIR TRADE KÁVA	- 9 -
1.4 STAV BĀDÁNÍ.....	- 10 -
1.5 FAIR TRADE V ČESKÉ REPUBLICĚ.....	- 10 -
2. RAKOUSKÁ ŠKOLA EKONOMIE.....	- 12 -
2.1 HISTORIE	- 12 -
2.2 METODOLOGIE	- 14 -
2.2.1 Metodologický individualismus	- 14 -
2.2.2 Metodologický subjektivismus	- 14 -
2.3 TEORIE MEZILIDSKÉHO JEDNÁNÍ.....	- 14 -
2.4 RAKOUSKÁ ŠKOLA A FAIR TRADE.....	- 16 -
3. MEZINÁRODNÍ OBCHOD S KÁVOU	- 18 -
4. TEORIE	- 19 -
4.1 OBCHOD MÍSTO CHARITY	- 19 -
4.2 FAIR TRADE A SPOTŘEBITELOVO DILEMA.....	- 19 -
4.3 ODSTRANĚNÍ PROSTŘEDNÍKŮ	- 22 -
4.4 PŘEKÁŽKY VSTUPU DO FAIR TRADE.....	- 22 -
4.5 SPRÁVEDLIVÁ CENA	- 22 -
5. EMPIRIE	- 25 -
5.1 SPRÁVEDLIVÁ CENA	- 25 -
5.1.1 Studie: Imhof & Lee (2007)	- 26 -
5.1.2 Studie: Berndt (2007)	- 27 -
5.2 ODSTRANĚNÍ PROSTŘEDNÍKŮ	- 29 -
5.3 NÁKLADY VSTUPU DO FAIR TRADE.....	- 29 -
5.4 OMEZENÝ DOSAH FAIR TRADE A JEHO ŘEŠENÍ	- 31 -
6. POLITIZACE FAIR TRADE	- 34 -
6.1 COFFEE RESCUE PLAN.....	- 34 -
6.2 LOBBY EVROPSKÉ UNIE	- 35 -
6.3 PODSTATA A FUNKCE VOLNÉHO TRHU.....	- 36 -
6.3.1 Trh jako spontánní řád	- 37 -
6.3.2 Trh jako nástroj zvyšování užitku ex post	- 38 -
6.3.3 Trh jako proces podnikatelského objevování.....	- 39 -
6.4 SHRNUŤÍ.....	- 39 -
ZÁVĚR	- 40 -
POUŽITÉ ZDROJE.....	- 42 -
PŘÍLOHA Č. 1: SROVNÁNÍ MALOOBCHODNÍCH CEN VÝROBKŮ FAIRTRADE X KONVENČNÍ ZNAČKY	- 47 -
PŘÍLOHA Č.2: TRŽNÍ PRINCIP A HEGEMONICKÝ PRINCIP	- 48 -

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a souhlasím s jejím eventuálním zveřejněním v tištěné nebo elektronické podobě.

V Praze dne 20.2.2009

.....
Josef Tětek

Úvod

Cílem této práce je analýza hnutí Fair Trade, do češtiny nejčastěji překládaného jako „spravedlivý obchod“. V rámci této analýzy vycházím z perspektivy a argumentace rakouské školy ekonomie, mezi jejíž hlavní představitele patří například Ludwig von Mises, Friedrich August von Hayek, či Murray Newton Rothbard.

Výraz „fair trade“ má více významů. Někdy je jako „fair trade“ v angličtině označován stav, kdy vláda jedné země uvalí cla na produkty druhé země, ve které jsou tyto produkty vyráběny lacině či s pomocí vládních subvencí. Podobně bývá za „fair trade“ označována politika ochranných cel v rozvojových zemích, která má zajistit rozvoj domácího průmyslu. Takovýto „fair trade“ (který by bylo vhodné nazývat spíše protekcionismem) zde ovšem zkoumat nebudu a s tématem této práce nemá příliš společného. Fair Trade, který zde zkoumám, představuje alternativní model obchodu, jehož hlavním cílem je snížení chudoby zemědělských a řemeslných výrobců z chudých zemí tzv. globálního Jihu, tj. latinské Ameriky, Afriky a částečně i Asie. Tohoto cíle se Fair Trade snaží dosáhnout prostřednictvím placení vyšších výkupních cen či mezd chudým výrobcům a osvětou výrobců i spotřebitelů.

V této práci se pokusím najít odpověď na otázku, zda může hnutí Fair Trade v dnešní podobě dosáhnout cílů, které si vytyčilo, a zda při dosahování těchto cílů nevznikají nezamýšlené škody. Způsob mé analýzy bude takový, jakým postupoval M.N.Rothbard a jeho kolegové z rakouské školy ekonomie, tj. ekonomický způsob myšlení specifický tím, že odmítá násilné, ve většině případů státní, zásahy do fungování tržního systému. Vycházím z již vypracovaných vědeckých prací zabývajících se problematikou Fair Trade a z oficiálních zdrojů samotného hnutí Fair Trade.

Na problematiku Fair Trade nahlížím z perspektivy rakouské školy z toho důvodu, že k této ekonomické škole silně inklinuji. Rakouská škola ekonomie je školou poměrně okrajovou, stojící mimo hlavní proud. Z autorů této školy se problematikou Fair Trade, pokud je mi známo, nikdo výrazněji nezabýval. Proto by moje práce měla představovat na poli zkoumání Fair Trade přínos. Cílem této práce je kritické zhodnocení Fair Trade, nikoli rakouské školy ekonomie. Proto se v této práci nevyskytuje pohled jiných ekonomických škol na danou problematiku a komparace jejich výhod a nevýhod.

V úvodních kapitolách této práce stručně charakterizují fenomén Fair Trade a rakouskou školu ekonomie. Na závěr kapitoly popisující Fair Trade uvádím hlavní cíle Fair Trade a následně z nich vybírám ty, které jsou pro téma této práce relevantní. Na závěr kapitoly přibližující rakouskou školu ekonomie uvádím teoretická východiska, ze kterých budu při zkoumání dané problematiky vycházet. Ve třetí kapitole stručně charakterizují mezinárodní obchod s kávou. V kapitole Teorie předkládám apriorní zhodnocení Fair Trade ve stylu rakouské

ekonomické teorie. V kapitole Empirie uvádím studie, které se Fair Trade zabývají. Tyto studie sice nepocházejí od ekonomů rakouské školy, pro potřeby této práce jsou však nejlepším dostupným materiálem. Hodnocení tzv. hlavního proudu ekonomie se od hodnocení rakouské školy v rámci Fair Trade totiž příliš neliší. Na konci této kapitoly rovněž uvádím možné alternativy k Fair Trade. V poslední kapitole uvádím důkazy politizace hnutí Fair Trade a následně odůvodňuji, proč se jedná o negativní jev.

V této práci se budu věnovat zejména produkci a obchodu s Fair Trade kávou, protože je v této oblasti dostupné široké množství případových studií, které dávají mojí práci dobrý teoretický a empirický základ. Fair Trade káva také dle mého názoru představuje obzvláště ilustrativní příklad, protože se jedná o jeden z nejdůležitějších produktů prodávaných v rámci Fair Trade.

1. Fair Trade: Charakteristika

Fair Trade označuje alternativní přístup k mezinárodnímu obchodu se zeměmi tzv. globálního Jihu, zejména z oblasti latinské Ameriky, jižní Asie a Afriky. V rámci Fair Trade se organizace a obchodníci snaží vyplácet výrobcům vyšší výkupní ceny, než by výrobci za své výrobky dostali na klasickém trhu. Kromě samotných výrobců mohou být do Fair Trade zařazeni i zaměstnanci firem, které splní určité standardy. Fair Trade se mimo ekonomické dimenze obchodu snaží klást důraz i na dimenze sociální a environmentální. Část prostředků získaných touto formou obchodu je tedy investována do místní infrastruktury či na ochranu životního prostředí. Mezi hlavní Fair Trade výrobky patří zejména káva, čaj a jiné potraviny. Některé z těchto potravin jsou pěstovány formou ekologického zemědělství, tedy v tzv. bio kvalitě. Bio kvalita však není nutně požadována. Kromě potravin, které tvoří největší část Fair Trade výrobků, se v rámci Fair Trade prodávají také řemeslné výrobky či oblečení. Sortiment Fair Trade výrobků se neustále rozšiřuje.

Pro to, aby měl program Fair Trade nějaký efekt, je samozřejmě zapotřebí, aby si spotřebitelé tyto výrobky kupovali. Kupování výrobků pocházejících z Fair Trade je tímto hnutím zváno uvědomělé či zodpovědné spotřebitelské chování. Za hlavní překážku v nákupu těchto výrobků lze považovat zejména jejich vyšší prodejní cenu oproti jiným, kvalitativně srovnatelným výrobkům. Některé výrobky se značkou Fairtrade tak mohou být až několikrát dražší než konvenční výrobky jiných, na trhu zavedených značek (viz Příloha 1). Česká Asociace pro Fair Trade k tomu uvádí: „*Cena fair trade výrobků bývá obvykle o něco vyšší než u běžného zboží, ale spotřebitel ví, že platí nejen za spravedlivé a ekologicky šetrnější výrobní podmínky, ale i za velmi dobrou kvalitu. U kvalitních káv, sypaných čajů nebo například čokolád ze Spravedlivého obchodu jsou proto ceny mnohdy ve srovnání s obdobně kvalitními výrobky z konvenčního obchodu rovnocenné.*“¹

1.1 Historie

Historie hnutí Fair Trade sahá do čtyřicátých let 20. století, kdy americké církevní organizace začaly s prodejem řemeslných výrobků, které byly vyrobeny uprchlíky z chudých zemí žijícími v Evropě. Vzniká tak model obchodu, který se vymezuje vůči konvenčním obchodním strukturám - Fair Trade². V roce 1958 byl v USA otevřen první oficiální Fair Trade obchod. V Evropě byl první Fair Trade obchod (pod názvem Third World Shop) otevřen v Nizozemí v roce 1959. Fair Trade byl od svého vzniku spravován a rozšiřován nevládními organizacemi, mezi nimiž vždy hrály významnou roli i náboženské organizace. Do konce 80. let neexistovala žádná sjednocená organizace, Fair Trade byl

¹ <http://www.fairtrade-asociace.cz>, 3.1.2009.

² Některé Alternativní obchodní organizace (ATO) se však označení Fair Trade vyhýbají, protože cítí, že toto označení v sobě nese etický nádech.

konceptem alternativního systému obchodování, který měl v různých zemích různou podobu. Koncem 80. let vznikla organizace EFTA (European Fair Trade Association), sdružení největších Fair Trade dovozců v Evropě, a organizace IFAT (World Fair Trade Organization³), což je celosvětová síť Fair Trade organizací. Organizace zahrnuté do IFAT představují celou hierarchii systému Fair Trade, od výrobců až po prodejce. Od roku 1998 se pravidelně scházejí organizace FLO (Fairtrade Labelling Organizations International), IFAT, NEWS! (Network of European Worldshops) a EFTA pod akronymem FINE. Cílem FINE je zajistit těmto organizacím a jejich členům spolupráci na důležitých oblastech své činnosti, jako je propagace a pořádání kampaní či vydávání standardů Fair Trade a kontrola jejich dodržování.⁴

1.2 Formy Fair Trade

V rámci Fair Trade existují dva způsoby, kterými dochází k dopravě výrobků ke koncovému spotřebiteli:

1) Fair Trade: tradiční forma, charakteristická Fair Trade organizacemi (FTO) a tzv. obchody světa. FTO jsou nevládní a většinou i neziskové organizace, které organizují celý proces od výroby Fair Trade výrobku až po prodej koncovým zákazníkům. Tyto FTO se vyvíjely v průběhu historie Fair Trade nezávisle, tudíž se pojetí Fair Trade v podání každé organizace trochu lišilo. V posledních letech však dochází ke standardizaci principů Fair Trade, za čímž stojí především organizace Fair Trade Foundation (FTF) a IFAT.

2) Fairtrade: labelling, v rámci kterého se do Fair Trade mohou zapojit i klasické obchody, např. obchodní řetězce typu Tesco. „*Namísto organizace samotné zaručuje plnění FT kritérií na produktu přítomná FT známka („FT pečeť“). Tuto známku propůjčují národní iniciativy sdružené ve FLO International za předpokladu, že jsou splněny jí vytvořená kritéria.*“⁵ Fairtrade labelling vznikl později než tradiční forma, a to koncem osmdesátých let dvacátého století.

Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) je organizace, která sestavuje standardy programu Fair Trade. Tyto standardy musí být splněny pro získání Fair Trade certifikace. Existují rozdílné druhy certifikací – pro družstva malých producentů, firmu se zaměstnanci, či obchodníka. Standardy pro získání certifikace vyžadují splnění určitých podmínek, které se dělí do kategorií – sociální rozvoj, ekonomický rozvoj, environmentální rozvoj a pracovní podmínky. Každá tato kategorie se dělí na minimální a pokrokové požadavky.

³ Dříve se organizace jmenovala International Fair Trade Organization, a ještě předtím International Fair Trade Association.

⁴ *60 years of Fair Trade*, www.ifat.org, 6.12.2008

⁵ Chmelař 2004, str. 22.

Nejdůležitějšími minimálními požadavky pro družstva malých producentů produkujících kávu jsou:

- členy mohou být pouze malí producenti,
- družstva musí mít demokratickou strukturu,
- o užití Fairtrade prémie rozhoduje valné shromáždění družstva,
- družstvo musí mít schopnosti vyvážit kvalitní produkt.⁶

Firmy se zaměstnanci pak musí v rámci získání certifikace například prokázat, že

- veškeré příjmy z Fair Trade budou podněcovat sociální a ekonomický rozvoj zaměstnanců,
- pro firmu nepracují děti ve věku do 15 let,
- zaměstnanci budou získávat odměnu minimálně ve výši průměrného příjmu v dané zemi.⁷

Obchodníci zapojení do Fair Trade musí splnit následující požadavky:

- vykupovat výrobky od producentů za stanovenou minimální cenu,
- vyplácet prémie určenou na sociální a ekonomický rozvoj producentů,
- vyplácet část kontraktu na budoucí sklizeň s předstihem, jsou-li o to požádáni,
- uzavírat s producenty dlouhodobé smlouvy.⁸

Kritéria pro udělení Fair Trade certifikace jsou díky FLO mezinárodně sjednocená a jejich základ tvoří mezinárodní dohody a listiny, jako jsou ustanovení Mezinárodní Organizace Práce⁹ (ILO) či Agenda 21¹⁰.

Obě formy Fair Trade se v určitých ohledech liší, základní myšlenka je ovšem stejná. Organizace FLO, IFAT, NEWS! a EFTA se shodly na následující definici Fair Trade:

„Fair Trade je obchodní partnerství založené na dialogu, transparentnosti a respektu, které hledá větší rovnost v mezinárodním obchodě. Přispívá k udržitelnému rozvoji nabízením lepších obchodních podmínek a ochrany práv marginalizovaných výrobců a pracovníků – obzvláště na Jihu. Fair Trade organizace (podporované spotřebiteli) se aktivně zapojují do podpory výrobců, zvyšování povědomí o jejich situaci a v pořádání kampaní cílených na změnu pravidel a podoby konvenčního mezinárodního obchodu.“¹¹

⁶ FLO 2008:1.

⁷ FLO 2008:2.

⁸ http://www.fairtrade.net/trade_standards.html, 9.2.2009.

⁹ ILO je specializovanou agenturou Organizace Spojených Národů, určenou k prosazování mezinárodně uznaných lidských a pracovních práv (www.osn.cz, 7.1.2009)

¹⁰ Agenda 21 je program Organizace Spojených Národů pro boj s chudobou a pro zajištění udržitelného rozvoje. (www.un.org, 7.1.2009)

¹¹ Překlad autora, původní text k nalezení na www.european-fair-trade-association.org, 11.1.2009.

V dalším textu budu, nebude-li uvedeno jinak, analyzovat formu labellingu, která se v posledních letech značně rozrůstá a podoba Fair Trade v se této formě mění.

V rámci Fair Trade typu labelling je výrobcům vyplácena určitá minimální výkupní cena a Fairtrade prémie. Minimální výkupní cena bývá pro určitý produkt a určitou zemi pevně stanovena a má být dostatečná na pokrytí výrobních nákladů. Prémie má být investována do zlepšení farmářovy, případně zaměstnancovy životní úrovně. V rámci tradiční formy Fair Trade není výkupní cena pevně stanovena, prostředníci však usilují o co nejvyšší cenu, která má minimálně pokrýt producentovy výrobní náklady. V obou případech je tato cena označována jako Fair Price, spravedlivá cena.

Za znevýhodněné producenty jsou považováni takoví farmáři, kteří jsou pro nedostatek informací, kapitálu či zkušeností odkázáni na prostředníky, kteří od nich vykupují za nevýhodných podmínek. Jedná se o farmáře, kteří nemají možnosti své produkty skladovat, tudíž je prodávají ihned po sklizni, kdy jsou ceny nejnižší. Za znevýhodněné jsou rovněž považovány ženy a děti z rozvojových zemí.¹²

1.3 Fair Trade káva

Kromě obecných standardů jsou pro každý produkt v rámci Fair Trade certifikace stanoveny specifické standardy, které musí výrobní družstvo pro udělení certifikace splnit. Produktové standardy se dělí na dvě skupiny – standardy pro družstva malých farmářů a obchodníky s těmito družstvy obchodujícími, a standardy pro firmy se zaměstnanci a obchodníky s těmito firmami obchodujícími. Kávy se týká pouze první skupina standardů; velké kávové plantáže a farmy nadnárodních společností jsou z Fair Trade předem vyloučeny. Za malé farmáře jsou v případě kávy považováni takoví farmáři, kteří nejsou závislí na stálých zaměstnancích a kteří obhospodařují svou farmu zejména vlastní prací a prací farmářovy rodiny.

Standardy upravující obchod s Fair Trade kávou se příliš neliší od standardů upravujících obchod s ostatními Fair Trade výrobky. Hlavní důraz je tak kladen na dlouhodobou spolupráci mezi farmářem a kupujícím, placení minimální ceny a vyplácení Fair Trade prémie (případně vyplácení prémie za kávu s organickou certifikací). Fair Trade obchodník je povinen vyplatit farmářovi 60% z celkové hodnoty kontraktu předem, je-li o to požádán. Jako Fair Trade obchodník, který skupuje od farmářů jejich sklizeň a vyváží ji, funguje často samotné demokratické družstvo farmářů.

¹² Viz Chmelař (2004), kapitola 1.2 - Znevýhodnění.

1.4 Stav bádání

V českém akademickém prostředí není problematika Fair Trade zatím příliš zmapována, což pro mne představuje motivaci tuto problematiku zkoumat. Na toto téma však bylo napsáno již několik bakalářských prací (Chmelař 2004, Silná 2006, Novotná 2008), které poskytují cennou inspiraci.

V cizojazyčné literatuře je v posledních letech problematice Fair Trade věnováno mnoho studií, které se zabývají i negativními aspekty a udržitelností tohoto programu (Murray et al. 2003; Imhof&Lee 2007; Lewin et al. 2007, Berndt 2007 a další). Imhof&Lee (2007) například poukazují na to, že při dostatečném rozšíření podílu Fair Trade kávy na světovém trhu může poklesnout výkupní cena kávy nepocházející z Fair Trade, a tak prohloubit chudobu výrobců nezapojených do Fair Trade. Při rozšiřování Fair Trade výroby jako nástroje boje proti chudobě je tak nutné brát v potaz i dopad na výrobce do Fair Trade nezapojené. Murray et al. (2003) pak ve své studii o dopadech a budoucnosti programu Fair Trade mimo jiné poukazují na nebezpečí plynoucí ze státní podpory Fair Trade – přílišné poskytování vládních úvěrů výrobcům zapojených do Fair Trade může program rozvrátit.

1.5 Fair Trade v České republice

Ačkoli tento obchodní model existuje ve světě již několik desetiletí, v České republice se jedná o poměrně nový fenomén. Fair Trade se však v České republice v posledních letech rychle rozšiřuje, o což usilují zejména Asociace pro Fair Trade, Společnost pro Fair Trade a rozvojové vzdělávání a další menší neziskové a církevní organizace.

V roce 2007 utratili Češi za Fair Trade výrobky zhruba 27 milionů Kč, zatímco v roce 2008 to bylo téměř dvakrát více, 50 milionů Kč.¹³ Obchod s výrobky Fair Trade tak v České republice, podobně jako v ostatních zemích Evropské Unie, dynamicky roste.

Na oficiálních stránkách Společnosti pro Fair Trade a rozvojové vzdělávání nalezneme tyto hlavní cíle hnutí Fair Trade:

„Fair Trade hnutí si klade 6 cílů:

- 1. Zlepšit životní podmínky znevýhodněných výrobců zlepšením jejich přístupu na trh, posílením organizací výrobců, poskytnutím spravedlivých cen za výrobky a zajištěním kontinuity obchodních vztahů.*
- 2. Rozvíjet příležitosti pro znevýhodněné výrobce, zvláště ženy a domorodé obyvatele, a chránit děti před zneužíváním v procesu výroby.*

¹³ <http://www.financninoviny.cz>, 16.1.2009.

3. *Zvyšovat informovanost spotřebitelů o negativním vlivu mezinárodního obchodu na výrobce tak, aby svou kupní sílu mohli využívat pozitivním způsobem.*
4. *Dávat příklad obchodního partnerství skrze vzájemný dialog, respekt a transparentnost.*
5. *Přispívat ke kampaním za změnu pravidel konvenčního mezinárodního obchodu.*
6. *Chránit lidská práva podporou rozvoje sociální spravedlnosti, environmentálně přijatelného chování a ekonomického zabezpečení.*¹⁴

Zde se tyto cíle pokusím přeložit do ekonomického jazyka za účelem poznání, které z těchto cílů jsou pro mou práci relevantní a dají se podrobit zkoumání:

Ad 1. Fair Trade hnutí usiluje o snížení chudoby farmářů pocházejících z chudých zemí, a to nikoli pomocí charity, nýbrž pomocí modelu alternativního obchodu. Tento obchod je alternativní v tom smyslu, že podnikatelský subjekt, zde Fair Trade organizace, se vzdává části či celého zisku ve prospěch svého dodavatele, zde chudého farmáře. Tento podnikatelský subjekt svého dodavatele rovněž podporuje formou zajištění proti výkyvům tržní ceny, poskytováním úvěrů, platbou předem a dlouhodobou povahou uzavřených smluv.

Ad 2. Fair Trade se zaměřuje na konkrétní lidi v konkrétních zemích a podmínkách. Certifikační standardy vydávané organizací FLO z procesu certifikace některé skupiny předem vylučují. Jedná se zejména o dělníky a farmáře pracující na velkých plantážích a o vlastníky farem, kteří nechtějí přijmout demokratickou strukturu družstva. Děti ve věku do 15 let jsou z Fair Trade rovněž předem vyloučeny, ačkoli je tato skupina považována za znevýhodněnou a chudobou obzvláště ohroženou.

Ad 3. Fair Trade organizace pořádají pravidelně různé osvětové akce, kampaně za boj proti chudobě a za změnu ve stávající podobě mezinárodního obchodu apod. Zmínka o pozitivním využívání kupní síly je sporná – hnutí Fair Trade zde předpokládá, že zakoupení výrobku značky Fairtrade je vždy efektivnějším způsobem snížení chudoby než použití dané kupní síly jiným způsobem. To však, jak rozvedu dále v textu, nemusí být vždy samozřejmostí.

Ad 4. Tento bod nepovažuji za relevantní pro tuto práci.

Ad 5. Viz bod 3.

Ad 6. Mimo snižování chudoby usiluje Fair Trade i o ochranu životního prostředí, například pomocí omezení či úplného zákazu používání pesticidů a jiných chemikálií. Ochranou životního prostředí se v této práci zabývat nebudu, ačkoli místy budu věnovat pozornost regulaci způsobu výroby Fair Trade výrobků.

¹⁴ <http://www.fairtrade.cz>, 3.1.2009

2. Rakouská škola ekonomie

2.1 Historie

Za zakladatele rakouské školy ekonomie bývá označován Carl Menger, který ve druhé polovině devatenáctého století oživil myšlenky francouzských *laissez-faire* ekonomů Jeana Baptisty Saye a Frédérica Bastiata. Menger položil základy této školy ekonomie přeformulováním teorie hodnoty. Ekonomická hodnota vychází dle Mengera ze subjektivního hodnocení jedince, což znamená, že statek má takovou hodnotu, do jaké míry uspokojuje jedincovu potřebu. Menger také poprvé plně vyložil teorii mezního užitku, která praví, že čím více vlastní člověk jednotek určitého statku, tím menší hodnotu připisuje každé další (mezní) jednotce tohoto statku. Teorie mezního užitku umožnila poprvé vysvětlit například zdánlivý paradox, proč jsou diamanty hodnotnější než voda, ačkoli voda je nezbytná k životu, zatímco diamanty nikoli. Dle této teorie je tomu tak proto, že mezní užitek dodatečné jednotky vody je, za předpokladu že netrpite zrovna žízní, mnohem nižší než mezní užitek dodatečného diamantu. Menger, a po něm i celá rakouská škola, pojímal ekonomii jako součást vědy o lidském jednání, neboli praxeologie. Mengerův následovník, Eugen von Boehm-Bawerk, vyvracel ve své době populární marxistické teorie týkající se kapitálu a mezd. Boehm-Bawerk také poukazoval na nutnost užívání abstraktní generalizace v metodě ekonomické vědy, čímž se vyhroňoval vůči německé historické škole, která kladla největší důraz na sběr empirických důkazů pomocí historie a statistiky.¹⁵

Ludwig von Mises vyslovil před první světovou válkou teorii hospodářského cyklu, která vysvětluje opakující se hospodářské recese a krize. Mises ve svých dílech poukazoval na to, proč socialismus odsuzuje společnost k chaosu – socialističtí plánovači, kteří nejsou vedeni tržními cenami založenými na existenci soukromého vlastnictví výrobních faktorů, nebudou schopni ekonomické kalkulace a výrobní faktory tak v socialismu nemohou být nikdy efektivně alokovány¹⁶. Misesova argumentace ve prospěch svobodného trhu zaujala ve své době některé nadšené příznivce socialismu, včetně pozdějšího nositele Nobelovy ceny F.A.Hayeka. Mises, podobně jako Boehm-Bawerk, vedl spor s německou historickou školou, v rámci kterého obhajoval deduktivní metody v ekonomické vědě. Tuto metodu později nazval praxeologií. Roku 1949 vydal Mises své vrcholné dílo *Human Action*¹⁷, které je uceleným pojednáním o ekonomii.

F.A.Hayek je široké veřejnosti znám především díky svému dílu *Road to serfdom*¹⁸ ve kterém vysvětlil, proč socialismus zákonitě vede k otročké

¹⁵ Boehm-Bawerk 1891.

¹⁶ Mises 1994.

¹⁷ V českém překladu *Lidské jednání: pojednání o ekonomii*, Praha 2006.

¹⁸ V českém překladu *Cesta do otroctví*, Praha 1990.

společnosti. Za Hayekovo vrcholné dílo se dá označit *Law, legislation and liberty*¹⁹, což je rozbor fungování svobodné společnosti založené na demokratickém, liberálním státě. Z uvedeného je patrné, že Hayek nebyl pouze ekonomem, nýbrž i politickým filosofem.

Za neústupného zastávce lidské svobody se dá označit Murray N. Rothbard, student Ludwiga von Misesa. Jedno z Rothbardových ústředních děl *Man, Economy and State*²⁰ je do značné míry inspirováno Misesovým *Human Action*. Rothbardovy práce jsou obhajobou čistého kapitalismu a svobodné společnosti, ve které neexistuje žádný stát, protože ho není třeba. Rothbard tak na rozdíl od svých předchůdců není liberálem, který připouští nutnost některých „základních“ funkcí státu²¹, nýbrž anarchokapitalistou. K anarchokapitalistickému přesvědčení dospěl Rothbard na základě důsledného studia *laissez-faire* ekonomie a úplného pochopení teorie ordinálního mezního užítku a principu demonstrování preferencí (tj. že jedincovy preference se dají spolehlivě poznat pouze na základě vykonaného aktu jednání). Je-li totiž lidský užitek neměřitelný a nesrovnatelný a jedincovy preference se plně projevují pouze při dobrovolné interakci, je jediným uspořádáním, které vede k maximalizaci užítku, společnost založená na principu trhu, nenarušovaném státními zásahy.

V současné době je hlavním šířitelem myšlenek rakouské školy ekonomie instituce Ludwig von Mises Institute, kterou založili M.N.Rothbard a Llewellyn H. Rockwell, Jr. v osmdesátých letech 20. století. V českém prostředí má velkou zásluhu na šíření těchto myšlenek Liberální institut, který od svého vzniku v roce 1989 vydává české překlady rozličných liberálně zaměřených děl. Liberální institut však není zaměřen pouze na rakouskou školu ekonomie a mezi jeho publikace tak například patří i české překlady děl Milтона Friedmana, příslušníka tzv. chicagské monetární školy. Za nejvýznamnějšího představitele rakouské školy ekonomie se dá v českém prostředí považovat Prof. Ing. Josef Šíma, Ph.D., který v současné době (tj. od roku 2008) působí jako vedoucí katedry institucionální ekonomie NF VŠE v Praze, vyučuje na Vysoké škole CevroInstitut a na University of New York in Prague.

¹⁹ V českém překladu *Právo, zákonodárství a svoboda. Nový výklad liberálních principů spravedlnosti a politické ekonomie*, Praha 1994

²⁰ V českém překladu *Zásady ekonomie*, Praha 2005.

²¹ Např. Hayek považuje za oprávněné funkce vlády prosazování práva, obranu před vnějšími nepřáteli, a poskytování některých kolektivních statků (ovšem s tou podmínkou, že se za pomoci legislativy neuzavře vstup do daného odvětví soukromým subjektům). (Hayek 1994)

2.2 Metodologie

2.2.1 Metodologický individualismus

Za základní kámen rakouské ekonomické teorie se dá považovat axiom lidského jednání, tedy účelového chování. Praxeologie, věda o lidském jednání, jejíž je ekonomie nejrozvinutější součástí, považuje existenci lidského jednání za základní axiom. „*Skutečnost, že všechny lidské bytosti jednají, vyplývá z jejich podstaty coby lidských bytostí a dále z toho, že existují. Nelze si vůbec představit lidské bytosti, které nejednají účelově a nezaměřují se na cíle, jejichž naplnění si přejí. Entity, které by nejednaly, nechovaly se účelově, bychom již nadále neoznačovali za lidi.*“²² Z tohoto axiomu se dají vyvodit další charakteristiky lidského jednání – jednou z prvních takových charakteristik je, že jednat může pouze jedinec. Jednání skupiny či státu jako nezávislé entity je tedy nemyslitelné. Důraz na jednajícího jedince se nazývá metodologický individualismus.

2.2.2 Metodologický subjektivismus

Jak již bylo řečeno, rakouská škola vychází ze subjektivní teorie hodnoty. Každý člověk jedná na základě subjektivní preferenční škály. Každý akt jednání je ze strany člověka činěn se záměrem maximalizovat svůj *ex ante* (očekávaný) užitek. Tento užitek je neměřitelný, protože „*psychologické veličiny nelze měřit, neboť neexistuje jejich objektivně extenzivní jednotka – nutný předpoklad měření.*“²³ Užitek nelze podrobit žádným matematickým operacím, protože vychází ze subjektivního hodnocení každého jedince. „*Hodnoty nebo hodnocení nelze sčítat. Lze sčítat ceny vyjádřené v penězích, ale nikoli preferenční škály. (...) Hodnotový soud nikdy nespočívá v ničem jiném než v upřednostnění a před b.*“²⁴ Důraz na subjektivní hodnocení, které je pro každého jedince unikátní, se nazývá metodologický subjektivismus.

2.3 Teorie mezilidského jednání

Existují v zásadě dva způsoby, jak k sobě mohou jednotliví lidé vzájemně přistupovat – dobrovolně či násilně. Tyto dva protipóly mezilidské interakce nazývá Rothbard (2005:1) tržní a hegemonský princip (viz Příloha č.2). Tržní princip je charakteristický vzájemně dobrovolnou a výhodnou směnou, zatímco hegemonský princip je charakteristický donucením či vykořisťováním, při kterém jedna strana takového vztahu získává na úkor strany druhé.

U každé dobrovolné mezilidské směny existuje dvojí nerovnost hodnot – směna nastává proto, že oba účastníci směny si cení více statků, které získávají, než kterých se vzdávají. Cílem směny, stejně jako každého jiného jednání, je maximalizovat duševní výnos, přičemž jednající sleduje, zda duševní výnos

²² Rothbard 2005:1, str.1.

²³ Rothbard 2005:2, str. 29.

²⁴ Mises 2006, str. 306.

z jednání převyšuje duševní náklady a přináší tak duševní zisk. Z uvedeného je vyvoditelné, že prodávající vždy preferuje vyšší prodejní cenu za své statky, přičemž kupující preferuje nižší cenu za kupované statky. Je pravda, že člověk může preferovat nákup „stejného“ statku za vyšší cenu od přítele než od cizího člověka. V takovém případě se ovšem nejedná o stejný statek, protože „statek není definován svojí fyzickou charakteristikou, ale stejnou užitečností svých jednotek pro jednajícího.“²⁵ Rakouská ekonomická teorie založená na metodologickém subjektivismu tak umožňuje vysvětlit zdánlivě „neekonomické“ altruistické jednání, kterým je například příspěvek na charitu.

Trh je souhrnným termínem pro veškeré dobrovolné směny v lidské společnosti. Tržní konkurence je procesem objevování nových a lepších cest při alokaci zdrojů. Rakouská škola tedy odmítá statický model dokonalé konkurence, který nebere v úvahu existenci nejistoty, nevědomosti (která nemůže být snížena záměrným hledáním informací) a nerovnovážnou povahu reálného trhu. Na základě teorie dokonalé konkurence a přesvědčení, že určitá míra tržní koncentrace vede k mylné alokaci zdrojů a poškozování spotřebitele, je založena většina dnešního protimonopolního zákonodárství. Jak však ukazují rakouští ekonomové, protimonopolní politika trestá spíše efektivní a inovativní firmy. Rakouští ekonomové také poukazují na to, že jediným smysluplným vymezením monopolu je právní ochrana určitého jedince či skupiny před vstupem ostatních konkurentů do daného odvětví.²⁶

Jedním z hlavních argumentů rakouských ekonomů v rámci kritiky umělých zásahů do fungování trhu je ten, že jedinec či skupina jedinců nemůže mít nikdy dostatek relevantních informací ke kvalifikovanému zásahu. Jediným relevantním nositelem informací v ekonomice je cenový systém, který poskytuje spotřebiteli a výrobcí pouze takovou část informací, kterou potřebují.

Proto, aby cenový systém přinášel použitelné informace, musí být ceny stanovovány svobodně, na trhu, a mít svůj základ v soukromém vlastnictví. Soukromé vlastnictví je dle rakouských ekonomů základní podmínkou funkční ekonomiky. Rakouští ekonomové odmítají konvenční definice „tržních selhání“ a „veřejných statků“. *„Rakušané poukazují na to, že je nemožné zjistit, zda trh selhává či ne bez existence nezávislého testu, kterým jsou pouze individuální akty jednání. Trh sám je jediným dostupným kritériem pro určení toho, jak mají být zdroje využity.“*²⁷

²⁵ Rothbard 2005:1, str. 71.

²⁶ Viz Armentano 2000, Kirzner 1998.

²⁷ Překlad autora, původní text z Rockwell 1992, str.6.

V této práci budu hodnotit Fair Trade očima rakouské ekonomie. Hodnocením Fair Trade míním sledování toho, nakolik jsou metody používané tímto hnutím a důsledky těchto metod v souladu s proklamovanými cíli Fair Trade. Základními východisky pro mne při tomto hodnocení budou následující tvrzení, která jsou odvozena z rakouské ekonomické teorie:

- Dobrovolná mezilidská směna zvyšuje *ex ante* užitek pro všechny zúčastněné strany.
- Společnost založená na dobrovolných mezilidských směnách, tj. tržní společnost, je nejvhodnějším uspořádáním pro přeměnu užitku *ex ante* na *ex post*. Tržní uspořádání společnosti je tedy nejefektivnějším uspořádáním pro obecné snižování chudoby.
- Společnost fungující na tržním principu není dokonalým uspořádáním, je však nejlepším dostupným uspořádáním. Na trhu dochází k chybám, pravděpodobnost výskytu těchto chyb je však oproti společnosti fungující na hegemonickém principu minimalizována.
- Každý akt lidského jednání má své náklady. Jedná se zejména o náklady obětované příležitosti; člověk vždy volí mezi různými možnostmi a vybírá takovou, která maximalizuje jeho *ex ante* užitek.
- Preference určitého jedince můžeme poznat pouze z vykonaného aktu jednání.

2.4 Rakouská škola a Fair Trade

Ekonomové rakouské školy, pokud je mi známo, se fenoménem Fair Trade zatím příliš nezabývali. Prof. Šíma se roku 2005 k této problematice vyjádřil v rozhlasovém pořadu *Studio 2010* stanice Český rozhlas 2. Fair Trade je dle prof. Šímy nebezpečný, protože se v jeho rámci aplikují standardy výroby vyspělých zemí na způsoby výroby v zaostalých zemích (jmenovitě zákaz dětské práce²⁸). „*To, že dnes děti u nás nepracují, není kvůli tomu, že bychom provozovali nějakou doktrínu spravedlivého obchodu, ale protože si můžeme dovolit, aby děti nepracovaly. (...) Já bych přál rozvojovým zemím mnohem více globalizace (...), aby se během několika málo let těšily takové životní úrovni, jako se těšíme my.*“²⁹

Ačkoli z pera rakouského ekonomy zatím nevyšla žádná studie týkající se Fair Trade, lze na oficiálních internetových stránkách Mises Institutu najít krátké články, ve kterých se autoři k této problematice vyjadřují. Jeffrey Tucker³⁰ se tak ptá, zda nejsou v zemích s chronickou nezaměstnaností vhodnějším nástrojem v boji proti chudobě klasické plantáže poskytující práci více lidem za nižší mzdy než Fair Trade farmy zaměstnávající méně lidí za vyšší

²⁸ Který ovšem není výhradní doménou Fair Trade modelu, nýbrž spíše mezinárodních organizací typu OSN a jimi vydávaných dokumentů, na kterých Fair Trade staví některé své standardy.

²⁹ Rozhlasový rozhovor s J. Šímou „Studio 2010“, 2005.

³⁰ Jeffrey Tucker (2004), <http://blog.mises.org/archives/001843.asp>, 13.2.2009.

mzdy. Art Carden³¹ poukazuje na to, že zvyšující se poptávka po Fair Trade výrobcích často znamená přesunutí poptávky z ne-Fair Trade odvětví a tím i snížení mezd pracovníků těchto ne-Fair Trade odvětví. Výsledná úroveň chudoby se tak pravděpodobně nezmění; jedni zbohatnou, druzí zchudnou.

Problematika Fair Trade stojí prozatím na okraji zájmu rakouských ekonomů dle mého názoru proto, že se jedná především o model obchodu založený na dobrovolnosti. Kritika rakouské ekonomie je nejčastěji směřována politickým zásahům do fungování trhu, tj. regulacím, protekcionistickým opatřením, centrálnímu bankovníctví; jinými slovy je tato kritika směřována výskytům hegemonického principu ve společnosti. Jak se však pokusím ukázat v poslední kapitole této práce, Fair Trade začíná být pro rakouské ekonomy zajímavý i z tohoto hlediska.

V rámci této práce budu zkoumat odděleně Fair Trade jako hnutí založené na dobrovolnosti, kterému bude věnována většina práce, a Fair Trade jako politicky vynucovaný koncept, na nějž se zaměřím v poslední kapitole.

³¹ Art Carden (2005), <http://mises.org/story/1707>, 13.2.2009.

3. Mezinárodní obchod s kávou

Trh s kávou je náchylný k opakujícím se propadům a růstům cen, které jsou v největší míře způsobeny proměnlivým počasím. Nabídka kávy je poměrně neflexibilní, protože kávové keře přinášejí plody až po třech až pěti letech. Produkce kávy vyžaduje dlouhodobé kapitálové investice, které nemohou být jednoduše realokovány. Při krátkodobých změnách v ceně kávy se tedy nabídka nemění.

Kávové zemědělství samozřejmě není jediným odvětvím, které čelí náhlým cenovým výkyvům. Podobnými výkyvy je provázena zemědělská produkce obecně. Vhodným prostředkem, jak se proti těmto výkyvům bránit, je využívání zajištění, tj. nákup tzv. futures kontraktů, což je smlouva o prodeji/nákupu určitého zboží v budoucnosti za předem stanovenou cenu. Původ futures kontraktů leží v neochotě nést riziko jedněch lidí, a ochota převzít toto riziko druhých lidí. První skupinou lidí jsou v tomto případě farmáři, zatímco druhou spekulanti. Farmář se zajišťuje prodejem futures kontraktu tehdy, obával-li se pádu ceny svého výrobku. Spekulant koupí futures kontraktu toto riziko přebírá; činí tak proto, že naopak očekává (spekuluje na) zvýšení ceny.

Majitelé velkých plantáží a farem s dostatečnými informacemi a přístupem na trh se pomocí futures kontraktů zajišťují; komoditní káva je jedním z nejobchodovanějších artiklů na světových burzách. Problémem je, že vlastníci malých farem tyto možnosti často nemají, či o nich vůbec neví. Fair Trade a jím vyplácené minimální výkupní ceny tak lze chápat jako snahu o náhradu tohoto tržního nástroje.

Producentké země učinily v minulosti několik pokusů uměle stabilizovat cenu kávy, z nichž nejvýznamnější jsou zřejmě International Coffee Agreements (ICA). ICA jsou od roku 1962 uzavírány mezi zeměmi vyvážejícími a dovážejícími kávu. Do roku 1989 byly v rámci těchto dohod stanovovány vývozní kvóty pro producentké země a obchod s kávou byl podroben kontrole International Coffee Organization (ICO). Tyto dohody byly uzavírány s cílem omezit nabídku kávy a tím zvýšit ceny kávy, z čehož měly profitovat producentké země. Vlády zemí dovážejících kávu tyto dohody uzavíraly se záměrem pomoci vládám a producentům chudších zemí. V případě USA je obecně uváděno, že tyto dohody podporovaly proto, aby se v chudších zemích nedostali k moci komunisté. Od roku 1989 se již v rámci ICA nezavádějí kvóty.

Období dohod ICA je hnutím Fair Trade chápáno jako zlatá éra pro producentké země, zatímco dnešní situace na mezinárodním trhu s kávou je označována za kritickou³².

³² Gresser & Tickel (2002); na tuto práci se více zaměřím v kapitole 7.

4. Teorie

4.1 Obchod místo charity

Model Fair Trade vznikl jako alternativní způsob pomoci chudým lidem v rozvojových zemích. Fair Trade se při svém vzniku vymezoval nejen vůči konvenčnímu obchodu, ale i vůči konvenčnímu způsobu rozvojové pomoci, tj. přímému darování peněžních částek či spotřebních statků. Charita totiž může mít i negativní důsledky v podobě zakonzervování chudoby. Jedná se o jev, který ekonomové zvou Samaritánovo dilema. James Buchanan, ekonom školy veřejné volby, vyslovil tento teorém v sedmdesátých letech dvacátého století. Podstatou samaritánova dilematu je to, že pro příjemce charitativní pomoci bývá nejvýhodnější variantou nepracovat a přijímat dary. Člověk, alespoň jak předpokládá Buchanan (stejně jako rakouská škola), vždy preferuje volný čas před prací. Jeho užitek je tedy maximalizován za stavu, kdy nepracuje a má zajištěný příjem.

Představitelé hnutí Fair Trade zřejmě chápou podstatu samaritánova dilematu, jelikož jedním z jejich hesel je „trade not aid“, tedy obchod místo rozvojové pomoci³³. To ovšem neznamená, že by hnutí Fair Trade usilovalo o co nejrychlejší liberalizaci obchodu. Fair Trade organizace sice upozorňují na negativní dopady protekcionismu a zemědělských subvencí na životní podmínky obyvatel rozvojových zemí, na druhou stranu však některé protekcionistické praktiky prosazují (viz kapitola 7). Hnutí Fair Trade usiluje o snížení chudoby prostřednictvím obchodu s konkrétními lidmi.

4.2 Fair Trade a spotřebitelovo dilema

Otázkou je, nakolik je tento model obchodu ve snižování chudoby efektivní. Zvýšení poptávaného množství po Fair Trade kávě představuje snížení poptávaného množství po ne-Fair Trade kávě. Hnutí Fair Trade v rámci své osvěty nenabádá spotřebitele k tomu, aby kromě konvenční kávy nakupovali rovněž Fair Trade kávu, nýbrž aby z nakupování konvenční kávy přešli na nakupování Fair Trade kávy. Tato osvěta je někdy až tak účinná, že některé církevní instituce výrobky nepocházející z Fair Trade otevřeně bojkotují. „*V mé diecézi jsem se například setkal s tvrzením, že nekupování fairtrade výrobků je hříchem horším než krádež.*“³⁴

³³ Je však nutno dodat, že hnutí Fair Trade není v tomto ohledu úplně konzistentní. Fair Trade Advocacy Office tak například ve svém Newsletter 10/2008 podporuje návrh přímé podpory Evropské Unie rozvojovým zemím ve výši jedné miliardy euro – článek dostupný na <http://www.fairtrade-advocacy.org/documents/FTAdvocacyNewsletterOctober08.pdf>, 14.2.2009.

³⁴ Booth 2008, str. 1.

Fairtrade Foundation spustila v roce 2000 kampaň s názvem „Fairtrade town“, v rámci které tato organizace oceňuje města za nahrazování konvenčních výrobků za Fair Trade výrobky.

Pět kritérií pro získání statusu Fairtrade town jsou:

- Místní úřad přijme rezoluci ohledně podpory Fair Trade výrobků a souhlas s podáváním těchto výrobků v místech veřejné správy.
- Fair Trade výrobky se v daném městě již prodávají.
- Místní instituce (církvní instituce, školy, univerzity atd.) podporují Fair Trade a používají Fair Trade výrobky všude, kde je to možné.
- Obecné povědomí o Fair Trade je zvyšováno místními médii a akcemi.
- Je založena místní Fair Trade skupina, která bude dohlížet na rozšiřování popularity a podpory Fair Trade.³⁵

I v případě, kdy by to nebylo zamýšleným cílem hnutí Fair Trade, představuje nárůst poptávaného množství po Fair Trade kávě vždy pokles poptávaného množství po konvenční kávě. Káva je poměrně specifickým spotřebním artiklem, u nějž se nedá předpokládat, že by jej lidé začali kupovat jen proto, aby pomohli jeho producentům. Jinými slovy žádný spotřebitel pravděpodobně nezačne pít kávu z toho důvodu, že na trh vstoupila jemu sympatická značka. Mnohem pravděpodobnějším předpokladem je ten, že Fair Trade káva nahrazuje kávu nepocházející z Fair Trade. Takovýto přesun poptávky je, jak bylo uvedeno v výše, nazýván „využívání kupní síly pozitivním způsobem“ či „zodpovědné spotřebitelské chování“. Je tento přesun poptávky ovšem vskutku tak pozitivní a zodpovědný?

Na volném trhu dochází k přesunu poptávky od jednoho výrobku ke druhému zcela běžně. Spotřebitelské preference nejsou konstantní, jelikož není konstantní ani subjektivní hodnocení, ze kterého preference vycházejí. Spotřebitelé volí na trhu mezi různými statky s cílem zvýšení svého užitku prostřednictvím uspokojení svých potřeb. V případě Fair Trade výrobků lze však předpokládat, že spotřebitel tento statek nevolí zcela kvůli lepší kvalitě či ceně, nýbrž ze snahy pomoci výrobcům. Jinými slovy by se dalo říci, že Fair Trade výrobky uspokojují tu potřebu, která může být také uspokojena příspěvkem na charitu. V tom případě je ale nutné zjistit dvě věci:

1) je přesměrování poptávky z ne-Fair Trade kávy na Fair Trade kávu pouhým přesměrováním bohatství, či je výsledkem obecné snížení (případně zvýšení) chudoby?

2) není vhodnějším nástrojem ke snížení chudoby a k uspokojení spotřebitelovy „charitativní potřeby“ zakoupení konvenčního výrobku za nižší cenu a darováním zbylé částky charitativní organizaci?

³⁵ Fairtrade towns: The Five Goals, dostupné na http://www.fairtrade.org.uk/get_involved/campaigns/fairtrade_towns/the_5_goals.aspx, 14.2.2009.

Ad 1) To, že lidé přestanou masově kupovat nějaký výrobek a nahradí ho jiným, má za následek pokles ceny nahrazovaného výrobku, pokles zisku (či nárůst ztráty) jeho prodejce a výrobce a konečně i pokles mezd pracovníků podílejících se na jeho výrobě, případně i jejich propouštění. Je-li cílem spotřebitelů snížení chudoby v odvětví kávového zemědělství, nevede k němu cesta přes nahrazení jednoho druhu kávy jiným. Zaměstnanost a mzdy se tak v jednom sektoru zvýší, zatímco v druhém se ekvivalentně sníží. Je tak možné, že se v případě přestupu na Fair Trade kávu pouze změní struktura zaměstnanosti v daném odvětví. Je možné, že dopad tohoto přesunu poptávky nebude mít na výrobce kávy, kterou někteří lidé přestanou kupovat, nijak drastický dopad, zatímco výrobcům Fair Trade kávy tento přesun značně pomůže. Struktura zaměstnanosti v kávovém zemědělství se ovšem může díky přestupu spotřebitele na Fair Trade změnit negativně, tj. celkově se může zaměstnanost v tomto odvětví snížit. Masivní přestup na Fair Trade kávu by totiž mohl znamenat úpadek některých kávových plantáží, které např. v Brazílii poskytují práci mnohem více lidem, než malé farmy, kterým je povoleno vstoupit do Fair Trade.

To, jak negativní či pozitivní dopad svým rozhodnutím spotřebitel může způsobit, se ovšem tento spotřebitel pravděpodobně nikdy nedozví. Spotřebitel, který se rozhoduje mezi stejně kvalitní Fair Trade kávou a konvenční kávou s motivací snížit chudobu producentů kávy, by si měl uvědomit, že produkce ne-Fair Trade kávy rovněž představuje zaměstnanost a mzdy, které, ačkoli se někomu mohou zdát malé, jsou pro dané jedince stále tou nejlepší dostupnou alternativou. Potenciální plně informovaný „zodpovědný“ spotřebitel je tak stavěn před dilema, zda svým nákupem pomoci konkrétním farmářům, jež jsou díky Fair Trade viditelní, či anonymním farmářům, které jsou v rámci konvenčního obchodu spotřebiteli neviditelní.

Ad 2) Zakoupení levnějšího konvenčního výrobku a darování zbylé částky na charitu v sobě může nést již zmíněné Samaritánovo dilema, ovšem ne zákonitě. Některé dnešní formy charity, jako je například adopce dítěte na dálku, jsou mnohem účinnějším způsobem pomoci než prosté darování finanční hotovosti. Adopce dítěte na dálku a koncept Fair Trade spolu v podstatě mají některé rysy společné. Příjemci charitativního příspěvku (ať již je onen příspěvek tak skutečně nazýván či se skrývá pod pojmem spravedlivá cena či Fair Trade prémie) platí dárce za to, že tento příjemce bude dělat to, co po něm dárce chce – v případě adoptovaného dítěte je to např. chození do školy, v případě Fair Trade je to pěstování kávy určitými metodami. Je zde však také jeden podstatný rozdíl – v případě adopce dítěte na dálku se dá předpokládat, že chození do školy je i přáním samotného dítěte a dárce mu toto přání pomáhá uskutečnit. V případě Fair Trade je však od příjemců vyžadováno dělat věci, které by jinak nedělali – například zapojení do demokraticky organizovaného výrobního družstva. V rámci Fair Trade tak vzniká problém nutnosti silnější

kontroly, aby si spotřebitelé mohli být jisti, že jimi zaplacená vyšší částka je použita na to, co tito spotřebitelé chtějí. Možná by tak bylo vhodnější, kdyby o užití Fair Trade prémie nerozhodovalo družstvo formou demokratického hlasování, nýbrž samotní farmáři, mezi které by byla prémie rozdělena. Je možné, že by tito farmáři používali dané peníze na stejné účely, na jaké jsou používány dnes. Je ovšem jisté, že by tyto peníze používali v souladu se svými preferencemi, čímž by maximalizovali svůj blahobyt a snížili tak svou chudobu.

4.3 Odstranění prostředníků

Hnutí Fair Trade často kritizuje úlohu prostředníků v obchodu s kávou a pokládá je za zbytečné až škodlivé. Tito prostředníci však, podobně jako spekulanti, mají svou úlohu. Dělbá práce umožňuje specializaci a maximální efektivnost účastníků trhu. Důvod, proč se výrobci rozhodují přesunout některé činnosti spojené se zpracováním a prodejem výrobku na další strany je existence komparativní výhody. Farmáři pěstující kávu mají pravděpodobně nejlepší znalosti a praxi, a tím i největší efektivitu práce, v pěstování kávy, nikoli v logistice a obchodu. Tento fakt se nemění ani v případě výrobního družstva, jež se rozhodne prostředníky odstranit. Takové družstvo poté může mít velké problémy s vykonáváním funkcí, které dříve vykonávali specializovaní prostředníci.

4.4 Překážky vstupu do Fair Trade

Model Fair Trade a jeho potenciální přínosy nejsou přístupny každému. Základní dokument FLO ohledně certifikace malých farmářů má 31 stran s rozličnými kritérii, které musí uchazeč pro získání certifikace splnit. Jedním z nákladů vstupu do Fair Trade je tak nutnost implementace demokratického zřízení producentského družstva a nutnost udržování transparentních zápisů a účetnictví.

Velké překážky pro vstup do Fair Trade obchodu může vytvářet převis nabídky Fair Trade kávy nad spotřebitelskou poptávkou po tomto produktu. Murray et al. (2003), čerpaje při tom ze zdrojů FLO, uvádí, že vývozní kapacita Fair Trade kávy z jižní Ameriky, Afriky a Asie je zhruba sedmkrát vyšší, než kolik se skutečně vyváží pomocí Fair Trade prostředníků. Tento stav může vést k tomu, že noví zájemci o vstup do Fair Trade budou odmítáni, či jim budou do cesty kladeny různé překážky v podobě nutnosti splnění určitých kritérií či zpoplatnění vstupu do Fair Trade.

4.5 Spravedlivá cena

Koncept „spravedlivé ceny“ zavedl do historie ekonomického myšlení středověký římskokatolický filozof Tomáš Akvinský. Tento myslitel sice

definoval spravedlivou cenu jako cenu tržní, ovšem s podmínkou, že tato cena reprezentuje objektivní hodnotu prodávaného/kupovaného statku. Tento autor se ovšem, na rozdíl od některých jeho intelektuálních následovníků, nikdy nevyslovil pro to, aby se stát či jiná autorita snažila „napravit“ tržní cenu tak, aby bylo dosaženo ceny spravedlivé.³⁶

S vývojem ekonomického myšlení byl mezi seriózními akademiky koncept spravedlivé ceny opuštěn, v laickém a politickém myšlení však mýtus spravedlivé ceny přetrvává. Zákony o minimálních mzdách, cenová regulace, antidumpingové zákony, či zákony o lichvě vycházejí z velké míry z představy, že existuje něco jako objektivně definovatelná spravedlivá cena (založená např. na výrobních nákladech). Označení spravedlivá cena v podání Fair Trade však není takto silně eticky zatíženo³⁷.

Spravedlivou cenu definuje World Fair Trade Organization takto:

„Spravedlivá cena v regionálním či lokálním kontextu je taková, která byla dohodnuta pomocí dialogu a spoluúčasti. Pokrývá nejen náklady produkce, ale také umožňuje produkci, která je sociálně spravedlivá a šetrná k životnímu prostředí. Poskytuje výrobcům spravedlivou mzdu a bere v úvahu princip rovné mzdy za stejnou práci vykonávanou jak muži, tak ženami. Obchodníci zapojení do Fair Trade zajišťují okamžité platby svým partnerům a, kdekoli je to možné, pomáhají výrobcům pomocí přístupu k předběžným platbám za budoucí sklizeň či výrobky.“³⁸

Pro analýzu spravedlivé ceny v podání hnutí Fair Trade je napřed potřeba pochopit význam a proces tvorby cen na trhu. Peněžní ceny³⁹, jak se můžeme dočíst ve většině ekonomických učebnic, se ustanovují na základě střetu nabídky a poptávky. Co to však znamená? Znamená to, že při každé směně se setkávají lidé s odlišnými preferenčními škálami, kteří chtějí směnit statek, který leží na jejich škále níže, za statek, který leží na této individuální škále výše. Při každé dobrovolné transakci si tak obě strany přirozeně cení více statku, který získávají, než statku, který ztrácejí. Rakouská škola ekonomie přijímá tedy jako jediné smysluplné ceny ty, které vznikají na trhu při uzavírání dobrovolných smluv. *„Představa „spravedlivých“ cen postrádá jakýkoli vědecký význam; jsou to maskovaná přání, usilování o stav věcí, který se liší od reality. Tržní ceny jsou plně určovány hodnotovými soudy lidí, kteří skutečně jednají.“⁴⁰* Tržní ceny jsou tedy takové ceny, při kterých obě strany ze směny získávají, což demonstrují

³⁶ Vance 2008, <http://mises.org/story/2918>, 16.2.2009.

³⁷ Ačkoli, jak jsem uvedl výše, považují model Fair Trade některé církevní instituce za jediný přijatelný model obchodu, který je v souladu s křesťanskou morálkou.

³⁸ Překlad autora, původní text dostupný na www.ifat.org, 11.1.2009.

³⁹ A vlastně jakékoli ceny. Ve společnosti, kde existuje pouze přímá směna, jsou ceny vyjádřeny v poměrech směňovaného zboží. Tj. směňují-li dva lidé jednoho koně za dvě krávy, znamená to, že tržní cena krávy činí při této transakci půl koně a kůň má cenu dvou krav. Viz např. Rothbard 2005:1, kapitola 2: Přímá směna.

⁴⁰ Mises 2006, str. 304.

tím, že do směny dobrovolně vstupují. Umělé zasahování do těchto cen (nejčastěji ze strany státu) způsobuje na trhu nerovnováhu v podobě přebytku v případě stanovení minimální ceny, či v podobě nedostatku v případě stanovení cenového stropu.

Tržní proces, tvořený rozhodnutími a akcemi jednajících jedinců, určuje a) ceny a množství prodaných zdrojů, b) množství alokovaných zdrojů v různých výrobních odvětvích, c) ceny a množství vyrobených a prodaných výrobků.⁴¹ Ceny jsou tedy důležitým ukazatelem pro výrobce i spotřebitele, pomocí nichž získávají informace týkající se toho, jak mají jednat. Zvýšení ceny určitého statku motivuje výrobce ke zvýšení výroby. Na trhu stojí za zvýšením ceny zpravidla vyšší nabídka či nižší poptávka. V případě Fair Trade tomu tak úplně není. Fair Trade prostředník není konečným spotřebitelem ani podnikatelem v pravém smyslu – tj. spekulantem usilujícím o co nejlevnější nákup a co nejdražší prodej. Fair Trade prostředník je v podstatě podnikatelem, který se vzdává svého peněžního zisku ve prospěch výrobce. To však nemění nic na tom, že se tento poptávající bude muset vyrovnat s důsledky, které jím nabízená cena, která je vyšší než cena tržní, zákonitě vyvolá. Tyto vyvolané důsledky by měly být stejné, jako v případě stanovení minimální ceny, tj. zvýšení nabízeného množství a snížení poptávaného množství.

V další kapitole se pokusím podložit toto teoretizování empirickými důkazy.

⁴¹ Kirzner 1963.

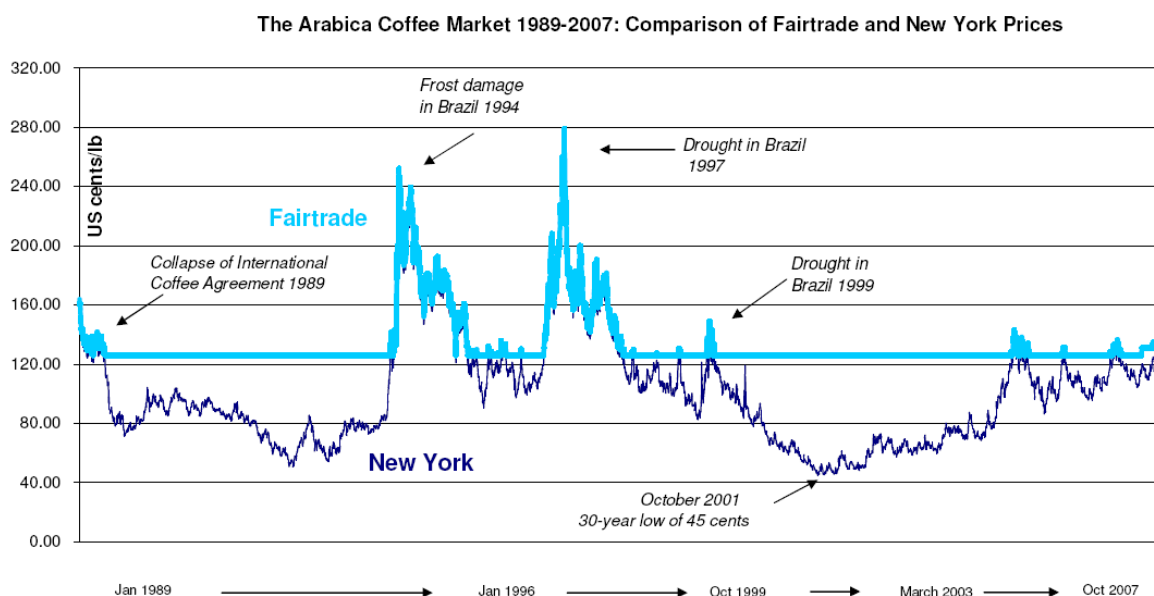
5. Empirie

5.1 Spravedlivá cena

Důležitost minimálních výkupních cen u kávy zdůvodňuje hnutí Fair Trade především tím, že trh s kávou je nestabilní a podléhá častým cenovým výkyvům (viz kapitola 3).

U kávy, což je nejdůležitější obchodní artikl v rámci Fair Trade⁴², je stanovena minimální výkupní cena a další vyplácené prémie následovně. Minimální výkupní cena pro kávu typu Arabica činí 121 centů⁴³ za libru⁴⁴, pro kávu typu Robusta je to 105 centů za libru. K této minimální ceně může producent získat prémii ve výši 10 centů za libru. Je-li tržní cena kávy vyšší než tato minimální cena, stanoví se výkupní cena tak, že se vezme tržní cena⁴⁵, ke které se přičte 10 centů. Za kávu v kvalitě bio dostává producent o 20 centů více. Výkupní cena kávy v rámci Fair Trade by tak vždy měla být vyšší než cena tržní.

V letech 1999-2007 tak trh s kávou typu Arabica vypadal takto:



(zdroj: <http://www.fairtrade.net/coffee.html>, 17.1.2009)

⁴² „Káva se od svého uvedení mezi FT artikly v roce 1973 stala vůbec tím neúspěšnějším a někdy je považována za symbol celého FT hnutí.“ (Chmelař 2004, str. 27)

⁴³ Ceny jsou uváděny v amerických dolarech.

⁴⁴ 1 libra=0,4536 kg.

⁴⁵ Pro kávu typu arabica se tržní cenou v rámci Fair Trade myslí denní konečná cena kávy „C“ dle NY Board of Trade. U kávy typu robusta se tržní cena určuje na základě indexu LIFFE. (www.fairtrade.net, 2.1.2009)

Na základě tohoto grafu je vidět, že výkupní cena Fair Trade kávy je vždy vyšší než cena tržní, je-li srovnávána s burzovní cenou kávy typu Arabica. Takto nadhodnocená výkupní cena může na trh lákat více producentů, než by tomu bylo při existenci jediné, tržní ceny.

Problematicčnost dvojích cen na trhu připouštějí i příznivci Fair Trade. „*Principu minimální ceny lze vytknout, že v případě jejího aktivování je vyřazen stimul snižovat nadměrnou nabídku na úroveň poptávky.*“⁴⁶
„*S tím, jak roste podíl Fairtrade na trhu, bude zapotřebí systém Fairtrade změnit tak, aby byl flexibilnější při nabídkových šocích. Po dosažení určitého podílu na trhu bude možná i zapotřebí opustit mechanismus cenového prahu.*“⁴⁷

5.1.1 Studie: Imhof & Lee (2007)

V této studii zkoumali autoři bolivijský trh s kávou a situaci farmářů do Fair Trade zapojených i nezapojených. Autoři se snažili ve své práci analyzovat dopady existence Fair Trade organizací a jimi nabízených cen na lokální i světový trh.

Imhof & Lee (2007) nejprve analyzují, jaký efekt má vstup Fair Trade prostředníka na trh. Není-li na trhu žádný Fair Trade prostředník, farmář zvyšuje produkci kávy do té doby, dokud se mezní náklady dalšího rozšíření produkce nerovnájí meznímu příjmu z tohoto rozšíření. Stejně se rozhoduje i prostředník⁴⁸, který vykupuje kávu do té doby, dokud se jeho mezní náklady nerovnájí mezním příjmům⁴⁹. Na trhu se tak vyskytuje tendence k dosažení rovnováhy. Vznikne-li poté Fair Trade družstvo, které začne nabízet vyšší než tržní cenu těm farmářům, kteří se do družstva zapojí, a prodají-li tito zapojení farmáři veškerou produkci na Fair Trade trhu, dojde k poklesu nabídky na klasickém (ne-Fair Trade) trhu. V tomto případě, *ceteris paribus*, dojde k nárůstu tržní výkupní ceny, protože tržní poptávka nebude moci být uspokojena tržní nabídkou (někteří farmáři totiž vstoupili do Fair Trade družstva a začali prodávat na jiném trhu). V tomto ideálním případě tedy Fair Trade prospívá všem (samozřejmě kromě tržního prostředníka, který nyní musí platit vyšší výkupní cenu, chce-li nakupovat stejné množství kávy jako dříve). Dojde-li však mezitím z nějakého důvodu k dostatečnému poklesu světové tržní ceny, mohou na tom být farmáři prodávající za tržní ceny hůře, protože negativní efekt snížené poptávky převáží nad pozitivním efektem snížené nabídky. Také se může stát to, že se vznikem Fair Trade družstva se zvýší mezní náklady tržního prostředníka a následně klesne jím poptávané množství, a tím dojde k poklesu tržní výkupní ceny. Mezní náklady tržního prostředníka stoupnou proto, že nyní má při nezměněné poptávce k dispozici menší nabídku. To znamená, že aby

⁴⁶ Chmelář 2004, str. 36.

⁴⁷ Překlad autora, původní text z Nicholls 2005, str. 9.

⁴⁸ Kterého zde Imhof & Lee chápou jako monopsonistu, tedy jako jediný subjekt na straně poptávky.

⁴⁹ Pro zjednodušení analýzy zde Imhof & Lee jako jediné variabilní náklady uvažují nákup dodatečné (mezní) libry kávy, přičemž náklady zprostředkovatele na zaměstnance, zpracování a dopravu považují za fixní.

zbývající farmáři uspokojili nezměněné poptávané množství (které je nyní vyšší než nabízené množství), musí každý produkovat více. K tomu, aby produkovali více, musejí být motivováni tržním stimulem, tj. vyšší výkupní cenou. A vyšší výkupní cena znamená pro tržního prostředníka vyšší mezní náklady. Tyto operace ovšem nemají žádný vliv na světovou tržní cenu, což znamená, že tržní prostředník bude muset pro zachování příjmu z mezního produktu snížit své poptávané množství.⁵⁰

V předchozích příkladech uvažovali Imhof & Lee(2007) o stavu, kdy vznik Fair Trade družstva nevyvolá nárůst nabízeného množství kávy, tj. kdy Fair Trade družstvo vykoupí od farmářů v tomto družstvu zapojených veškerou produkci. Jak však poznamenává Lewin et Al. (2004), pouze okolo 20% světové produkce kávy vypěstované za Fair Trade podmínek je nakonec prodáno za Fair Trade výkupní ceny. V případě, kdy vznik Fair Trade družstva vyvolá růst nabízeného množství⁵¹, kteréžto není Fair Trade trh schopen absorbovat, dojde k růstu nabízeného množství na klasickém trhu. Nezvýší-li se zároveň na klasickém trhu poptávané množství, dojde k poklesu tržní výkupní ceny. Jak ovšem podotýkají Imhof & Lee (2007), Fair Trade obchodníci často zprostředkují prodej tohoto zvýšeného množství na světovém, nikoli lokálním trhu. Nedojde tak k poklesu lokální tržní ceny, nýbrž ceny světové. S rozšiřováním celkového podílu Fair Trade na světovém trhu však může tento prodej nadbytečného množství vést k postupnému propadu světové tržní ceny. Příklad: řekněme, že všechna káva vyrobená podmínkách Fair Trade tvoří 10% celosvětové nabídky kávy. Z toho bude 20% prodáno v rámci Fair Trade, 80% bude prodáno na světovém trhu. To znamená, že nabízené množství ne-Fair Trade kávy se zvýší o 8%, což povede k nižším cenám, snížené nabídce tržních prostředníků pro prodej na světovém trhu, snížené poptávce tržních prostředníků po ne-Fair Trade kávě, a konečně k nižším výkupním cenám ne-Fair Trade kávy. V současné době je podíl Fair Trade kávy na světovém trhu cca 1%⁵², stabilně se však zvyšuje⁵³.

Z uvedeného je tedy patrné, že placení tzv. spravedlivé ceny, jak ji chápe hnutí Fair Trade, nemusí vždy vést k obecnému snížení chudoby mezi pěstiteli kávy. Naopak může za určitých okolností vést k obecnému zvýšení chudoby v této oblasti.

5.1.2 Studie: Berndt (2007)

Autorka této studie analyzovala situaci pěstitelů kávy v Costa Rice a Guatemale. Ve své studii pohlíží na trh s Fair Trade kávou a minimální výkupní

⁵⁰ Imhof & Lee 2007, str. 66-68.

⁵¹ Což pravděpodobně vyvolá, protože vyšší výkupní cena placená v rámci Fair Trade podněcuje zapojené farmáře k rozšíření výroby a ke vstupu dalších farmářů do tohoto systému obchodování.

⁵² Dle Imhof & Lee (2007) činil roku 2007 tento podíl 0,87%.

⁵³ V letech 2004-2007 činil průměrný meziroční procentní nárůst celkového množství prodané Fair Trade kávy 37%, viz <http://www.fairtrade.net/coffee.html>, 5.1.2009.

cenu nabízenou Fair Trade organizacemi z jiného úhlu než většina autorů analyzujících Fair Trade.

Imhof & Lee porovnávali v předchozí studii minimální cenu placenou výrobcům kávy v rámci Fair Trade tak, jak to činí hnutí Fair Trade, tj. se světovou cenou kávy typu Arabica a Robusta. Berndt (2007) ovšem uvádí, že na světovém trhu s kávou se dají odlišit dva specifické trhy – trh s komoditní kávou a trh s odrůdovou kávou. Komoditní káva, známá také jako káva „C“, se obchoduje na světových burzách, a to jako typ Arabica, či jako typ Robusta. Minimální výkupní cena Fair Trade kávy se stanovuje na základě těchto dvou typů komoditní kávy. Komoditní káva není rozlišována na základě původu či způsobu pěstování, je chápána a obchodována jako homogenní produkt. Různé typy odrůdové kávy jsou však ceněny pro svou unikátnost a nezaměnitelnost. Berndt (2007) uvádí, že většina Fair Trade kávy pěstované v Costa Rica, Guatemale a v centrální Americe obecně je kvalitou srovnatelná s odrůdovou kávou, nikoli s kávou komoditní. Srovnáme-li tedy cenu Fair Trade kávy s cenou odrůdové, nikoli komoditní kávy, dostaneme poněkud odlišný graf, než jaký je k nalezení v oficiálních Fair Trade materiálech:



(zdroj: Berndt (2007), str. 21; vysvětlivky: Exchange=cena komoditní kávy, Specialty=cena odrůdové kávy)

Takovýto pohled na trh s kávou zásadně mění pohled na výkupní cenu v rámci Fair Trade, protože srovná-li se cena Fair Trade kávy s cenou obdobné kvality, nikoli s kávou kvality menší, zjistíme, že tržní cena může být ve většině případů vyšší než Fair Trade cena.

Dle Berndt (2007) způsobuje existence cenového prahu a převis nabídky Fair Trade kávy nad poptávkou stav, kdy je jako Fair Trade prodávána káva o

horší kvalitě, zatímco kvalitnější káva je prodávána za tržní cenu. V rámci Fair Trade totiž neovlivňuje kvalita kávy výkupní cenu, zatímco na trhu ano. Káva od všech farmářů je v rámci jednoho Fair Trade sdružení zpracovávána společně, čímž se vytváří problém tzv. černého pasažéra.

Srovnávání Fair Trade kávy s cenou komoditní kávy je dle mého názoru omylem také proto, že kávu odpovídající kvalitou komoditní kávě je efektivnější pěstovat na velkých plantážích, jejichž výhoda leží v úsporách z rozsahu, podobně jako je tomu u jiných druhů zemědělských plodin. Jak uvádí samotné hnutí Fair Trade, „malí farmáři mají často potenciál pěstovat velmi kvalitní kávu, protože mohou být mnohem opatrnější při sbírání zralých plodů než pracovníci velkých, mechanizovaných plantáží.“⁵⁴

5.2 Odstranění prostředníků

Weber (2006) ve své studii podotýká, že to, který producent vstoupí do Fair Trade a bude mít užitek z vyšší výkupní ceny, závisí především na producentské organizaci, které je producent členem. Fair Trade tím, že z procesu dopravy produktu od výrobce k zákazníkovi vylučuje prostředníky, přesouvá prostřednické funkce na producentské organizace. „Odstranění prostředníků nevytvoří větší příjmy pro výrobce, pokud výrobní družstvo vykonává tyto funkce méně efektivně než jedinci či společnosti, které je vykonávaly předtím. Právě naopak – neefektivní družstvo může způsobit, že výrobce bude vydělávat méně, než kdyby svou kávu prodával na místním trhu.“⁵⁵ Některé organizace pak nejsou schopny poskytovat všechny funkce, které na klasickém trhu poskytuje více specializovaných subjektů. Weber (2006) svou práci uzavírá s konstatováním, že jedinou ze čtyř sledovaných Fair Trade producentských organizací v San Martín, která získala silnější postavení na trhu s Fair Trade kávou, je organizace, která byla od svého vzniku v roce 1999 až do roku 2005 z velké části závislá na financování OSN. Ostatní organizace měly velké problémy se sháněním exportních kontraktů a se zadlužením, které pocházelo z placení za certifikace a z nutnosti vyhovět přáním producentů poskytnout jim na začátku období sklizně úvěr ve výši 60% z hodnoty kontraktu.

5.3 Náklady vstupu do Fair Trade

Berndt (2007) poukazuje na to, že v Costa Rice a Guatemale může dle standardů FLO získat Fair Trade certifikaci pouze zhruba 40% producentů, bereme-li v úvahu jeden ze základních požadavků, totiž že farmáři musejí být organizováni v demokraticky řízených družstvech. Dalších zhruba 60% producentů spadá pod nadnárodní společnosti, či se jedná o farmy s větší rozlohou, než standardy FLO povolují.

⁵⁴ Gresser & Tickel (2002), str.47.

⁵⁵ Překlad autora, původní text z Weber 2006, str. 32.

Nutnost udržování transparentních záznamů je pro farmáře v chudých zemích mnohdy nesmyslným a nadbytečným požadavkem. „*Chtějí, abychom udržovali záznamy ohledně každodenní aktivity. Včetně dat, jmen, výrobků atd. Chtějí, aby bylo vše dohledatelné. Malí producenti se ovšem mnohdy umí sotva podepsat.*“⁵⁶

Jak jsem již uvedl, vyšší výkupní cena vyplácená v rámci Fair Trade motivuje farmáře k tomu, aby do Fair Trade vstupovali. Odpovědí Fair Trade je tak od roku 2004 zpoplatnění certifikačního procesu. Weber (2006) uvádí, že organizace s méně než 500 zaměstnanci tak za certifikaci zaplatí 3,200 dolarů⁵⁷. Další poplatky jsou spojené s udržováním certifikace – producentské organizace podstupují každoroční inspekce, chtějí-li si Fair Trade certifikaci udržet. Pro producentské organizace, které Weber ve své studii zkoumá, představoval certifikační poplatek poměrně velký problém, který překonaly díky finanční pomoci z OSN, EU a CRSM (Caja Rural San Martín⁵⁸).

FLO poskytuje některým výrobním družstvům granty na certifikace, ty ovšem nemusí být dostupné každému a nepokrývají veškeré náklady spojené s certifikací. Maximální výše grantu je 75% poplatku za certifikaci, grant se netýká poplatku ve výši 500€ za přihlášku. V případě většího počtu žadatelů o grant se finanční podpora jednotlivým organizacím automaticky snižuje. K udělení grantu musí výrobní družstvo dokázat, že pro své výrobky bude mít odbyt.⁵⁹

Chce-li výrobní družstvo získávat Fair Trade prémie za bio kvalitu, musí projít dalším procesem certifikace, který ovšem nezprostředkovává FLO, nýbrž jiné subjekty⁶⁰. Proces bio certifikace vyžaduje zásadní změny v metodách výroby, které vyžadují velké investice. Celý proces bio certifikace trval v případech zkoumaných ve Weberově (2006) případové studii 3 roky, během kterých organizace platily vnější inspekce, technickou asistenci při přizpůsobování výroby požadavkům organické certifikace a vybudování centra na ekologické zpracování odpadu pocházejícího ze zpracování kávy. Některá sledovaná výrobní družstva tak celý proces organické certifikace stál v řádu stovek tisíc dolarů :

⁵⁶ Berndt 2007, str. 25, rozhovor C.E.H.Berndt se členem družstva Tajumuco, Guatemala.

⁵⁷ Skutečná cena certifikace se liší podle toho, o jak velkou organizaci se jedná, kolik produktů má být certifikováno jako Fairtrade a dalších faktorů. Každá organizace však zaplatí minimálně 500€ za přihlášku a dalších 1400€ až 3400€ za samotný proces certifikace, viz <http://www.flo-cert.net>, 15.2.2009.

⁵⁸ Fond na podporu zemědělských producentů založený EU v roce 1998.

⁵⁹ Viz FLO 2007.

⁶⁰ Např. Bio Latina, OCIA, IMO Control (Weber 2006).

Souhrnné náklady na organickou certifikaci (US\$)

Družstvo	Vnější inspekce	Technická asistence	Investice do odpadového centra	Celkové náklady na dané družstvo	Celkové náklady na člena družstva
Oro Verde	5 580	114 000	34 091	153 671	683
APAVAM	4 824	100 709	28 485	134 018	1 008
APROECO	18 373	96 000	150 000	264 373	307
APOCC	8 531	52 674	10 448	71 653	1 024

(Zdroj: Weber 2006, str. 30.)

5.4 Omezený dosah Fair Trade a jeho řešení

Berndt (2007) ve své práci poukazuje na to, že mezi nejchudší články kávového průmyslu nepatří vlastníci farem, na které je obchod s Fair Trade kávou především zaměřen, nýbrž sezónní pracovníci, kteří jsou pro sklizeň kávy nezbytní. Standardy FLO sice nařizují farmářům, aby těmto sezónním zaměstnancům byly vypláceny alespoň minimální mzdy uzákoněné v dané zemi, toto nařízení však již není kontrolováno a farmáři nemají povinnost udržovat záznamy o těchto výplatách. Weitzman (2006) upozorňuje na konkrétní případy, kdy sezónní zaměstnanci farmy produkující Fair Trade výrobky dostávají nižší než legální mzdu v daném státě (Peru). Luuk Zonneveld, ředitel FLO, na tuto kritiku odpovídá s tím, že není v silách certifikačních organizací neustále kontrolovat, zda farmáři vyplácejí svým zaměstnancům minimální mzdy.⁶¹

Fair Trade nemotivuje farmáře pěstovat kvalitní kávu, protože minimální výkupní cena je pevně stanovena. Práce spojená s produkcí méně kvalitní kávy je hůře placená než práce spojená s pěstováním a sklizní kvalitní kávy. Sklizeň kvalitní kávy vyžaduje více zkušeností ze strany pracovníka, protože bobule kávy nezrají na různých keřích současně, nýbrž na každém keři jinak. Je pravděpodobné, že nezkušení či málo placení pracovníci se těmito detaily nebudou zabývat, což povede ke zhoršené kvalitě úrody, a tím i menší výkupní ceně. Farmáři zapojení do Fair Trade se tímto ovšem nemusí příliš zabývat, protože mají minimální výkupní cenu zaručenou. Jeff Teter, prezident společnosti Allegro Coffee uvádí, že „*abyste dostali kávu o vysoké kvalitě musíte platit tržní cenu. V našem případě to je mnohem více, než kolik činí cenové prahy FT. Za sto procent toho, co jsme vykoupili, jsme zaplatili více než \$1.41.*“⁶² Společnost Allegro Coffee, stejně jako jiné společnosti vyrábějící kvalitní produkt, nevyplácí svým zaměstnancům vyšší mzdy ze solidarity, nýbrž z nutnosti udržet si kvalitní zaměstnance, kteří svou kvalifikovanou prací přispívají k výrobě kvalitního zboží, které spotřebitelé poptávají. Předpokladem

⁶¹ Weitzman 2006.

⁶² Překlad autora, původní text z Berndt 2007, str. 29.

vypláčení vyšších zaměstnaneckých mezd je vyšší produktivita zaměstnance, která je podmíněna vyšší kapitálovou vybaveností. Do kapitálové vybavenosti se samozřejmě počítá i lidský kapitál, tj. vzdělání, zkušenosti a schopnosti. Má-li tedy Fair Trade pomáhat v boji proti chudobě, je do budoucna vhodné zvážit možnost opuštění či snížení cenových prahů a zvýšení důrazu na kvalitu produkce individuálních farem.

K Fair Trade existují četné alternativy tzv. „zodpovědného nakupování“. Nechce-li tedy altruisticky zaměřený člověk přispívat na charitu, nýbrž podporovat produktivitu lidí v rozvojových zemích, má i jiné možnosti než Fair Trade. Mimo již zmíněné společnosti Allegro Coffee se jedná o koncepty C.A.F.E.⁶³ či tzv. Direct trade, neboli přímý obchod.

Zajímavou alternativou, která se od Fair Trade výslovně distancuje, je tzv. přímý obchod, mezi jehož hlavní nositele patří společnosti Coffee Collective, Intelligentsia Coffee & Tea, Inc a Counter Culture Coffee. Tento model obchodu se od Fair Trade odlišuje zejména ve třech bodech:

1) Neklade na své dodavatele žádné požadavky týkající se organizace výroby. Na rozdíl od Fair Trade tak vykupuje i od individuálních farmářů, kteří se nechtějí zapojit do výrobního družstva.

2) Negarantuje minimální výkupní cenu – výkupní cena je závislá na kvalitě kávy, která musí být vysoká. „*Ukazujeme svým zákazníkům ceny, které farmářům za jejich kávu platíme (jež jsou vždy vyšší než ceny vyplácené v rámci Fair Trade).*“⁶⁴

3) Jedná se o čistě tržní model založený na dobrovolnosti všech zúčastněných stran. Společnosti prosazující přímý obchod neusilují o změnu podoby konvenčního obchodu s kávou.

Společnost Intelligentsia Coffee uvádí, že cena, kterou za kávu vyplácí svým dodavatelům, je vždy 25% vyšší než cena vyplácená v rámci Fair Trade⁶⁵. Společnost Counter Culture Coffee dle svých slov vyplácí farmářům za nezpracovanou kávu o 19% více než Fair Trade⁶⁶.

Společnosti angažující se v přímém obchodu vynechávají prostředníky z jiného důvodu než Fair Trade. Zatímco Fair Trade eliminuje prostředníky proto, že je považuje za zbytečné, tyto společnosti tak činí kvůli tomu, aby si zajistili vysoce kvalitní kávu.

Model přímého obchodu je dle mého názoru ideální formou alternativního obchodu. Farmáři jsou placeni za vysokou kvalitu kávy, nikoli za to, že jsou chudí. Společnost zabývající se přímým obchodem chtějí dosáhnout dvou cílů: prodávat spotřebitelům kvalitní kávu a zajistit výrobcům kávy dobré životní

⁶³ Coffee And Farmer Equity – program mezinárodního kavárenského řetězce Starbucks, v rámci kterého je kladen důraz na udržitelný sociální a environmentální rozvoj zapojených farmářů, viz <http://www.scsertified.com/csr/starbucks.html>, 1.2.2009.

⁶⁴ Překlad autora, původní text dostupný na <http://www.coffeecollective.dk/direct-trade.htm>, 15.2.2009.

⁶⁵ Viz <http://www.intelligentsiacoffee.com/origin/directtrade>, 15.2.2009.

⁶⁶ Viz http://www.counterculturecoffee.com/index.php?option=com_content&task=view&id=594&Itemid=88, 15.2.2009.

podmínky. Tyto dva cíle se nevyklučují; naopak se vzájemně doplňují, protože produkce kvalitní kávy vyžaduje dostatečnou kapitálovou vybavenost, která je předpokladem vyšších příjmů. V rámci přímého obchodu tak dle mého názoru nedochází k efektu, který jsem výše nazval „spotřebitelovo dilema“. Fair Trade kávu spotřebitel volí s největší pravděpodobností zejména kvůli uspokojení své „charitativní potřeby“, nikoli kvůli uspokojení potřeby po kvalitní kávě. U kávy pocházející z přímého obchodu nedochází k tomuto dilematu proto, že spotřebitel tuto kávu pravděpodobně zvolí nejen kvůli uspokojení této „charitativní potřeby“, nýbrž i kvůli uspokojení potřeby po kvalitní kávě.

Model přímého obchodu tím, že nevyžaduje po výrobcích splnění standardů organizace výroby a že vyplácí výkupní částku přímo, ne prostřednictvím demokratického družstva, umožňuje zapojeným farmářům těžit z výhod volného trhu a také umožňuje nejefektivnější způsob snižování chudoby – tj. alokaci prostředků na základě subjektivních preferencí. Jinými slovy, individuální farmáři zapojení do přímého obchodu si jeho prostřednictvím vydělají na to, co opravdu potřebují; nikoli na to, co si někdo jiný myslí, že potřebují.

Hnutí Fair Trade má v modelu přímého obchodu silnou konkurenci. Představitelé hnutí Fair Trade si tento fakt zřejmě uvědomují, a proto se snaží si odbyt svých výrobků zajistit prostřednictvím politické lobby.

6. Politizace Fair Trade

Hnutí Fair Trade prochází v posledních letech nespornou politizací. Politizací přitom označují proces, kdy se toto hnutí přestává spoléhat výlučně na dobrovolnost a začíná se obracet rovněž na politické instituce. Tato politizace jde ruku v ruce s rozšiřováním formy tzv. labellingu. Tradiční forma Fair Trade, organizovaná nevládními Fair Trade organizacemi, představovala alternativní systém obchodování umožněný dobrovolnickou prací a poptávkou spotřebitelů po daných produktech. S nástupem labellingu se model Fair Trade mohutně rozrůstá a produkty se značkou Fairtrade jsou prodávány i v klasických obchodních řetězcích typu Tesco. S tímto rozmachem přichází i tlak na politické špičky ve vyspělých zemích.

Největší Fair Trade organizace mají v politických centrech světa své lobbyistické kanceláře, které se zabývají lobováním v zájmu Fair Trade. V Bruselu se tak nalézá Fair Trade Advocacy Office založená organizacemi FLO, IFAT, NEWS! a EFTA (tedy tzv. FINE) či Oxfam International Advocacy Office (která se však zabývá lobováním i za rozvojovou a humanitární pomoc či boj s klimatickými změnami). V této kapitole budu analyzovat dva zásadní dokumenty v rámci politizace hnutí Fair Trade. První se týká mezinárodního obchodu s kávou, druhý se týká obchodu s Fair Trade výrobky v rámci Evropské Unie.

6.1 Coffee Rescue Plan

Gresser & Tickel (2002) ve své publikaci *Mugged: Poverty in Your Coffee Cup*, vydané organizací Oxfam, navrhuje tzv. Coffee Rescue Plan, v rámci kterého je mimo jiné zapotřebí:

- Zničit minimálně 5 milionů pytlů s kávou, financováno vládami spotřebitelských zemí a velkými pražírny.
- Stabilizovat nabídku a poptávku pomocí intervencí ze strany vlád producentů a spotřebitelských zemí.
- ICO quality scheme: zákaz vývozu kávy, která nesplňuje určité kvalitativní normy (stanovené ICO), což by vedlo k poklesu nabízeného množství o cca 3-5%; kávu o nižší kvalitě mají vykupovat vlády spotřebitelských zemí; vlády spotřebitelských zemí mají poskytnout finanční prostředky pro zavedení a monitorování tohoto plánu.
- Lobby vlády USA, aby tato země vstoupila zpět do ICO.
- Zvýšit finanční podporu rozvoje zemědělství v producentůvých zemích ze strany vlád spotřebitelských zemí⁶⁷.

⁶⁷ Viz Gresser & Tickel 2002.

Pouze 5 ze 41 bodů tohoto Coffee Rescue Plan je adresováno spotřebitelům, ostatní body jsou adresovány mezinárodními institucím (Světová banka, OSN, ICO), velkým firmám a vládám producentů a spotřebitelských zemí. Na tomto dokumentu je tak vidět značný posun od sféry apelu na spotřebitele a jeho altruismu ke sféře politické lobby.

6.2 Lobby Evropské Unie

Za vzorový dokument v rámci politizace lze považovat *Fighting poverty and injustice through Fair Trade* vydaný Fair Trade Advocacy Office roku 2006, který obsahuje základní požadavky hnutí Fair Trade vůči politikům Evropské Unie. Těmito požadavky jsou⁶⁸:

1) Uznat definici a principy Fair Trade tak, jak je chápe mezinárodní Fair Trade hnutí⁶⁹, jmenovitě

-učinit patřičné kroky v rámci zajištění dostatečné informovanosti spotřebitelů k tomu, aby mohli činit informovaná rozhodnutí a k ochraně spotřebitelů před zavádějícími tvrzeními týkající se „fair“/etického původu výrobku.

2) Zvýšit obecné povědomí a informovanost o Fair Trade, jmenovitě

-podpořit výzkum týkající se Fair Trade,
-podpořit komparativní výzkum srovnávající Fair Trade a konvenční tržní operace za účelem poznání toho, kde dále lze uplatnit model Fair Trade.

3) Zvýšit množství producentů v rozvojových zemích těžících z podmínek Fair Trade, jmenovitě

-pomoci s poskytováním finančních prostředků producentům,
-pomoci s vývojem nových Fair Trade produktů,
-pomoci s distribucí Fair Trade výrobků na místních trzích rozvojových zemí.

4) Podporovat „fair“ státní zakázky v rámci EU, jmenovitě

-integrovat Fair Trade kritéria do zakázek evropských veřejných institucí,
-vytvořit cíle zodpovědného nakupování v členských státech.

5) Zajistit koordinovaný a konzistentní postoj EU vůči Fair Trade, jmenovitě

-vybudovat ústřední kontaktní místo pro Fair Trade v rámci Evropské Komise.

6) Přibližovat se udržitelné evropské obchodní politice, jmenovitě

-vybudovat konzistentní politiku podpory a ochrany marginalizovaných producentů v bilaterálních a regionálních obchodních jednáních, jako je např. EPA⁷⁰,

-vybudovat konzistentní politiku podpory potravinové suverenity a ochrany místní produkce a spotřeby,

⁶⁸ Uvádím pouze stručný výtah s nejdůležitějšími body dokumentu. Dokument lze nalézt v plném znění na <http://www.fairtrade-advocacy.org/documents/FightingpovertyandinjusticethroughFairTradeDec06.pdf>, 1.2.2009.

⁶⁹ Zde reprezentované platformou FINE.

⁷⁰ EPA=Economic Partnership Agreements, plán na implementaci volného obchodu mezi EU a skupinou afrických, karibských a tichomořských zemí, platný od roku 2008.

-zvážit možnost implementace kritérií udržitelnosti do evropské obchodní politiky za účelem podpory dovozu, který vyhovuje platným sociálním a environmentálním standardům.

7) Posilovat firemní zodpovědnost, jmenovitě

-vybudovat právně závazné prostředky, které zajistí firemní zodpovědnost za negativní sociální, ekonomické a environmentální dopady, a to jak v EU, tak v rozvojových zemích,

-podporovat praktiky zodpovědného nákupu evropských společností napříč jejich dodavatelskými řetězci.⁷¹

Některé body tohoto dokumentu lze chápat jako žádost o pomoc s marketingem výrobků prodávaných pod značkou Fair Trade. Dokument lze také chápat jako snahu o zajištění monopolního privilegia na prodej tzv. etických výrobků. Hnutí Fair Trade zde usiluje o udělení monopolního privilegia tak, že nejprve požaduje po politikách uznání definic „fair“ obchodu, načež požaduje pomoc s marketingem (bod 2 a 3), financováním (bod 3), odbytem vlastních výrobků (bod 4) a konečně omezením konkurence (body 6 a 7).

„Fairtrade je unikátním řešením tržních selhání v systému globálního obchodu. Za prvé, jako hnutí spotřebitelské volby, nespadá do oblasti vládní regulace a tudíž nemůže být kritizován jako intervenční politika.“⁷² Tento citát tak již v dnešní době není pravdivý. Platforma FINE v uvedeném dokumentu žádá o vládní regulaci obchodu, stejně jako k ní vybízí i organizace Oxfam (viz níže). Návrh podpory dovozu splňujícího určité normy poškozují svobodu obchodu stejně jako dovozní cla či kvóty.

6.3 Podstata a funkce volného trhu

Hnutí Fair Trade tedy usiluje o podřízení mezinárodního obchodu politickým cílům. Jak je výslovně uvedeno v požadavcích vůči Evropské Unii, *„obchod by neměl představovat cíl sám o sobě, ale prostředek k dosažení udržitelného rozvoje a vymýcení chudoby“⁷³*. Požadavek představitelů Fair Trade, aby obchod nepředstavoval cíl sám o sobě, nýbrž sloužil dosahování udržitelného rozvoje a vymýcení chudoby, v sobě obsahuje dva omyly. První je ten, že by obchod měl být politicky řízen za účelem dosahování nějakých konkrétních cílů. Druhým omylem je předpoklad, že svobodný, nenarušovaný obchod k těmto cílům sám o sobě nevede.

⁷¹ Fair Trade Advocacy Office 2006.

⁷² Překlad autora, původní text z Nicholls 2005, str. 9-10.

⁷³ Překlad autora, původní text z Fair Trade Advocacy Office 2006, str. 4.

6.3.1 Trh jako spontánní řád

Trh, tvořený dobrovolnými transakcemi jednajících jedinců, je spontánním řádem. Jak osvětluje Hayek (1994), spontánní řády nemají žádný konkrétní účel, ačkoli jejich existence může být velmi prospěšná jednotlivcům, kteří se uvnitř takového řádu pohybují.⁷⁴ Spolehnouti se na spontánní řád (oproti spolehnutí se na vědomě vytvořený řád) v sobě nese tu obrovskou výhodu, že je pomocí něj umožněna koordinace nekonečně velkého počtu činností. Zatímco v rámci vědomě vytvořeného řádu musí být všechny okolnosti tvořící tento řád soustředěny v jedné mysli, v rámci spontánního řádu tomu tak být nemusí a ani nemůže. I v tom hypotetickém případě, kdy by všechny faktory tvořící spontánní řád byly soustředěny v jedné mysli (řekněme např. v případě propojení počítače a lidské mysli), by tato mysl nebyla schopna vzít v úvahu jeden zásadní faktor, a to existenci nevyzpytatelného lidského jednání. Snaha o ovládnutí spontánního řádu se tak vždy bude setkávat s velice omezenými výsledky a povede k vážnému narušení fungování tohoto řádu a s tím i k omezení potenciálních přínosů plynoucích z existence tohoto řádu.

Komplexní a rozvinutou společnost, kterou je dnešní Evropa (a ve stále větší míře celý svět), může držet pohromadě pouze spontánní řád řídicí se abstraktními pravidly, nikoli sledující konkrétní cíle. Čím komplexnější je totiž určitá společnost, tím těžší bude pro jednotlivce, kteří tuto společnost tvoří, dohodnout se na konkrétních cílech, které by tato společnost měla sledovat. To, že se na těchto cílech společnost může „shodnout“⁷⁵ prostřednictvím demokratického hlasování, nemění nic na tom, že pro některé členy společnosti by stále bylo výhodnější sledovat cíle odlišné. Sleduje-li komplexní demokratická společnost nějaké určité cíle, činí tak vždy s větším či menším vnitřním odporem těch členů společnosti, kteří s těmito cíly nesouhlasí, avšak byli demokraticky přehlasováni. Taková společnost, která usiluje o sledování určitých cílů vytyčených prostřednictvím demokratického hlasování (jako tomu je v dnešní Evropě), poté čelí potenciální vnitřní nestabilitě.

Tím, co zajišťuje kooperaci, mírové soužití a celkový růst bohatství v komplexní společnosti je tržní, nikoli politický, řád. Tržní řád umožňuje všem jedincům, kteří tento řád tvoří, sledovat své vlastní cíle co nejefektivnějším způsobem. Tyto cíle samozřejmě mohou nabývat jakékoli podoby; někdo sleduje cíle čistě sobecké, někdo čistě altruistické. Problémem v dnešní době je to, že tržní řád je neustále narušován politickými zásahy. Odpovědí na tyto politické zásahy by neměla být snaha tyto zásahy ještě prohlubovat, nýbrž snaha je zmírňovat a odstraňovat; tak, aby mohl tržní řád a svobodný obchod opravdu fungovat; tak, aby jednotliví členové společnosti mohli nerušeně sledovat své cíle – například cíle týkající se mezilidské solidarity.

⁷⁴ Dobrým příkladem spontánního řádu je kromě tržního řádu např. jazyk.

⁷⁵ Ve skutečnosti se však žádnou shodu nejedná; jedná se pouze o uplatnění moci silnějšího (zde početnějšího) nad slabším.

6.3.2 Trh jako nástroj zvyšování užítku *ex post*

Představitelé hnutí Fair Trade patrně nepovažují volný obchod za dostatečný nástroj vymýcení chudoby. Je ovšem tento předpoklad pravdivý?

Volný obchod v čisté, politickými zásahy nenarušované formě, je tvořen dobrovolnými transakcemi svobodně jednajících jedinců⁷⁶. Tito jedinci vstupují do obchodních transakcí za účelem maximalizace svého subjektivního užítku. Tímto subjektivním užítkem může být všechno myslitelné, je však jisté, že lidé, kteří prostřednictvím obchodních transakcí maximalizují svůj užitek, zároveň snižují svou úroveň chudoby, ať již je chudoba chápána jakkoli. Důležitým aspektem subjektivního užítku je jeho neměřitelnost a mezilidská neporovnatelnost. To, že je užitek neměřitelný a nesrovnatelný, již a priori odsuzuje násilné snahy o maximalizaci užítku druhých k neúspěchu.

Volný obchod zajisté maximalizuje užitek *ex ante*, maximalizuje však i užitek *ex post*? Jinými slovy, je díky volnému obchodu *snaha* jedinců o snížení vlastní chudoby transformována do skutečného *stavu* nižší chudoby? K tomu, zda byla snaha o dosažení *ex post* užítku úspěšná, mají jednající jedinci k dispozici několik ukazatelů. Pro podnikatele či prodejce statků či výrobních faktorů (tudíž i např. pro zaměstnance) je důležitým ukazatelem existence peněžních příjmů a výdajů, které jim ukazují, nakolik je jejich snaha o dosažení *ex post* užítku úspěšná. Spotřebitelé mají k dispozici přímý test v podobě subjektivního uspokojení. Dalšími zdroji informací ohledně pravděpodobnosti přeměny *ex ante* na *ex post* jsou zkušenosti jiných lidí, výstupy organizací provádějících spotřebitelské testy či reklama.

Je-li jakýkoli subjekt působící na trhu se stavem *ex post* nespokojený (nedošlo-li tedy ke zvýšení *ex ante* očekávaného užítku a tím i ke snížení chudoby), bude usilovat o napravení této situace prostřednictvím neopakování stejné chyby – spotřebitel přestane kupovat výrobek, se kterým není spokojený, obchodník s ním přestane obchodovat, výrobce jej přestane vyrábět a zaměstnanec bude usilovat o perspektivnější zaměstnání. Je samozřejmě možné a velice pravděpodobné, že na trhu a v rámci volného obchodu dochází k omylům a z očekávaného *ex ante* užítku nevznikne užitek *ex post*. Faktem ovšem je, že nebyl-li schopen dosáhnout přeměny užítku *ex ante* v *ex post* určitý jedinec, který jednal ve vlastním zájmu a dle subjektivních preferencí které jsou známy pouze jemu, nebyl by to za něj schopen učinit ani nikdo jiný. Jedincovy preference jsou totiž spolehlivě poznatelné až *ex post*, po vykonaném aktu jednání.

⁷⁶ Na tomto faktu nemění nic skutečnost, vstoupí-li do obchodních transakcí firmy. Firmy jsou vždy tvořeny jednajícími jedinci; firmy či jakékoli jiné instituce nemohou, na rozdíl od lidských bytostí, jednat jako nezávislé entity.

6.3.3 Trh jako proces podnikatelského objevování

Další důležitou funkcí volného trhu je vedle možnosti celospolečenské koordinace a maximalizace užítku *ex ante* i *ex post* umožnění procesu podnikatelského objevování.

Lidé žijí ve světě plném nejistoty, omezených zdrojů a omezených znalostí. Lidský pokrok je charakteristický objevováním nových příležitostí při využívání omezených zdrojů. Klíčovým prvkem při každém objevu je podnikatel, neboli osoba, která objeví novou ziskovou příležitost. Kdyby tuto ziskovou příležitost objevil již někdo předtím, byla by tato příležitost využita. Při objevu ziskové příležitosti tak podnikatel objevuje něco nového, dosud nevyužitého. Proces podnikatelského objevování zajišťuje tendenci k dosažení rovnováhy na trhu, tj. vyrovnání cen homogenních statků. Při takovém vyrovnávání cen dochází k přesunu zdrojů z málo efektivního užití k efektivnějšímu užití (měřeno cenami, které jsou spotřebitelé ochotni platit).

Omezení vstupu potenciálních podnikatelů do určitého odvětví znemožňuje proces podnikatelského objevování a následnou stagnaci. V případě alternativního modelu obchodu je konkurence prospěšná stejně, jako v každém jiném odvětví. Jak je vidět na příkladech společností Allegro Coffee, Intelligentsia Coffee, Coffee Collective apod., na poli etického obchodu panuje silná konkurence, která tlačí tyto společnosti k poskytování kvalitních statků – v tomto případě kvalitní kávy, za kterou dostanou její producenti dobře zapláceno.

6.4 Shrnutí

Požadavek hnutí Fair Trade na podřízení obchodu určitým politickým kritériím by v případě realizace přinesl více škody než užítku. V předchozím textu jsem stručně uvedl tři hlavní důvody pro zachování volného trhu. Volný trh nejenže je schopen splnit cíl hnutí Fair Trade, je-li jím vymýcení chudoby, ale navíc je jeho existence zcela zásadní pro fungování a vývoj složité společnosti.

Závěr

Fair Trade jako dobrovolný model alternativního obchodu má pozitivní i negativní dopady. Mezi pozitivní dopady tohoto modelu patří snížení chudoby a zvýšení příležitostí zapojit se do mezinárodního obchodu u konkrétních lidí v chudých zemích. Mezi negativní dopady se dají počítat potenciální dopady na farmáře, kteří do Fair Trade zapojení nejsou. Hnutí Fair Trade často poukazuje na pomoc konkrétním jedincům bez toho, že by bralo v potaz širší dopady svého jednání.

Fair Trade v posledních letech opouští cestu dobrovolnosti a místo ní nastupuje cestu politického donucení. Tržní princip tak nahrazuje principem hegemonickým. V takovém případě se již nedá mluvit o zodpovědném spotřebitelském chování a solidaritě s druhými. Představitelé hnutí Fair Trade, chtějí-li být i do budoucna hnutím založeným na „odpovědném spotřebitelském chování“, by měli usilovat o rozšiřování obecného povědomí o svých praktikách a výrobcích pomocí prodeje kvalitních výrobků, nikoli pomocí politické propagandy a nátlaku na přijímání zákonů omezujících svobodný obchod.

„Jestliže člověk neuspěje ve svém úsilí přesvědčit ostatní lidi o hloubce svých myšlenek, měl by z toho vinit svou vlastní neschopnost. Neměl by volat po vytvoření zákona, tj. po nátlaku a přinucení prostřednictvím policie.“⁷⁷

Učinit z modelu Fair Trade povinnou praxi v sobě skrývá nebezpečí spočívající v potenciálním zhoršení kvality prodávaných výrobků, v omezení možnosti spotřebitelské volby a v nabourání víry ve funkčnost soukromé solidarity. Budou-li mít výrobci a obchodníci vyrábějící a prodávající Fair Trade výrobky zajištěný odbyt prostřednictvím udělení monopolního privilegia, naruší se tím motivace k poskytování kvalitního produktu. Budou-li moci spotřebitelé nakupovat pouze Fair Trade zboží, sníží se tím možnost volby mezi různými druhy kávy vyráběné za různých (ne zákonitě špatných) podmínek. Růst dobrovolné spotřebitelské poptávky po „fair“ výrobcích navíc může s velkou pravděpodobností vést k tomu, že se tomuto trendu začnou přizpůsobovat i ostatní společnosti, a to prostě proto, že to začne být ziskové. Dobrým příkladem tak může být mezinárodní kavárenský řetězec Starbucks, který kromě prodeje Fair Trade kávy inicioval i vlastní program C.A.F.E.. Bude-li Fair Trade povinný, nejedná se již nadále o solidaritu, které je vlastní dobrovolnost. Zodpovědnost a solidarita musí vycházet ze svobodné vůle jedince a z možnosti volby.

Skutečným řešením v rámci snižování lokální i světové úrovně chudoby je liberalizace, odstraňování státních regulací a intervencí do fungování tržního řádu. Obyvatelé zemí, které se dnes pokládají za ty bohatší, nezbohatli díky solidaritě druhých, modelu spravedlivého obchodu či politickým zásahům, nýbrž díky (relativně) svobodnému obchodu a respektu k soukromému vlastnictví.

⁷⁷ Mises 2002, str. 58.

V chudých zemích tyto prvky, které jsou ke snižování chudoby nezbytné, chybí. Vydají-li se chudé země stejnou cestou, jakou se v devatenáctém a dvacátém století vydaly země dnes bohaté, čeká jejich obyvatele podobný růst životní úrovně.

Někdo může namítat, že proces liberalizace je zdlouhavý a lidé v chudých zemích potřebují pomoci ihned. V takovém případě může být alternativní model obchodu vhodnou cestou pomoci konkrétním lidem. Tento alternativní model obchodu, při kterém se člověk rozhodne obchodovat přednostně s chudými lidmi, však může mít dva důsledky – 1) takový model motivuje chudé zůstat chudými, protože se tím kvalifikují pro vstup do tohoto obchodu; 2) v rámci takového modelu je nutná kontrola toho, zda je druhá strana skutečně chudá, a zda používá získané prostředky na to, co po ní první strana vyžaduje.

Skutečně efektivní alternativní model obchodu by se dle mého názoru měl od principu dobrovolné směny odlišovat co nejméně, tj. vyhnout se těmto dvěma potenciálním důsledkům. To znamená, že by jedna strana po druhé straně neměla vyžadovat více, než je pro vzájemně výhodný obchod nezbytně nutné a měla by této druhé straně umožnit použít vydělané peníze na to, co uzná sama za vhodné. V současné době je ideálním modelem takového alternativního obchodu tzv. přímý obchod, který se od volného obchodu liší jen minimálně.

Použité zdroje

Tištěné publikace

- ARMENTANO, Dominick T. (2000). *Proč odstranit protimonopolní zákonodárství*. Liberální institut, Praha.
- HAYEK, F.A. (1994). *Právo, zákonodárství a svoboda: nový výklad liberálních principů spravedlnosti a politické ekonomie*. Academia, Praha 1994.
- MISES, Ludwig von (1994). *Antikapitalistická mentalita*. Občanský institut, Praha.
- NOVOTNÁ, Nad'a (Praha 2008). *Fair trade : možná alternativa ke konvenčnímu obchodu s rozvojovými zeměmi*. Praha: Univerzita Karlova. Přírodovědecká fakulta. 41 s. Vedoucí diplomové práce Marie Hokrová.
- ROTHBARD, Murray Newton (2005:1). *Zásady ekonomie*. Liberální institut, Praha.
- ROTHBARD, Murray Newton (2005:2). *Ekonomie státních zásahů*. Liberální institut, Praha.
- SILNÁ, Karolína (2006). *Fair Trade jako příklad nové formy občanské participace*. Praha: Univerzita Karlova. Institut sociologických studií. 59s. Vedoucí diplomové práce Jana Stachová.

Dokumenty a studie v elektronické formě

- BERNDT, Colleen E.H. (2007). *Does Fair Trade Coffee Help The Poor? Evidence from Costa Rica and Guatemala*, George Mason University. Dostupné na: <<http://www.mercatus.org/uploadedFiles/Mercatus/Publications/Fair%20Trade%20Coffee.pdf>>. Datum poslední aktualizace 7.8.2008, citováno 17.1.2009.
- BOEHM-BAWERK, Eugen (1891). *The Austrian Economics*. In *Annals of the American Academy of Political and Social Science: Volume 1 (1891)*. The Ludwig von Mises Institute. Dostupné na: <<http://socserv2.socsci.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/bawerk/austrian>>. Datum poslední aktualizace 3.1.1995, citováno 1.2.2009.
- BOOTH, Phillip (2008). *The economics of Fair Trade: A christian perspective (web publication)*, Institute of Economic Affairs. Dostupné na: <<http://www.iea.org.uk/files/upld-book437pdf?.pdf>>. Datum poslední aktualizace 16.7.2008, citováno 12.2.2009.
- CHMELAŘ, Pavel (2004). *Fair Trade – jeho charakteristika a význam*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze. Fakulta mezinárodních vztahů. 58s., 7s. příloh. Vedoucí diplomové práce PhDr. Lenka Adamcová, CSc. Dostupné na: <http://www.fairtrade.cz/upload/pavelch-bak_FT_postfinal.pdf>. Datum poslední aktualizace 4.6.2006, citováno 9.11.2008.
- IMHOF & LEE (2007). *Assessing the Potential of Fair Trade for Poverty Reduction and Conflict Prevention: A Case Study of Bolivian Coffee Producers*. Swisspeace, Europainstitut, University of Basel. Dostupné na: <http://www.swisspeace.ch/typo3/fileadmin/user_upload/pdf/Assessing_the_Potential_of_Fair_Trade_for_Poverty_Reduction_and_Conflict_Prevention_short_version_.pdf>. Datum poslední aktualizace 29.6.2007, citováno 10.11.2008.
- KIRZNER, Izrael M.(1998). *Jak fungují trhy*. Liberální institut, Praha. Dostupné na: Datum poslední aktualizace 3.9.2007, citováno 15.1.2009.

- KIRZNER, Izrael M. (1963). *Market Theory and the Price System*. Princeton, New Persey. Dostupné na: <http://mises.org/books/markettheory.pdf>. Datum poslední aktualizace 9.2.2007, citováno 8.1.2009.
- LEWIN, Giovanucci, Varangis (2004). *Coffee Markets: New Paradigms in Global Supply and Demand*. *World Bank Agriculture and Rural Development Discussion Paper No. 3*. Dostupné na: http://www.csa-be.org/IMG/pdf_CoffeeMarkets-ArdDp3.pdf. Datum poslední aktualizace 14.8.2008, citováno 10.11.2008.
- MISES, Ludwig von (2002). *Byrokracie*. Liberální institut, Praha. Dostupné na: http://www.libinst.cz/etexts/mises_byrokracie.pdf. Datum poslední aktualizace 18.10.2006, citováno 23.12.2008.
- MISES, Ludwig von (2006). *Lidské jednání: pojednání o ekonomii*. Liberální institut, Praha. Dostupné na: http://www.libinst.cz/etexts/mises_lidske_jednani.pdf. Datum poslední aktualizace 29.9.2008, citováno 23.12.2008.
- ROCKWELL, Llewellyn H., Jr. (1992). *Why Austrian Economics Matters*. The Ludwig von Mises Institute. Dostupné na: http://mises.org/etexts/why_ae.pdf, datum poslední aktualizace 20.1.2006, citováno 15.1.2009.
- ŠÍMA, Josef (2000). *Trh v čase a prostoru*. Liberální institut, Praha. Dostupné na: http://www.libinst.cz/etexts/sima_trhvcase.pdf. Datum poslední aktualizace 1.8.2004, citováno 6.1.2009.
- WEBER, Jeremy (2006). *Rationing in the Fair Trade Coffee Market: Who enters and how?* MEDA Consulting Group, Peru. Práce prezentovaná v rámci 2nd International colloquium fair trade and sustainable development, 19-21.6.2006, Quebec, Canada. Dostupné na: http://www.crsdd.uqam.ca/Pages/docs/pdfColloques/colloque_international/Seance_1/WEBER%202006.pdf. Datum poslední aktualizace 14.6.2006, citováno 12.1.2009.

Online publikace hnutí Fair Trade

- Asociace pro Fairtrade (2004): *Fair Trade: spravedlivý obchod v České republice*. Praha. Dostupné na: <http://www.fairtrade-asociace.cz/download/brozura.pdf>. Datum poslední aktualizace 27.1.2009, Citováno 1.2.2009.
- Fair Trade Advocacy Office (2006): *Fighting poverty and injustice through Fair Trade: how the EU can support the Fair Trade movement to create sustainable livelihoods and to promote responsible purchasing*. Dostupné na: <http://www.fairtrade-advocacy.org/documents/FightingpovertyandinjusticethroughFairTradeDec06.pdf>. Datum poslední aktualizace 14.11.2007, citováno 13.1.2009.
- Fairtrade Labelling Organizations International (2007): *Producer Certification Fund: Guidelines*. Dostupné na: http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/PCF_Guidelines_ENG.pdf. Datum poslední aktualizace 18.9.2007, citováno 17.1.2009.
- Fairtrade Labelling Organizations International (2008:1): *Fairtrade standards for coffee for small farmers' organizations*. Dostupné na: http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/Coffee_SF_January_2008_EN.pdf. Datum poslední aktualizace 14.2.2008, citováno 18.1.2009.
- Fairtrade Labelling Organizations International (2008:2): *Generic Fairtrade standards for Hired Labour*. Dostupné na: http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/Dec08_EN_Generic_Fairtrade_Standard_HL.pdf. Datum poslední aktualizace 19.12.2008, citováno 12.1.2009.

- Fairtrade Labelling Organizations International (2009): *Generic Fairtrade standards for Small Producers' Organizations*. Dostupné na: <http://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/Jan_2009_EN_Generic_Fairtrade_Standards_SPO.pdf>. Datum poslední aktualizace 3.2.2009, citováno 10.2.2009.
- Gresser & Tickel (2002): *Mugged. Poverty in your Coffee Cup*. Oxfam International. Dostupné na: <<http://www.oxfam.org.uk/resources/papers/downloads/mugged.pdf>>. Datum poslední aktualizace 17.4.2008., citováno 17.1.2009.
- Nicholls, Alex (2005): *Thriving in a Hostile Environment: Fairtrade's Role as a Positive Market Mechanism for Disadvantaged Producers*. Fairtrade Foundation. Dostupné na: <http://www.fairtrade.org.uk/includes/documents/cm_docs/2008/a/alex_nichols.pdf>. Datum poslední aktualizace 22.2.2008, citováno 13.1.2009.

Online články

- CARDEN, Art (2005), *That Taco Bell Brouhaha*, The Ludwig von Mises Institute. Dostupné na: <<http://mises.org/story/1707>>. Publikováno 1.10.2005, datum poslední aktualizace 16.2.2009, citováno 16.2.2009.
- Finanční noviny.cz: *Češi loni za výrobky Fair Trade utratili rekordních 50 milionů Kč*. Dostupné na <http://www.financninoviny.cz/zajimavosti/index_view.php?id=355302>. Publikováno 16.1.2009, datum poslední aktualizace 16.1.2009, citováno 16.1.2009.
- TUCKER, Jeffrey (2004), *Fair-Trade Follies*, The Ludwig von Mises Institute., Dostupné na: <<http://mises.org/story/1707>>. Publikováno 13.4.2004, datum poslední aktualizace 16.2.2009, citováno 16.2.2009.
- VANCE, Laurence M. (2008), *The Myth of The Just Price*, The Ludwig von Mises Institute. Dostupné na: <<http://mises.org/story/2918>>. Publikováno 31.3.2008, datum poslední aktualizace 16.2.2009, citováno 16.2.2009.
- WEITZMAN, Hal (2006), *Bitter cost of a fair trade coffee*, Financial Times, 6.9.2006. Dostupné na: <<http://tomweston.net/bittercost.pdf>>. Publikováno 9.9.2006, datum poslední aktualizace 9.9.2006, citováno 6.2.2009.

WWW stránky

- *Asociace pro FairTrade*. <<http://www.fairtrade-asociace.cz>>. Citováno 3.1.2009.
- *Coffeeandtea: káva, čaje, kávovary jura*. <<http://www.coffeeandtea.cz>>. Citováno 7.2.2009.
- *Counter Culture Coffee: Coffee Driven People, People Driven Coffee* <<http://www.counterculturecoffee.com>> Citováno 15.2.2009.
- *CSA*. <<http://www.csa-be.org/>>. Citováno 10.11.2008.
- *European Fair Trade Association*. <<http://www.european-fair-trade-association.org>>. Citováno 11.1.2009.
- *Fair Trade Advocacy*. <<http://www.fairtrade-advocacy.org>>. Citováno 13.1.2009.
- *Fairove*. <<http://www.fairove.cz>>. Citováno 7.2.2009.
- *Fairtrade Labelling Organizations International*. <<http://www.fairtrade.net>>. Citováno 9.2.2009.
- *Finanční Noviny.cz*. <<http://www.financninoviny.cz>>. Citováno 16.1.2009.
- *Institute of Economic Affairs*. <<http://www.iea.org.uk>>. Citováno 12.2.2009.

- *Intelligentsia Coffee and Tea, Inc.* <<http://www.intelligentsiacoffee.com>>. Citováno 15.2.2009.
- *Lékarna.cz: internetový obchod s léky, vitamíny.* <<http://www.lekarna.cz>>. Citováno 7.2.2009.
- *Levná káva: káva nejlevněji na internetu.* <<http://www.levnakava.cz>>. Citováno 7.2.2009.
- *Liberální institut.* <<http://www.libinst.cz>>. Citováno 6.1.2009.
- *Ludwig von Mises Institute.* <<http://www.mises.org>>. Citováno 16.2.2009.
- *Mercatus Center at George Mason University.* <<http://mercatus.org>>. Citováno 17.1.2009.
- *OSN Praha.* <<http://www.osn.cz>>. Citováno 7.1.2009.
- *Oxfam GB.* <<http://www.oxfam.org.uk>>. Citováno 17.1.2009.
- *Scientific Certification Systems - SCS Certification Auditing, Environmental, Food, Agriculture, MSC FSC Sustainable Products and Manufacturing, Indoor Air Quality, and Sustainability Standards* <<http://www.scs-certified.com>>. Citováno 1.2.2009.
- *Specializovaná prodejna čajů Herbavit.* <<http://www.herbavit.cz>>. Citováno 7.2.2009.
- *Společnost pro Fair Trade.* <<http://www.fairtrade.cz>>. Citováno 3.1.2009.
- *Swisspeace.* <<http://www.swisspeace.ch>>. Citováno 10.11.2009.
- *The Coffee Collective.* <<http://www.coffeecollective.dk>>. Citováno 15.2.2009.
- *Tom Weston's Web Page: Philosophy, Politics, Economics, and Marxism.* <<http://www.tomweston.net>>. Citováno 6.2.2009.
- *UQAM | ESG | Chaire de responsabilité sociale et de développement durable* <<http://www.crsdd.uqam.ca>>. Citováno 12.1.2009.
- *World Fair Trade Organization.* <<http://www.ifat.org>>. Citováno 11.1.2009.

Ostatní

- *Studio 2010: Bída ve třetím světě* (Rozhlasový pořad). Český rozhlas 2 – Praha, 14.3.2005, 20h.

Seznam používaných zkratk

EFTA	European Fair Trade Association
EK	Evropská komise
EU	Evropská unie
EPA	Economic Partnership Agreements
FINE	FLO, IFAT, NEWS!, EFTA
FLO	Fairtrade Labelling Organizations International
FT	Fair Trade
FTAO	Fair Trade Advocacy Office
FTF	Fair Trade Foundation
FTO	Fair Trade Organization
IFAT	World Fair Trade Organization
ILO	International Labour Organization (Mezinárodní organizace práce)
NEWS!	Network of European Worldshops
NGO	Non-governmental organization (nevládní organizace)
OSN	Organizace spojených národů
Oxfam	Oxford Committee for Famine Relief

Příloha č. 1: Srovnání maloobchodních cen výrobků Fairtrade x konvenční značky

Čaj	Fairtrade	Twinnings Of London	Teekanne	Ahmad Tea London
Čaj zelený sypaný 100g	149 Kč	105 Kč	44 Kč	65 Kč
Čaj černý sypaný Earl Grey 100g	115 Kč	105 Kč	44 Kč	90 Kč

(Zdroje: www.fairove.cz, www.coffeeandtea.cz, www.lekarna.cz, www.herbavit.cz, ceny platné k 7.2.2009, citováno 7.2.2009)

Káva	Fairtrade	Nestlé	Sara Lee	Tchibo	Jacobs
Káva instantní 100g	164 Kč	139 Kč	102 Kč	187 Kč	91 Kč
Káva mletá 250g	137 Kč	x	74 Kč	124 Kč	83 Kč

(Zdroje: www.fairove.cz, www.coffeeandtea.cz, www.lekarna.cz, www.levnakava.cz, ceny platné k 7.2.2009, citováno 7.2.2009; vysvětlivky: x – firma daný výrobek neprodává)

Příloha č.2: Tržní princip a hegemonský princip

Některé následky

<i>tržního principu</i>	<i>hegemonického principu</i>
svoboda jednotlivce	donucení
všeobecná vzájemná výhodnost (maximalizace společenského užitku)	vykořisťování: zisk jedné skupiny na úkor skupiny druhé
vzájemná harmonie	kastovní konflikt: válka všech proti všem
mír	válka
moc člověka nad přírodou	moc člověka nad člověkem
nejefektivnější uspokojení přání spotřebitelů	omezování uspokojení přání spotřebitelů
ekonomická kalkulace	kalkulační chaos
motivace vyrábět a zvyšovat úroveň	odstranění motivace: životní spotřeba kapitálu a snižování životní úrovně

(Zdroj: Rothbard 2005:2, str. 402.)